

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO
SÍLABO: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 1
Código:

1. DATOS GENERALES

1.1 Asignatura	:	Metodología de la Investigación 1
1.2 Requisito	:	Ninguno
1.3 Ciclo académico	:	VI
1.4 Periodo Académico	:	2021-2 / VIRTUAL
1.5 Horas Académicas Semanales	:	
Horas de Teoría	:	
Horas de Práctica	:	
1.6 Horas Lectivas Semestrales	:	
Horas de Teoría	:	
Horas de Práctica	:	
1.7 Créditos académicos	:	4

2 SUMILLA

La asignatura forma parte del área de Formación Profesional General del plan general de estudios, es de carácter teórico práctico, tiene como propósito desarrollar en los estudiantes competencias cognitivas de autonomía y creatividad, con el fin de conocer y dominar aspectos básicos del proceso de la investigación científica en su enfoque cualitativo y cuantitativo.

3. CONTENIDOS

- Unidad I: El hombre, la ciencia, paradigmas.
- Unidad II: Líneas, enfoques y tipos de investigación.
- Unidad III: El tema y problema de investigación.
- Unidad IV: El marco teórico.

4. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

Elabora y aplica la metodología de investigación científica a un tema de periodismo, hasta el marco teórico, con reflexión crítica.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Discrimina la ciencia, el método y paradigmas argumentando de manera controversial.
- Analiza las líneas, enfoques y tipos de investigación en una matriz de doble entrada. Evalúa el tema y problema de investigación.
- Argumenta el marco teórico de la investigación que realiza.

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD: EL HOMBRE: LA CIENCIA, PARADIGMAS	CAPACIDAD: Discrimina la ciencia, el método y los paradigmas, argumentando de manera controversial.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	El hombre: concepto, características; su rol en el desarrollo de la ciencia	Discrimina el rol del hombre en el desarrollo de la ciencia, a través de un informe.	Valora al hombre como investigador.	El profesor expone con PPT sobre el hombre. En grupo los alumnos desarrollan un cuadro de doble entrada	Discrimina el rol del hombre en la investigación en una estrategia determinada.
	2	Investigación científica: concepto y características	Analiza el rol de la investigación científica en el desarrollo de la sociedad, produciendo un ensayo reflexivo	Crítica con sentido constructivo el papel de la ciencia.	El profesor expone con PPT sobre la I.C. En grupo los alumnos debaten las características de la I.C.	Elabora un mapa conceptual sobre la investigación científica.
	3	El método de la ciencia: Concepto, características y clases.	Analiza el método pertinente para la investigación que propone mediante un ensayo individual.	Valora el método utilizado para la investigación	El profesor expone con PPT., sobre métodos a utilizar en la IC. En grupo, los alumnos debaten sobre los distintos métodos de investigación en comunicación.	Elabora una determinada estrategia sobre el método de la ciencia.
	4	Paradigmas de la investigación: positivismo, interpretativismo, constructivismo	Evalúa la investigación científica generando un mensaje crítico.	Discute con respeto y tolerancia sobre los paradigmas de investigación.	El profesor expone con PPT. Los paradigmas de la investigación. En grupo los alumnos debates sobre los paradigmas	Redacta el paradigma de investigación y elabora la fundamentación

UNIDAD II. LÍNEAS, ENFOQUES Y TIPOS DE INVESTIGACIÓN	CAPACIDAD: Analiza las líneas, enfoques y tipos de investigación en una matriz de doble entrada.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	5	Líneas de investigación, buscadores de datos y normas APA.	Discrimina las líneas de investigación, buscadores de datos y normas APA, redactando un informe argumentativo.	Debate sobre proceso la investigación científica.	El profesor expone con PPT., las líneas de investigación, uso de buscadores y normas APA. En grupo los alumnos identifican los buscadores y extraen de libros y tesis para su lectura	La investigación científica. En una matriz presenta las líneas de investigación el buscador, citas y referencias. (5 casos).
	6	Enfoques: Investigación cualitativa, cuantitativa y mixta. Definición y características	Discrimina las características que corresponden al enfoque cuantitativo como al cualitativo, a través de un informe.	Discute con respeto y tolerancia sobre los enfoques de la investigación	El profesor expone con PPT., sobre los enfoques de investigación. En grupo los alumnos desarrollan un cuadro de doble entrada-personal.	Elabora una matriz comparativa sobre los objetivos y características de ambos enfoques.
	7	La investigación cualitativa: tipos, ventajas y desventajas.	Reconoce las ventajas y desventajas de cada uno de los tipos de investigación cualitativa, redactando un comentario.	Valora algunas características de la investigación cualitativa.	El profesor expone con PPT sobre los tipos de investigación cualitativa. En grupo, los alumnos debaten respecto del mismo tema.	Selecciona un tipo de investigación cualitativa y fundamenta su aplicación en un problema de investigación.
	8	Investigación cuantitativa: tipos, ventajas y desventajas.	Reconoce las ventajas y desventajas de cada uno de los tipos de investigación cuantitativa, redactando un comentario.	Valora algunas características de la investigación cuantitativa.	El profesor expone con PPT., sobre los tipos de investigación cuantitativa En grupo los alumnos desarrollan un cuadro de doble entrada-personal	Selecciona un tipo de investigación cuantitativa y fundamenta su aplicación en un problema de investigación.

UNIDAD III. EL TEMA Y PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	CAPACIDAD: Evalúa el tema y problema de investigación.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	Esquema de la investigación cualitativa y cuantitativa.	Identifica la estructura de un esquema de investigación cualitativa y/o cuantitativa, mediante ejemplos o casos de la realidad social.	Valora algunas características de la investigación cuantitativa.	El profesor expone con PPT sobre la estructura de un esquema de investigación cualitativa y cuantitativa	Elabora un cuadro comparativo de la estructura de cada esquema de investigación.
	10	El título de investigación. Problema de investigación: Descripción del problema. Cuantitativo. Realidad problemática (cualitativo) Planteamiento del problema.	Identifica el tema de investigación, y realiza los criterios de fundamentación en ejemplos sobre problemas de investigación.	Con sentido crítico escoge el tema de investigación y redacta el planteamiento del problema.	El profesor expone con PPT sobre el tema, problema y planteamiento de la investigación. En grupo los alumnos analizan el planteamiento del problema.	Selecciona el título de la investigación y redacta el problema de investigación a partir de situaciones temáticas.
	11	Problema de investigación: Formulación del problema y objetivos de la investigación.	Aplica los criterios adecuados para la formulación de los problemas y objetivos de investigación en ejemplos específicos.	Redacta con sentido crítico la formulación del problema y de los objetivos.	El profesor expone con PPT sobre criterios para formular problemas y objetivos. En grupo redacta problemas y objetivos.	Formula los problemas y objetivos de la investigación.
	12	Justificación de la investigación.	Redacta la justificación tomando en cuenta sus diversos criterios.	Comparta la redacción de la justificación.	El profesor expone con PPT sobre el tema, problema y planteamiento de la investigación. En grupo los alumnos analizan el planteamiento del problema	Redacta la justificación del problema teniendo en cuenta la importancia y propósito de la investigación

UNIDAD IV: EL MARCO TEÓRICO	CAPACIDAD: Argumenta el marco teórico de la investigación que realiza.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	Marco teórico: antecedentes de la investigación: internacionales y nacionales. Bases teóricas y Definición de términos básicos. Enfoque cuantitativo.	Redacta los antecedentes internacionales y nacionales de acuerdo a las pautas señaladas.	Valora la importancia de los antecedentes revisados para incorporar en el marco teórico de la investigación.	El profesor expone con PPT los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y definición de términos básicos. En grupo los alumnos buscan antecedentes, bases teóricas y términos básicos.	Redacta los antecedentes de la investigación. Elabora un esquema de las Bases teóricas de cada variable.
	14	Marco científico: marco referencial, marco teórico. (Enfoque cualitativo)	Construye el marco científico (referencial, y teórico).	Valora la importancia de redactar el marco científico en la investigación de enfoque cualitativo.	El profesor expone con PPT sobre el marco teórico, referencial, (enfoque cualitativo)	Redacta el marco referencial y teórico de la investigación.
	15	Marco científico: marco histórico, marco legal (enfoque cualitativo).	Describe en forma preliminar el marco histórico, legal del tema seleccionado, para una investigación cualitativa.	Valora la importancia del marco histórico, legal del tema seleccionado para una investigación cualitativa.	El profesor expone con PPT el marco histórico, legal de la investigación. En grupo los alumnos analizan el planteamiento del problema.	Redacta el marco histórico y legal de la investigación.
	16	EXAMEN FINAL				

7. EVALUACIÓN

7.1 Rubros

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:

EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

8. Bibliografía

8.1.1 Bibliografía obligatoria

Bunge, M. (1972). *La investigación científica*. España: Ediciones. (Clásico) Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento*. México:

Editorial Litografica Ingramex. (Clásico)

Roberto, S. y otros (2013). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Litografica Ingramex.

Perelló, Salvador (2009). *Metodología de la investigación social*. Madrid: Editorial DYKYNSON. (Clásico)

8.1.2 Bibliografía complementaria

Ander, E. (2001). *Métodos y técnicas de investigación social*. Argentina: Editorial Lumen. (Clásico)

Caballero, A. (2014). *Guías metodológicas para los planes y tesis de maestría y doctorado*. Lima: Editorial Alen Caro.

Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill. (Clásico)

Pérez, G. (2007). *Investigación cualitativa*. Madrid: Editorial la Muralla. (Clásico) Piscoya, L. (1995). *Investigación científica y educativa*. Lima: Amaru editores.

(Clásico)

Salas, E. (2000). *Introducción a la investigación científica*. Lima: Editorial Tarea. (Clásico)

Salkind, N. (1999). *Métodos de la investigación*. Naucalpan de Juárez. Editorial Prentice Hall. (Clásico)

Tamayo, M. (1992). *El proceso de la investigación científica*. Bogotá: Noriega Editores. (Clásico)

8.2. Virtuales

<https://books.google.com.pe/books?id=BhymmEqkkJwC&printsec=frontcover&dq=Investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica&hl=es&sa=X&ei=XSaOVfCtHcqpNsvai3A&ved=0CCcQ6AEwAq#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica&f=false>. El proceso de investigación científica.

<https://books.google.com.pe/books?id=-XG4KMFNnP4C&printsec=frontcover&dq=Investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica&hl=es&sa=X&ei=XSaOVfCtHcqpNsvai3A&ved=0CC0Q6AEwAw#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica&f=false>. Metodología de la investigación científica y tecnológica.

https://books.google.com.pe/books?id=RH_v8jDiHIQC&printsec=frontcover&dq=Investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica&hl=es&sa=X&ei=XSaOVfCtHcqpNsvai3A&ved=0CDMQ6AEwBA#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica&f=false. Metodología formal de la investigación científica .

https://books.google.com.pe/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA72&dq=El+proceso+de+Investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica&hl=es&sa=X&ei=GieOVfbPB4GvggS_oYDYDw&ved=0CC0Q6AEwAw#v=onepage&q=El%20proceso%20de%20Investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica&f=false. Metodología de la investigación.

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO
SÍLABO: TALLER DE PERIODISMO MÓVIL
Código:

1. DATOS GENERALES

1.1. Asignatura	:	Taller de Periodismo Móvil
1.2. Requisito	:	Técnicas del Videoperiodismo
1.3. Ciclo Académico	:	VI
1.4. Periodo Académico	:	2021-2 / VIRTUAL
1.5. Horas Académicas Semanales	:	
Horas de Teoría	:	
Horas de Práctica	:	
1.6. Horas Lectivas Semestrales	:	
Horas de Teoría	:	
Horas de Práctica	:	
1.7. Créditos Académicos	:	4

2. SUMILLA

La asignatura tiene como objetivo el conocimiento del lenguaje y formatos televisivos, así como profundizar nuevas técnicas de Periodismo Móvil y propiciar la adquisición de nuevos conocimientos teóricos y habilidades prácticas, de acuerdo con las necesidades de formación profesional y el avance de nuevas tecnologías.

Comprende las siguientes unidades de aprendizaje:

Unidad 1. Periodismo móvil

Unidad 2. La entrevista y el reportaje en dispositivos móviles

Unidad 3. Producción de contenidos

Unidad 4. Avances en tecnología

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Dominar el manejo de los dispositivos móviles con el objetivo de grabar formatos audiovisuales tanto informativos como de entretenimiento para medios digitales, utilizando las técnicas de grabación, iluminación, efectos digitales y sonorización pertinentes, obteniendo buen resultado.

Lograr un buen manejo de las herramientas tecnológicas para la producción de materiales sonoros y visuales conforme a una estructura narrativa.

4. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Identifica los beneficios del periodismo móvil
- Identifica los componentes y elementos que integran el lenguaje audiovisual
- Muestra cualidades para la realización de trabajos a través del móvil
- Dominio y proyección del periodismo móvil

5. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: PERIODISMO MÓVIL	CAPACIDAD: Identificar los beneficios del Periodismo Móvil					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	Concepto de Periodismo Móvil.	Características básicas	Pautas para el desarrollo de Periodismo Móvil	Identificar los pros y contras.	Vídeo de presentación personal, que incluya lo que cada estudiante espera del curso. Grabado con el teléfono móvil.
	2	Historia, hitos y referentes del periodismo móvil	Antecedentes y evolución	Profundizar los contenidos desde y para el móvil. Realidades y referentes	Crear historias con los elementos básicos	Realizar un listado de noticias que puedan realizarse con equipo móvil
	3	Ventajas del Periodismo Móvil	Técnicas para dispositivos móviles con fines periodísticos.	Habilidades como la narración de historias y verificación de la información	Conocer adecuadamente y utilizar las ventajas del Periodismo Móvil	Realizar ejercicios para transmisiones en vivo
	4	Equipamiento y Aplicaciones	Uso de equipos y aplicaciones útiles para la producción de trabajos periodísticos	Profundizar conocimientos para el uso de equipos y aplicaciones	Dominar el uso de equipos y aplicaciones	Realizar ejercicios para producir grabaciones con móvil

UNIDAD II: LA ENTREVISTA Y EL REPORTAJE EN DISPOSITIVOS	CAPACIDAD: Identifica los componentes y elementos que integran el lenguaje audiovisual					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	5	Grabación y edición con móvil	Manejo de herramientas para la creatividad aplicando el lenguaje audiovisual	Demostrar habilidades en el uso del kit para grabación y edición de trabajos periodísticos	Adecuar el equipo a las necesidades requeridas	Elaborar una noticia o historia. Indicar los equipos y aplicaciones utilizadas
	6	La Entrevista. Definición. El lenguaje televisivo y elementos característicos	Elaboración de entrevistas a través de plataformas o presenciales.	Elaboración de preguntas adecuadas para el entrevistado. Tipo de lenguaje a utilizar	Power Point. Videos de Entrevistas	Prácticas de entrevistas en videos y en plataformas digitales

	7	El reportaje, elaborado con dispositivo móvil	Analiza las características del reportaje con el uso de nuevas herramientas.	Cómo elaborar un reportaje, paso a paso	Identificar reportaje de diferentes características	Demostración de elaboración de mini reportaje
	8	Fases en la elaboración del Reportaje.	Pre producción de reportaje.	Debe utilizar un reportaje	Trabajar con los elementos básicos (Smartphone, micrófonos, iluminación)	Verificar el contenido y tomas del reportaje a elaborar

UNIDAD III: PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS	CAPACIDAD: Mostrar cualidades para la realización de trabajos periodísticos a través del móvil					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	Postproducción de reportaje	En edición mostrar los efectos a realizar	Edición adecuada para mostrar con mayor "emoción" el reportaje	Aprender los efectos y transiciones en la edición.	Mostrar la clase trabajo final
	10	Transmisión en vivo	Las apps para transmitir en vivo. El LIVESTREAMING	Manejo adecuado de plataformas y equipos para la transmisión	Tener criterio periodístico. Práctica en el campo	Realizar transmisión
	11	Contenidos para redes	Proceso de la producción de la noticia	Utilizar técnicas para la producción de contenidos para redes	Trabajo de campo	Realización de historias
	12	Contenido de ficción	Proceso de producción de ficción	Utilizar técnicas para la producción de contenidos de ficción	Organizar grupos de trabajo y que cada uno tenga una función	Conocer la función de cada integrante

UNIDAD IV: AVANCES EN TECNOLOGÍA	CAPACIDAD: Dominio y proyección del Periodismo Móvil					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	Tecnología 4G y 5G	Mejoras en la velocidad de transmisión	Uso de la tecnología	Conocimiento de nuevas tecnologías	Aplicación de nuevas tecnologías
	14	Realidad virtual y video de 360°	Nuevo paradigma en la forma de comunicar	La creación de un entorno digital	Organizar grupos de debates	Exposición de temas
	15	El futuro del Periodismo Móvil.	Proyecciones sobre el futuro de herramientas y opciones laborales	Oportunidades y necesidades del periodismo móvil	Trabajo de investigación	Exposición de investigación
16	EXAMEN FINAL					

6. EVALUACIÓN

6.1 Rubros:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:

EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

7. BIBLIOGRAFÍA

7.1 Físicas

- Manual de periodismo móvil. Ediciones Paraninfo S.A. www.paraninfo.es
Editorial: Paraninfo Autor: VV.AA.

Serrano, P. (2017b). La transformación digital de una redacción y el periodismo móvil (mojo). Barcelona: UOC.

Luque, R. y Domínguez, J. J. (2014). Tecnología Digital y Realidad Virtual. Madrid: Síntesis.

Barroso, J. (1994). Técnicas de realización de reportajes y documentales para televisión. Madrid: IORTV.

7.1 Digitales

Libro electrónico "Hacia el Periodismo Móvil"

Desarrollo del periodismo en línea y móvil en los diarios mexicanos (Lerma, C. y Cobos, T.) Pág. 50 - 71, 2013

<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20190612/462836800351/mobile-journalism-forma-diferente-contar-historias.html>

“Vamos al móvil:

<https://www.youtube.com/watch?v=Q9QQ0UKyCxY>

García, Benjamín. Mojo – Mobile Journalism / Periodismo móvil, pp.1, 36. Revisado 28 de mayo del 2018 desde

Internet: <https://www.slideshare.net/bnjmngrc/mojo-sin-video>

Ballena, María del Carmen. Periodismo móvil, pp.1, 17.

Revisado 28 de mayo del 2018 desde Internet:

<https://www.slideshare.net/MaricarmenBallena/periodismo-mvil-by-maricarmen-ballena>

<https://www.agenciasdecomunicacion.org/noticias-del-sector/el-futuro-del-periodismo-es-movil.html>

<https://blogotomia.com/aulaenred-accion/periodismo-movil-el-nuevo-futuro/>

Sanz, V. et al. (2019). El directo televisivo a través de la tecnología móvil. Disponible en:

<http://comunicacionypensamiento.org/simposios/#>.

Otros recursos:

<http://www.bbc.co.uk/blogs/academy>

<http://www.digitalcamera.es/>

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO
SÍLABO: CREATIVIDAD PUBLICITARIA
Código:

1. DATOS GENERALES

1.1 Asignatura	:	Creatividad Publicitaria
1.2 Requisito	:	Diseño Visual y Expresión Gráfica
1.3 Ciclo académico	:	VI
1.4 Periodo Académico	:	2021-2 / VIRTUAL
1.5 Horas Académicas Semanales	:	
Horas de Teoría	:	
Horas de Práctica	:	
1.6 Horas Lectivas Semestrales	:	
Horas de Teoría	:	
Horas de Práctica	:	
1.7 Créditos académicos	:	4

2 SUMILLA

El curso de creatividad Publicitaria es de naturaleza teórico-práctico cuyo propósito es motivar que el estudiante fortalezca su potencial creativo; y, lo desarrolle a través de sólidos conocimientos teóricos e intensivas prácticas individuales y grupales, así como con talleres de trabajo creativo. Los temas principales son: Principios de la creatividad, generación de ideas, el área creativa, creatividad en medios y campaña publicitaria.

3. CONTENIDOS

- Unidad I: Principios de la Creatividad.
- Unidad II: Generación de Ideas. Redacción publicitaria.
- Unidad III: Área Creativa.
- Unidad IV: Campaña Publicitaria.

4. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

Instrumentales:

Capacidad de búsqueda, análisis, valoración y síntesis de la información.
 Capacidad de elaboración, presentación y defensa de argumentos.
 Corrección, claridad y precisión escrita y oral en las dos lenguas oficiales.

Genéricas personales

Capacidad para adaptarse, trabajar y liderar grupos internacionales y multiculturales, interdisciplinarios, competitivos, cambiantes y complejos. Espíritu crítico.

Genéricas sistémicas

Capacidad de visión creativa.
 Capacidad de observación.
 Capacidad para pensar globalmente.
 Capacidad para ser proactivo, proponer, desarrollar e implementar iniciativas y cambios dentro de la organización. Para la aplicabilidad
 Capacidad para buscar y explotar nuevos recursos de información.

5. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: PRINCIPIOS DE LA CREATIVIDAD.	CAPACIDAD: Al finalizar la primera unidad el estudiante reconoce el proceso creativo y los actores dentro del proceso considerando los hábitos del consumidor.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	Creatividad Teorías del proceso creativo Técnicas del Proceso Creativo Generación de ideas Creatividad local Creatividad internacional	Revisa el contenido del sílabo y realiza preguntas para aclarar sus dudas Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	- Elabora una lista de Publicidad Creativa - Refuerza conocimientos adquiridos con lectura: Cap. 1 Hugo Sánchez Carlessi: ¿Cómo desarrollar el pensamiento creativo?	- Forma equipo de trabajo a fin de realizar trabajos asignados por el docente. - Participa con ejemplos en video y fotografía	Presenta en el tiempo establecido el análisis solicitado Resuelve los ejercicios planteados correctamente e Clasificando los Spots de publicidad Creativa.
	2	Investigación Publicitaria - Comprende la Investigación Publicitaria - El Análisis del Brief - Estrategia de Copy	- Participa activamente en la importancia de la investigación de mercado. - Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	- Redacta un Brief sobre alguna marca o producto. - Lo presenta en la sesión 3	- Participa activamente con ejemplos en video y fotografía - Elabora un Brief publicitario	Resuelve los ejercicios Elaborando una redacción de brief coherente y viable.
	3	Consumidor - Deseos, Necesidades, La pirámide de Maslow, McClelland - El Proceso de Compra - Psicología del Consumo - Comprende el Análisis del consumidor - Desarrolla el concepto de Insight	- Participa activamente de la exposición del profesor sobre: - Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	- Desarrolla un proceso de compra de acuerdo con lo trabajado en sesión. - Es presentado en la sesión 4	Desarrolla ejercicios en base a los ejemplos mostrados en la sesión. Videos PPT Ejercicios elaborados para la sesión Fotografías en digital	Realiza una lista de característica identificando el Proceso de Compra

	4	La Marca y Producto - Definición de marca - Posicionamiento - Relación entre marca y el proceso creativo - Definición del producto - Características y atributos.	- Participa activamente de la exposición del profesor sobre: - Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	Desarrolla ejercicios en base a los ejemplos mostrados en la sesión.	Realiza investigación sobre el posicionamiento de las marcas líderes más importantes del Perú, Es importante la fuente de información. Ese trabajo deberá ser presentado en la sesión 5	presenta reconocimiento o del proceso de compra consideran do los temas expuestos en clase.
--	---	--	---	--	---	---

UNIDAD II: GENERACIÓN DE IDEAS. REDACCIÓN PUBLICITARIA.	CAPACIDAD: El estudiante elabora propuestas publicitarias dentro del marco de un plan estratégico considerando su pertinencia en los medios de comunicación.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	5	Idea, Concepto Slogan - Desarrolla: temas Generando Ideas - Sintetizando mensajes - Manifiestos - Redacta Slogans	- Participa activamente de la exposición del profesor sobre: - Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	Desarrolla ejercicios en base a los ejemplos mostrados en la sesión	Realiza la Estrategia de Copy basados en un brief desarrollado por el docente en clase.	Presenta en el tiempo establecido el análisis solicitado Resuelve los ejercicios planteados correctamente Clasificando los Spots de publicidad Creativa.
	6	El Plan Creativo - Conoce el Plan creativo - Partes del plan creativo - Lo Racional Creativo	- Participa activamente de la exposición del profesor sobre: - Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	Desarrolla ejercicios en base a los ejemplos mostrados en la sesión	Elabora un Plan Creativo de campaña de acuerdo con las indicaciones dadas por el docente.	Presenta en el tiempo establecido el análisis solicitado
	7	El departamento Creativo Su conformación.	- Participa activamente de la exposición del profesor sobre: - Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	Desarrolla ejercicios en base a los ejemplos mostrados en la sesión.	Elabora Organigrama y funciones que tiene una agencia publicitaria.	presenta de manera coherente organigrama desarrollado en clase

	8	Funciones del área de creatividad de las agencias	- Participa activamente de la exposición del profesor sobre: - Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	Desarrolla ejercicios en base a los ejemplos mostrados en la sesión	El desarrollo del trabajo es presentado en la sesión 8. antes del inicio del examen parcial	Participa en clase de forma activa expresando sus ideas asertivamente

CAPACIDAD: El estudiante conoce el funcionamiento del departamento creativo considerando las jerarquías y roles de cada responsable						
UNIDAD III: ÁREA CREATIVA.	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	Creatividad en ATL Conoce propuesta ATL	- Participa activamente de la exposición del profesor sobre: - Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	Desarrolla ejercicios en base a los ejemplos mostrados en la sesión	Realiza Investigación sobre campañas ATL es presentada en la sesión 10.	elabora coherentemente propuesta de creatividad en ATL
	10	Creatividad en BTL Conoce la Propuesta publicitaria BTL	- Participa activamente de la exposición del profesor sobre: - Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	Desarrolla ejercicios en base a los ejemplos mostrados en la sesión	Realiza Investigación sobre creatividad BTL. Es presentada en sesión 11.	Elabora coherentemente propuesta de creatividad en BTL
	11	Creatividad en Medios digitales Conoce campañas de creatividad para medios digitales	- Participa activamente de la exposición del profesor sobre: - Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	Desarrolla ejercicios en base a los ejemplos mostrados en la sesión	Realiza investigación sobre Creatividad en Medios digitales. El trabajo es presentado en la sesión 12	Elabora propuesta de trabajo final de ciclo de acuerdo con las indicaciones presentadas por el docente.

	12	Recursos Creativos • La magia • El humor • La música	• Participa activamente de la exposición del profesor sobre: • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	Desarrolla recursos creativos en base a los ejemplos mostrados en la sesión	Elabora propuestas creativas con mínimos recursos visuales. Presenta avance de trabajo final	Elabora coherentemente un resumen de propuesta creativas.
--	----	--	---	---	---	---

UNIDAD IV: CAMPAÑA PUBLICITARIA.	CAPACIDAD: El estudiante realiza con creatividad campañas publicitarias para diferentes medios considerando el correcto uso de un plan estratégico					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	Diseño de portafolio Creativos	• Participa activamente de la exposición del profesor sobre: • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	Desarrolla ejercicios en base a los ejemplos mostrados en la sesión	Desarrolla e Investiga sobre la Carpeta Publicitaria. Trabajo es entregado en sesión 14	Elabora coherentemente propuesta de carpeta publicitaria.
	14	Conoce la creatividad 360 Elaboración de una campaña, tema integral Elabora guiones de piezas publicitarias para radio y tv.	Analiza la información proporcionada por el docente.	Desarrolla ejercicios en base a ejemplos campaña	Fotografía digital. Piezas mostradas en la sesión	Elabora un guion de campaña publicitaria.
	15	Exposición de la Campaña, trabajo Final.	• Participa activamente de la exposición del profesor sobre: • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente	Desarrolla ejercicios en base a los ejemplos mostrados en la sesión	Redacta guiones para medios tradicionales. Presenta avances del trabajo final.	Elabora un guion de campaña publicitaria.
	16	EXAMEN FINAL				

6. EVALUACIÓN:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:

EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

7. EVALUACIÓN:

CÓDIGO	AUTOR	TÍTULO	AÑO
150.198 MASL	Abraham H. Maslow	La personalidad creadora	2008
153.35 SANC/C	Sánchez Carlessi, Hugo	Cómo desarrollar el pensamiento creativo	2007
659.1 WELL/P 2007	Wells, William	Publicidad: principios y prácticas	2007

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO

SÍLABO: TÉCNICAS DE FACT CHEKING

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1 Asignatura	:	Técnicas de Fact Cheking
1.2 Requisito	:	Ninguno
1.3 Ciclo académico	:	VI
1.4 Periodo Académico	:	2021-2 / VIRTUAL
1.5 Horas Académicas Semanales	:	
Horas de Teoría	:	
Horas de Práctica	:	
1.6 Horas Lectivas Semestrales	:	
Horas de Teoría	:	
Horas de Práctica	:	
1.7 Créditos académicos	:	4

2 SUMILLA

La asignatura pertenece al área de Formación Profesional Especializada y es de naturaleza teórico-práctico. Comprende el estudio de las técnicas de identificación sobre la desinformación que circula en los medios de comunicación y redes sociales, considerando que el periodismo como única fuente confiable de los hechos difundidos, tiene como principio informar de forma oportuna, veraz, con la mayor cantidad de fuentes, verificación de datos con el aporte de fuentes y la tecnología.

3. CONTENIDOS

- Unidad I: Procesos de Verificación Digital, Fact-Checking y Periodismo de Datos
- Unidad II: El desorden de la información Verificación de redes y evaluación de fuentes
- Unidad III: Herramientas contra la desinformación.
- Unidad IV: Producción especializada en los formatos periodísticos.

4. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

- Reconocer las diferencias entre hechos, temas, información y noticias
- Capacidad de evaluación para manejar la precisión, calidad e imparcialidad de las noticias
- Verificación de casos para ofrecer información de alta calidad
- Promover los valores cívicos y la participación democrática del alumno en un ambiente que fortalezca los derechos humanos

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Conoce e identifica los procesos evolutivos y sistemas de la información
- Conoce y analiza la noticia nacional e internacional. Identifica los procesos de la producción y construye productos periodísticos.
- Identifica y maneja las técnicas de diseño y estructura de formatos periodísticos para multiplataforma.
- Maneja el planeamiento, producción y difusión de noticias verificadas.

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: PROCESOS Y SISTEMAS EVOLUTIVOS DE LA RADIODIFUSIÓN Y LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.	CAPACIDAD: Conoce e identifica los procesos evolutivos de las noticias, objetivo y fines					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	Introducción y fundamentos de la asignatura. Las noticias falsas El fake checking, evolución, objetivo, su uso	Identifica los fundamentos de la asignatura. Analiza y comprende la historia de las noticias falsas, el fake checking, y sobre sus efectos en el periodismo	Valora la asignatura en su formación profesional Interés por la investigación de factores evolutivos del fake checking	Interpretan los fundamentos de la asignatura mediante diapositivas Comprenden e indagan el carácter evolutivo de las técnicas del fake checking	Comprende los requisitos y procedimientos de aprobación de la asignatura. Identifica el desarrollo evolutivo de las técnicas del fake checking
	2	El contexto del periodismo de verificación. Cómo hacer periodismo de verificación de datos	Reconoce e objetivo y fines de un material periodístico	Interioriza los elementos del lenguaje usado en la noticia interesada.	Identifican los cambios y fenómenos concurrentes en el periodismo y la sociedad	Interpreta el mensaje de la información real y de la información errónea.
	3	Herramientas y estrategias para detectar información falsa.	Comprenden y diferencian la importancia de las herramientas digitales para verificar la veracidad de la información	Valoran la importancia del producto a través de la investigación	Conocen, analizan, comprenden y diferencian los productos periodísticos	Contrastan la información
	4	La verificación como recurso para la calidad. Tipos de verificación de datos de las fake news	Diferencia los objetivos del público que distribuye fake news	Reconoce el impacto de las noticias con contenido manipulado	Exposición del docente y diálogo.	Diferencia los contenidos engañosos y genuinos

UNIDAD II: LA AUDIENCIA RADIAL Y LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS.

CAPACIDAD: Conoce y analiza la información y desinformación. identifica los procesos de la verificación.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
5	El periodismo ante la desinformación. La desinformación y credibilidad en el ecosistema digital	Diferencia y compara cobertura de la audiencia	Entiende las consecuencias de la “desinformación” e “información errónea”	Exposición del docente, videos y Power point	Reconoce la labor de los actores que promueven la desinformación.
6	Tipos de fuentes y buen uso de ellas. Open Data y Ley de Transparencia	Reconoce las plataformas y herramientas que facilitan la información verdadera	Valora la importancia de los portales públicos	Exposición del docente, videos, audios y Power point	Capacitado para procesar material de las plataformas
7	La desinformación y sus consecuencias legales. Los delitos contra el honor: injuria, calumnia y difamación	Distingue los delitos de injuria, calumnia y difamación.	Valora el derecho de las personas.	Exposición del docente, videos, audios y Power point	Diseña y desarrolla casos legales
8	Cómo detectar e identificar Fake News. 8 pasos para identificar noticias falsas.	Distingue el objetivo y finalidad de una noticia	Valora la comunicación de las noticias verdaderas	Exposición del docente, videos, audios y Power point	Capacidad de interpretación de los hechos reales y de los bulos

UNIDAD III: PLANEAMIENTO Y PRODUCCIÓN RADIAL PARA LA CONSTRUCCIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES.	CAPACIDAD: Identifica y maneja las técnicas para identificación de información real y la falsa					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	Desinformación e información maliciosa	Reconoce los fines de la información maliciosa	Analiza y conoce las estructuras de la información	Exposición del docente, videos, audios y Power point	Identifica los objetivos de la información maliciosa
	10	Los contenidos de la desinformación: el manipulado, el fabricado, falso, impostor	Determina las características de la información dirigida	Desarrolla habilidades para detectar información segada	Exposición del docente, videos, audios y Power point	Elabora un informe, crónica o, semblanza y reportaje de un caso.
	11	La propaganda computacional y sus implicancias en la política.	Desarrolla técnicas para conocer los <i>bots</i> que "apoyan" en Twitter y en Facebook	Actitudes para analizar el flujo de información política en línea.	Exposición del docente, videos, audios y Power point.	Conoce la conducta de los socialmedia que promueven la información desde todos los ángulos .
	12	La "viralidad" y su influencia en el ecosistema de noticias	Conoce la característica de las noticias viralizadas	Identifica el público objetivo de las noticias viralizadas	Exposición del docente, videos, audios y Power point.	Desarrolla noticias de impacto

UNIDAD IV: PRODUCCIÓN ESPECIALIZADA EN RADIO Y MULTIPLATAFORMA	CAPACIDAD: Maneja el uso de programas especializados en detectar la calidad de la información periodística					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	La alfabetización mediática e informacional. Las 5 normas de la alfabetización mediática de la UNESCO	Desarrollan procesos de producción sobre el ecosistema comunicativo	Experimentan las vivencias de elaborar Productos	Aprenden a elaborar Productos de manera eficaz y desarrollar el pensamiento crítico	Sabe cómo, usar y aportar contenido de manera inteligente, tanto en línea como fuera de línea
	14	Método de verificación del debate público. El uso de la inteligencia artificial en la verificación	Aplican los procedimientos de búsqueda	Interés por el manejo de las herramientas de búsqueda	Exposición del docente, videos, audios y Power point.	Producen materiales sobre el tema
	15	La comunicación deontológica, la ética y recomendaciones en materia de periodismo digital.	Revisa los contenidos para conocer sus implicancias	Valora el trabajo en equipo.	Exposición del docente, videos, audios y Power point.	Reflexiona sobre la crisis ética del periodismo y sobre el peligro que tiene para su credibilidad
	16	EXAMEN FINAL				

7. EVALUACIÓN

7.1 Rubros

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:

EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

8. Bibliografía

8.1.1 Bibliografía obligatoria

- Editorial. 1.a Ed.
España. ISBN: 978-84-17114-72-5
- Amorós García, M. (2018). Los medios de comunicación contra las noticias falsas: todo es falso, ¿salvo el periodismo?
- Graves, Lucas (2016). Deciding what's true. The rise of political fact-checking in American journalism. Columbia University Press. ISBN: 978 0231175074
- Hannah Arendt, Verdad y mentira en la política, Página Indómita, 2017
- Rodríguez, C. (2020). Una reflexión sobre la epistemología del factchecking journalism: retos y dilemas. DOI: <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A14>
- Xosé López García, Ana Isabel Rodríguez Vázquez y Lucía Álvarez Gromaz.
Análisis de las experiencias de 'The Washington Post' y 'The Guardian' Analysis of Experiences of 'The Washington Post' and 'The Guardian'

8.2. Virtuales

- 9 Aguayo, A. (2020). Cómo detectar y combatir las Fake News.
<http://www.tepongounreto.org/2020/03/como-detectar-y-combatir-las-fake-news/>
- 10
- 11 FIP, IFJ (s/f). ¿QUÉ SON LAS FAKE NEWS? https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf
- 12
- 13 Gómez, L. (2013) Los mecanismos de lo político en las redes sociales de internet Aposta. Revista de Ciencias Sociales, núm. 58, julio-septiembre, 2013, pp. 1-27 ed. Móstoles, España.
<https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950254001.pdf>
- 14
- 15 Ituassu, A. et.al. (2019). comunicación política, elecciones y democracia: las campañas de DONALD TRUMP Y JAIR BOLSONARO. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/perspectcomun/v12n2/0718-4867-perspectcomun-12-02-00011.pdf>
- 16
- 17 Peña Ascacíbar, G., Bermejo Malumbres, E. y Zanni. (2021). Fact checking durante la COVID-19: análisis comparativo de la verificación de contenidos falsos en España e Italia
- 18
- 19 Ufarte-Ruiz, M.-J., Peralta-García, L., & Murcia-Verdú, F.-J. (2018). Fact checking: un nuevo desafío del periodismo. *Profesional De La Información*, 27(4), 733–741. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>
- 20
- 21 UNESCO (2011). Alfabetización mediática Internacional.
https://informate.campusfad.org/recursos/documentos/AMI_Unesco.pdf
- 22
- 23 UNESCO (2020). Periodismo, noticias falsas & desinformación.
(<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Al utilizar el contenido de la presente publicación, los usuarios
- 24 aceptan las condiciones de utilización del Repositorio UNESCO de acceso abierto
(www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-sp).
- 25
- 26 Rodríguez-Hidalgo, C., Herrero, J., & Aguaded-Gómez, I. (2021). La verificación periodística frente a la mentira
- 27 en los procesos electorales de Ecuador y España. *Universitas*, 34, pp. 39-60.
- 28
- 29 Wilkinson, John-William (2017). “El más que rancio abolengo de las ‘fake news’”.
- 30 La vanguardia, 9 de diciembre. <https://goo.gl/cC7Bfe>
- 31
- 32 Zommer, L. (2014). El boom del fact checking en América Latina. Aprendizajes y desafíos del caso de Chequeado. https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=c6a21701-5f10-84ea-397d-dbc75f1a69fe&groupId=287460

**ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO
SÍLABO: TALLER DE ENTREVISTAS**

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Taller de Entrevistas
1.2	Requisito	:	Ninguno
1.3	Ciclo Académico	:	VI
1.4	Periodo Académico	:	VIRTUAL
1.5	Horas Académicas Semanales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.7	Créditos Académicos	:	3

2. SUMILLA

La asignatura corresponde al área de Formación Profesional Especializada (FPE) del plan de estudios, es de carácter teórico práctico y tiene como propósito crear reportajes de índole televisivo, radial y/o escrito a través de la aplicación de técnicas de observación, investigación, estudio y tratamiento de temas noticiosos, así como de técnicas apropiadas para preparar cuestionarios, y entrevistas.

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Elabora y difunde entrevistas según los parámetros de las técnicas, estilo y ética periodística. Otorga habilidades a los estudiantes para que usen la entrevista como componente esencial en la elaboración de reportajes, crónicas y otras piezas periodísticas, mostrando iniciativa y creatividad en su construcción.

4. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Reconoce los aspectos primordiales de la entrevista, tipos y técnicas.
- Comprende e identifica adecuadamente el proceso de elaboración y redacción de la entrevista periodística.
- Reconoce los aspectos fundamentales de la investigación periodística.
- Desarrolla habilidades para usar la entrevista en la producción y elaboración de reportajes, crónicas y otras piezas periodísticas.

5. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: LA ENTREVISTA. TIPOS Y TÉCNICAS						
CAPACIDAD: Reconoce los aspectos primordiales de la entrevista, tipos y técnicas.						
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro	
1	La entrevista. ¿Qué es? Característica. Cualidades	Reconoce e identifica las características y cualidades de la entrevista	Valora la importancia que tiene la entrevista en el periodismo.	Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Reconoce las características y cualidades de la entrevista	
2	Tipos de entrevista. Ejemplos	Reconoce e identifica los distintos tipos de entrevista periodística	Aprecia las diferencias existentes entre los distintos tipos de entrevistas periodísticas.	Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Diferencia y reconoce los distintos tipos de entrevistas periodísticas.	
3	Tipos de entrevista. Ejemplos	Reconoce e identifica los distintos tipos de entrevista periodística	Aprecia las diferencias existentes entre los distintos tipos de entrevistas periodísticas.	Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Diferencia y reconoce los distintos tipos de entrevistas periodísticas.	
4	Importancia de los datos para realizar una entrevista	Argumenta acerca de la importancia de los datos para realizar una entrevista	Elabora argumentos acerca de la importancia de los datos para realizar una entrevista	Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Argumenta acerca de la importancia de los datos para realizar una entrevista en un debate	

UNIDAD II: PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA ENTREVISTA. ENTREVISTA ESCRITA, RADIAL Y TV

CAPACIDAD: Comprende e identifica adecuadamente el proceso de elaboración y redacción de la entrevista periodística					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
5	La entrevista para prensa escrita. Esquemas. Edición. ¿Qué dejar? Titulares y Entradas. Ejemplos	Discrimina los distintos elementos que permiten elaborar una entrevista escrita	Elabora entrevistas para prensa escrita	Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Redacta correctamente los distintos tipos de entrevistas para prensa escrita
6	La entrevista radial. Consideraciones. La inmediatez del medio. Ejemplos	Discrimina los distintos elementos que permiten elaborar una entrevista radial	Elabora entrevistas para radio	Exposición Separatas Diapositivas. Audios Ejercicios prácticos.	Redacta correctamente los distintos tipos de entrevistas para radio
7	La entrevista TV. Consideraciones. La inmediatez	Discrimina los distintos elementos que permiten elaborar una entrevista televisiva	Elabora entrevistas para TV.	Exposición Separatas Diapositivas. Videos Ejercicios prácticos.	Redacta correctamente los distintos tipos de entrevistas para TV
8	Presentación de trabajo grupal	Aplica y utiliza correctamente los distintos elementos que permiten la elaboración de entrevistas	Elabora entrevistas para prensa, radio y TV.	Exposición	Identifica correctamente los elementos que conforman una entrevista escrita, radial y/o TV.

UNIDAD III: PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN. MANEJO DE FUENTES Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	CAPACIDAD: Reconoce los aspectos fundamentales de la investigación periodística					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	Importancia del periodismo de investigación. Fundamentos. Nociones elementales.	Relaciona al periodismo de investigación con la búsqueda de la verdad oculta.	Valora el aporte del periodismo de investigación.	Exposición Separatas Diapositivas. Videos Ejercicios prácticos.	Distingue al periodismo de investigación como instrumento importante en el periodismo.
	10	Las fuentes de información. Tipos. Selección de fuentes. Valoración. Métodos para obtener información.	Reconoce a las fuentes usadas por el periodismo y diferencia al rumor, la versión, el trascendido y el off the record.	Juzga críticamente a las fuentes periodísticas y asume la importancia que ellas tienen.	Exposición Separatas Diapositivas. Videos Ejercicios prácticos	Distingue el valor de las fuentes en el ejercicio periodístico.
	11	Selección de datos. Pruebas documentales. Casos prácticos	Aplica correctamente los datos y pruebas documentales.	Valora el uso adecuado de los datos y las pruebas documentales.	Exposición Separatas Diapositivas. Videos Ejercicios prácticos	Distingue el valor de los datos y las pruebas documentales en el ejercicio periodístico.
	12	Aspecto ético en la investigación periodística. Importancia de la metodología.	Argumenta acerca de la importancia de la ética en la investigación.	Elabora argumentos acerca de la importancia de la ética en la investigación.	Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Argumenta acerca de la importancia de la ética en un debate.

UNIDAD IV: REDACCIÓN, PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN DE REPORTAJES	CAPACIDAD: Desarrolla habilidades para producir y realizar entrevistas para piezas periodísticas de profundidad como los reportajes					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	El testimonio. Entrevistas para construir reportajes de interés humano.	Reconoce e identifica las características y cualidades del testimonio	Valora la importancia del testimonio en la elaboración de reportajes de interés humano	Exposición Separatas Diapositivas Ejercicios prácticos	Reconoce las características y cualidades del testimonio periodístico.
	14	Las entrevistas periodísticas libres, no estructuradas o interpretativas	Reconoce e identifica las características, cualidades y usos que se le pueden dar a las entrevistas que no responden a estructuras fijas.	Valora la importancia de las entrevistas no estructuradas para elaborar reportajes o crónicas.	Exposición Separatas Diapositivas Ejercicios prácticos	Reconoce las características, cualidades y usos de las entrevistas libres o no estructuradas.
	15	La encuesta, insumo para elaborar piezas periodísticas informativas o interpretativas	Reconoce e identifica las características, cualidades y usos de la encuesta.	Valora la importancia de las encuestas para elaborar piezas periodísticas.	Exposición Separatas Diapositivas Ejercicios prácticos	Reconoce las características, cualidades y usos de las encuestas.
	16	EVALUACION FINAL				

6. EVALUACIÓN

6.1 Rubros:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:

EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

7. BIBLIOGRAFÍA

7.1 Físicas

- Cantavella, J. (2014). *Manual de la entrevista periodística*. Barcelona: Ariel.
- Estremadoyro, J. (2014). *Lecciones de Periodismo Televisivo*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú
- Martín, G. (2015). *Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y del estilo*. Madrid: Thomson Paraninfo.
- Martínez, J. (2010). *Curso general de redacción periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Madrid: Paraninfo.
- Montoya, R. (2013). *El servicio de noticias en el Perú*. Lima: Fondo Editorial San Martín de Porres.
- Rodríguez, J. (2013). *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*. Barcelona: Paidós.

7.2 Virtuales

- Prado, C. (2013). La entrevista periodística. mayo 25, 2016, de prog-edu.org Sitio web: <http://www.prog-edu.org/taller-scratch/la-entrevista-periodistica.pdf>
- El país. (2013). Consejos periodísticos, la entrevista. mayo 26, 2016, de Endesa Sitio web: http://estudiantes.elpais.com/descargas/consejo_entrevista.pdf
- Pizarro, R. (2010). La entrevista periodística. mayo 26, 2016, de Universidad Andrés Bello Sitio web: https://redaccionparamedios.files.wordpress.com/2011/02/apuntes_entrevista_raul_pizarro.pdf
- Lipovich, P. (2015). La entrevista periodística como vínculo intersubjetivo. mayo 26, 2016, de Grijalbo Sitio web: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2147/1856>



ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO
SÍLABO: INGLÉS ESPECIALIZADO 3
Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Inglés Especializado 3
1.2	Requisito	:	Inglés Especializado 2
1.3	Ciclo Académico	:	VI
1.4	Periodo Académico	:	2021-2 / VIRTUAL
1.5	Horas Académicas Semanales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.6	Horas Lectivo Semestrales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.7	Créditos Académicos	:	3

2. SUMILLA

La asignatura corresponde al área de Formación Profesional General del plan de estudios, es de carácter teórico práctico tiene como propósito brindar al estudiante estrategias para organizar y desarrollar sus ideas en el idioma de manera cohesiva en forma oral y escrita, utilizando vocabulario especializado de la carrera de periodismo incluyendo temas como tipo de publicaciones, partes de la prensa escrita, citar fuentes, medios digitales, campos de accionen del periodismo entre otros; las cuales le permitirán abordar temas variados de forma oral y escrita, estando preparados para iniciar, mantener y cerrar una conversación profesional en forma natural, así como redactar cotidianos de su quehacer profesional.

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- **Unidad 1:** La Televisión.
- **Unidad 2:** Producción Televisiva.
- **Unidad 3:** Los nuevos Audiovisuales.
- **Unidad 4:** Los sesgos.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

El estudiante será capaz de describir, entender e interpretar hechos cotidianos, sociales, académicos y culturales con vocabulario y expresiones propias de la especialidad de periodismo, respondiendo asertivamente preguntas formuladas por su interlocutor o lectores..

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Utiliza expresiones y terminología del ámbito de la prensa televisiva.
- Identifica expresiones y terminología apropiadas en la producción televisiva.
- Maneja expresiones y términos apropiados en los nuevos medios.
- Utiliza expresiones y terminología propias del lenguaje televisivo.

6. CONTENIDOS DEL CURSO.

UNIDAD I: LA TELEVISION	CAPACIDAD: Utiliza expresiones y terminología del ámbito de la prensa Televisiva					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	Agencias de Noticias	Solicita opiniones	Trabaja con responsabilidad compartiendo con sus pares	- Lee comprensivamente un artículo de una enciclopedia Columna de consejería y practica un dialogo al respecto.	Redacta una explicación de un tipo de agencia de noticias y como opera
	2	La Televisión 1	Lista el orden de eventos	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	- Lee comprensivamente artículo de una revista y practica un dialogo al respecto.	Redacta un resumen de una entrevista
	3	La Televisión 2	Sugiere una solución	Respeto puntos de vista de sus compañeros	- Lee comprensivamente un reporte y practica un dialogo al respecto.	Redacta un breve reporte sobre las tendencias en la televisión
4	Carreras en la TV	Dialoga acerca de metas	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	- Lee comprensivamente una página web y practica un dialogo al respecto.	Redacta un artículo sobre alguna de las especializaciones de periodista para un periódico universitario.	

UNIDAD II: PRUCCION TELEVISIVA	CAPACIDAD: Identifica expresiones y terminología apropiadas en la producción televisiva					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	5	Equipos de u canal de TV	Expresa sus dudas	Valora el medio ambiente y propone soluciones para su conservación.	Lee comprensivamente un anuncio de puesto de trabajo y practica un dialogo al respecto.	Escribe un email a la gerencia acerca de la entrevista de un postulante
	6	Piezas de una producción en TV	Describe el progreso	Respeto opiniones e ideas de sus compañeros al momento de exponerlas	Lee comprensivamente un listado de acciones a seguir y practica un dialogo al respecto.	Escribe un email del asistente al productor acerca de las tareas por hacer
	7	La ética en la Televisión	Manifiesta su acuerdo con alguna opinión	Muestra interés al escuchar las intervenciones de sus pares.	Lee comprensivamente una columna de opinión y practica un dialogo al respecto.	Escribe una carta de un reportero dirigiéndose al noticiero acerca de la ética
	8	Rating y Publicidad	Da Buenas Noticias	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	Lee comprensivamente un Reporte y practica un dialogo al respecto.	Redacta un reporte sobre los resultados de un programa

UNIDAD III: LOS NUEVOS AUDIOVISUALES	CAPACIDAD: Manejo expresiones y términos apropiados en los nuevos medios					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	Desafíos del Reportero de Noticias	Solicita clarificación	Respeto las intervenciones de sus compañeros.	Lee comprensivamente un Bogspot y practica un dialogo al respecto.	Escribe un email de un estudiante contando un problema con la transmisión
	10	Los Medios Online 1	Hace recordatorios	Se esfuerza por desarrollar los ejercicios propuestos.	Lee comprensivamente un artículo y practica un dialogo al respecto.	Redacta un memorándum del responsable de IT a la gerencia sobre el avance el proyecto
	11	Los Medios Online 2	Habla sobre justicia	Valora la importancia de la lectura como parte de su crecimiento personal y profesional.	Lee comprensivamente un artículo y practica un dialogo al respecto.	Escribe una carta al editor sobre los efectos de la internet en el periodismo
	12	La Publicidad Online	Expone su preocupación y cómo lidiar con ella	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	Lee comprensivamente una página web y practica un dialogo al respecto.	Escribe un correo desde el departamento de publicidad de sitio web sus anunciantes potenciales

UNIDAD IV: LOS SESGOS	CAPACIDAD: Utiliza expresiones y terminología propios del lenguaje televisivo					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	Difamación y calumnia	Define un termino	Respetar las intervenciones desus compañeros.	Lee comprensivamente un capítulo de un libro y practica un dialogo al respecto.	Redacta un párrafo sobre la difamación y la calumnia
	14	Sesgos	Presenta ejemplos	Se esfuerza por desarrollar los ejercicios propuestos.	Lee comprensivamente un capítulo de un libro y practica un dialogo al respecto.	Escribe un email de un alumno a su profesor de periodismo disculpándose su sesgo en la redacción de u articulo
	15	Perspectivas y Opiniones de la Carrera de Periodismo	Pide y Brinda consejo	Valora la importancia de la lectura como partede su crecimiento personal y profesional.	Lee comprensivamente un artículo y practica un dialogo al respecto.	Escribe un registro en el diario de alumno acerca de sus perspectivas sobre el periodismo
16	EXAMEN FINAL					

7. EVALUACIÓN

7.1 Rubros.

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:

EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1 Físicas

Charles Mooe - Jenny Dooley, (2018). Career Paths: Journalism. EEUU: Express Publishing.
Bonner, M. (2012). Basic Focus on Grammar. New York: Longman
Terrones, E. (2010). Diccionario de Inglés para periodistas. Lima: Editores Importadores S.A.
Merriam Webster (2016). Diccionario Español Ingles. EEUU: Merriam-Webster Inc.

8.2 Virtuales

- <http://www.curso-ingles.com/gramatica-inglesa/psimple.php>
- <http://www.englishpage.com/verbpage/simplepresent.html>
- <http://www.inglessencillo.com/presente-simple>
- http://www.myenglishpages.com/site_php_files/grammar-exercise-simple-past.php
- http://www.agendaweb.org/verbs/past_simple-exercises.html
- <http://www.ego4u.com/en/cram-up/grammar/simple-past>
- <http://www.ego4u.com/en/cram-up/grammar/present-progressive/form/exercises?form02>
- <http://www.really-learn-english.com/present-progressive-exercises.html>
- http://www.englisch-hilfen.de/en/exercises/tenses/present_progressive_mix.htm