

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN  
Cursos Electivos Complementarios para la Preinscripción del  
semestre 2020-1

**CCE205      ANÁLISIS MUSICAL**

**Requisito**               : No tiene  
**Profesor**                : Fernando De Lucchi  
**Créditos**                : 2  
**Horas de dictado**     : Dos horas teóricas

**Sumilla:**

La música y el hombre. Del sonido a la música y de la música al arte musical. Elementos de análisis musical: dimensión, sonido, armonía, melodía, ritmo, textura, crecimiento, forma, unidad, variedad, equilibrio. Medios: instrumentos musicales acústicos, electrónicos y voces humanas. Tonalidad, atonalidad, dodecafonía. La evolución musical a lo largo de la historia. Creadores más representativos. Géneros musicales y formas típicas. Introducción al estudio de la música y la imagen.

**CCC352      ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LO AUDIOVISUAL**  
**Debates contemporáneos en comunicación 2**

**Requisito**               : No tiene  
**Profesores**             : Celia Rubina y Miguel Ángel Torres  
**Créditos**                : 3  
**Horas de dictado**     : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Enfoque semiótico en el estudio de lo audiovisual. Introducción a los estudios de la significación en el cine, la televisión y los medios digitales. Conceptos básicos semiológicos. La sintagmática del texto fílmico. Espacio y temporalidad fílmica. Punto de vista fílmico. Prácticas discursivas que rigen formas textuales. Segmentación y reconocimiento de niveles de pertinencia. Del estudio semiótico del cine al estudio semiótico de la televisión. Los tres mundos de la televisión: lo lúdico, lo ficticio y lo real. De la ficción a la realidad fingida. La arquitectura de las series televisivas. Análisis de las formas enunciativas. Narrativa transmediática y dimensión multimedial de los nuevos textos audiovisuales. Aproximaciones a los estudios de recepción desde un enfoque semiótica.

**CCC234      ARTES VISUALES**

**Requisito**               : Completar OC y OE hasta 6to. nivel  
**Profesores**             : Pierre Emile Vandoorne / José Carlos Cano  
**Créditos**                : 2  
**Horas de dictado**     : Dos horas teóricas

**Sumilla:**

El desarrollo de las artes plásticas en la historia del arte Occidental, con énfasis en las artes visuales. Momentos y corrientes artísticas, en las diferentes etapas del desarrollo occidental: arte Bizantino, Gótico, Renacentista, Barroco, Romántico, Impresionista, Vanguardista, Pop Art. Conocimiento de estas corrientes y posibles aplicaciones a la creación visual actual.

### CCC331 CINE LATINOAMERICANO

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Melvin Ledgard  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### Sumilla:

El curso de *cine latinoamericano* es un curso teórico electivo que plantea un panorama comprensible y coherente del cine latinoamericano a través de su historia, se propone que los estudiantes tengan una idea conceptualmente clara de cómo, con qué virtudes y limitaciones, se desarrolló éste en nuestra región del mundo.

Los temas que el curso aborda para su estructuración, son tres momentos elegidos por ser referentes imprescindibles en la historia del cine latinoamericano: El “cine clásico latinoamericano” contemporáneo a los grandes estudios en Hollywood; los “nuevos cines latinoamericanos” de los años sesenta; el cine latinoamericano “globalizado” del presente, incluido el contrapunto de la evolución del cine peruano en este contexto.

### CCC275 COMUNICACIÓN INTERNA Temas de comunicación 3

**Requisitos** : Gestión empresarial y Opinión pública e imagen  
**Profesor** : Marco Estacio  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas y dos horas prácticas

#### Sumilla:

Gestión estratégica de las comunicaciones hacia dentro de las organizaciones. Evolución de una comunicación táctica a una comunicación estratégica, que aporte valor al negocio. Marca Corporativa y Marca Empleadora. Endomarketing. Medios tradicionales y medios alternativos. Gestión de Cambio (Change Management). Fidelización (Engagement). Manejo de indicadores. Habilitamiento de líderes en competencias comunicacionales.

### CCC278 COMUNICACIÓN POLÍTICA

**Requisito** : Opinión pública o Comunicación y conflictos sociales  
**Profesora** : Iris Jave  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### Sumilla:

Análisis de la interrelación entre agentes políticos, medios de comunicación masiva y opinión pública, y el impacto de esta interrelación, tanto en la construcción social de una “realidad política” como en la formulación o modificación de políticas públicas concretas. Se discutirán tres grandes temas: los efectos políticos de los medios de comunicación, los procesos de definición y redefinición de asuntos públicos como “problemas políticos” en la agenda mediática y, el rol desempeñado por los individuos al procesar y darle sentido a la información política a la que son expuestos.

**CCC351 COMUNICACIÓN Y MEMORIA**  
**Debates contemporáneos en comunicación 1**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta 6to. nivel  
**Profesores** : Iris Jave y Werner Jungbluth  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Es un curso teórico que aporta a la competencia genérica de ética y ciudadanía. El propósito es establecer bases para vincular el campo de estudios de la comunicación con los estudios de la memoria social. Inicia por la conceptualización de dos elementos que guiarán las reflexiones y debates durante el semestre. En primer lugar, se trabajan textos clave para los estudios sobre la memoria social; en segundo, se define a la comunicación política como una dimensión de la política especialmente productiva para conectar con los procesos que caracterizan a las sociedades posconflicto. Se privilegia el análisis de los medios de comunicación durante el Conflicto Armado Interno (CAI) en el Perú y la forma en la que estos representan las narrativas del antagonismo en la actualidad, las producciones culturales (cine, novela y gráfica) que remiten a temas y estéticas del periodo y conectan con debates actuales en la esfera pública, y las estrategias de comunicación ciudadana que se observan desde el final del Conflicto hasta el presente.

**CCC359 CULTURAS E IDENTIDADES ANDINAS**  
**Experiencias en comunicación 3**

**Requisitos** : Comunicación para el desarrollo: perspectivas teóricas y Teorías de la comunicación  
**Profesor** : Por definir  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

El curso propone una aproximación a los códigos culturales andinos (lengua, religión, costumbres, arte, modos de vida) en articulación con los diversos contextos geográficos y de carácter social del ande peruano. Plantea una deconstrucción de los imaginarios que la historia oficial ha creado con respecto a mundo andino, así como una visión crítica respecto a los enfoques y prácticas de promoción y desarrollo implementadas por organismos públicos y privados. Así mismo, el curso ofrece un conjunto de herramientas comunicativas básicas en una variedad específica de la lengua quechua. A través de los contenidos y actividades de aprendizaje, la idea es facilitar la construcción de vínculos de comunicación, diálogo y cooperación con personas y comunidades andinas.

**CCC362 DESIGN THINKING**  
**Taller de actualización en comunicación 2**

**Requisitos** : Persuasión, Taller de redacción publicitaria y Taller de imagen publicitaria  
**Profesor** : Gustavo Ruiz  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

Conocimiento, comprensión y aplicación de la herramienta para la generación de soluciones a problemas de comunicación, con énfasis en la creatividad e innovación. Se hará uso intensivo de la metodología, desde la identificación de problemas y necesidades hasta la generación de un diseño de soluciones centradas en las personas.

**CCC240 DIRECCIÓN ARTÍSTICA**

**Requisito** : Realización de audio y video  
**Profesora** : Karen Calderón  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

La investigación previa como punto de partida para la Dirección Artística. Definición del estilo visual del producto audiovisual. Story board, dibujos y maquetas. Conceptos de escenografía y ambientación. Creación de espacios y adecuación de espacios pre-existentes. Vestuario y maquillaje. La utilería y los objetos en el cine y la televisión. Consideraciones de uso del color. Estudio de materiales. Organización de la dirección artística para la producción. Análisis de la dirección artística en diversas películas.

**CCC282 DIRECCIÓN DE ACTORES**

**Requisito** : Realización de audio y video  
**Profesora** : Marianela Vega  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

**Sumilla:**

Principios de la actuación. La acción dramática. La especificidad y la organicidad. Las siete preguntas. El trabajo del director con los actores. Análisis actoral de un texto dramático. Casting y construcción física del personaje. Diferencias entre actuación teatral, cinematográfica y televisiva. El trabajo del director en el set. Montaje de diversos textos con actores profesionales.

**CCC283 FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL**

**Requisito** : Fotografía o Fotoperiodismo  
**Profesoras** : Susana Pastor y Rocío Trigoso  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

**Sumilla:**

Desarrollo de los fundamentos teóricos de la fotografía documental. Revisión de la fotografía documental a través de la historia: los principales representantes, sus propuestas fotográficas y el uso de la palabra. Diferencias y coincidencias entre la foto documental y de reportaje. Realización de un documento fotográfico: desde la búsqueda temática hasta la propuesta de exhibición.

**CCC272 HERRAMIENTAS PARA MEDIOS DIGITALES**  
**Temas de comunicación 2**

**Requisito** : Selección y evaluación de medios  
**Profesor** : Jhonnattan Arriola  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Una hora teórica y cuatro horas prácticas

**Sumilla:**

Introducción y conocimiento de herramientas de Publicidad Digital utilizadas en el mercado actual: AdWords, Analytics, Trends. Elaboración de estructuras para campañas Search. Formatos en Display y publicidad en video. Publicidad en medios de interacción digital. Introducción al planeamiento estratégico mediante el uso de las herramientas presentadas.

**CCC358 MARKETING BTL**  
**Experiencias en comunicación 2**

**Requisitos** : Técnicas y estrategias de marketing 1 y Técnicas y estrategias de marketing 2  
**Profesora** : Viviana Rivas  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

El curso *Marketing BTL* busca acercar a las y los alumnos a los medios de comunicación no masivos y cómo es posible armar campañas en base exclusiva de estos o como complemento de los medios masivos (ATL) mostrando el potencial que poseen como herramientas importantes dentro de la estrategia de comunicación de cualquier producto o servicio, ya sea de grandes corporaciones o de pequeños emprendimientos. Durante el curso se observarán campañas y casos de éxito donde el eje central haya sido el Marketing BTL, así como ver el marco de aplicación en el mercado real. Se trabajará de manera práctica, por parte de los alumnos, el diseño de campañas exclusivas BTL y se trabajarán con lecturas para profundizar los conceptos aprendidos en clase.

**CCC367 MARKETING DIGITAL**  
**Laboratorio de comunicación 2**

**Requisitos** : Técnicas y estrategias de marketing 1, Técnicas y estrategias de marketing 2 y Selección y evaluación de medios  
**Profesora** : Angela Dominguez  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

El curso se enfoca en la gestión de los medios digitales para la construcción de marca y la generación de valor, a través del análisis de casos, proyectos y ejercicios que permitan aplicar los temas presentados. Los alumnos tendrán que elaborar estrategias de comunicación integrada aplicando los conceptos de gestión de audiencias, planificación de medios digitales, marketing de contenidos, publicidad nativa, creatividad digital, viralidad, monetización y medición de resultados. También abordaremos la creación de productos digitales y analizaremos las oportunidades y responsabilidades que presentan las redes sociales, las nuevas plataformas digitales y los avances a nivel

de conectividad y dispositivos móviles, explorando las últimas tendencias del mercado y los nuevos modelos de negocio.

### **CCE274      MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO**

**Requisito** : Teorías de la comunicación  
**Profesor** : Luis Olivera  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

La visión y la misión institucional. Mercados no lucrativos: donadores y clientes. Selección de mercados meta. Planeación del producto y oferta social. Evaluaciones de impacto como mecanismo de comprobación de los planes y metodología del marketing social. Identificación de necesidades y aspiraciones de la población. Formulación de programas de gobierno. Estudio del mercado electoral. El producto - candidato. Concepción y organización de la campaña. Evaluación y análisis de resultados.

### **CCC256      PERIODISMO DEPORTIVO**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta 6to nivel  
**Profesor** : Jaime Pulgar Vidal  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

#### **Sumilla:**

El deporte y sus definiciones como hecho y fenómeno social. Relación entre los medios de comunicación y el deporte. Breve reseña histórica del periodismo deportivo en el Perú. Los géneros periodísticos (tradicionales y 'nuevos géneros') aplicados a la información deportiva. Las diversas fuentes y el lenguaje especializado. La crónica como género distintivo. El tratamiento de la información en la prensa escrita (importante: radio y televisión serán vistos tangencial y complementariamente). La ética en el periodismo deportivo. Las nuevas tecnologías e Internet como un nuevo espacio.

### **CCC276      PERIODISMO Y COMUNICACIÓN AMBIENTAL** **Temas de comunicación 4**

**Requisito** : Redacción para la comunicación  
**Profesor** : Ramiro Escobar  
**Créditos** : 2  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas semanales

#### **Sumilla:**

Este curso procura ubicar al estudiante de Periodismo en uno de los grandes temas contemporáneos: el medio ambiente. Para ello, se dedicará a precisar asuntos básicos cómo qué son los ecosistemas, cómo se generó el calentamiento global, por qué es impactada la biodiversidad, qué provoca la contaminación. También se verán los ángulos políticos, sociales y legales del tema ambiental. Y durante el ciclo se irá encargando a los estudiantes que desarrollen asuntos de este campo en los diversos géneros, como el reportaje, la crónica, el artículo de opinión, la entrevista. Importante

tener conocimientos de redacción y edición para seguirlo. Y sobre todo mucho interés en los temas relacionados con este importantísimo asunto global.

### **CCC361      POLÍTICAS PÚBLICAS Y PROCESOS COMUNICATIVOS** **Taller de actualización en comunicación 1**

**Requisito** : Comunicación para el desarrollo: perspectivas teóricas  
**Profesor** : Sandro Macassi  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

Políticas Públicas y Procesos Comunicativos es un curso electivo de especialidad, busca que los y las estudiantes elaboren conocimientos y construyan capacidades sobre el proceso de formulación, diseño e implementación de las políticas públicas en el Estado, desde una perspectiva comunicativa, con el objeto de aportar desde la comunicación a la gestión de las controversias, la mejora de los procesos participativos de formulación de políticas públicas, y el diseño y de estrategias de abogacía e incidencia pública. En este sentido, el curso desarrolla enfoques conceptuales y metodológicos orientados a comprender los procesos de identificación de asuntos públicos, la definición del problema público, el debate (mediático e interpersonal) de las opciones de política, el diseño normativo y las dinámicas comunicativas de su implementación, con el objetivo de diseñar intervenciones comunicativas que orienten la incorporación de estrategias comunicativas en las unidades del Estado así como también la vigilancia ciudadana y la abogacía de iniciativas que favorezcan la mejora de las condiciones de vida de la población.

### **CCC355      SEMIÓTICA DE LA PUBLICIDAD** **Debates contemporáneos en comunicación 5**

**Requisito** : No tiene  
**Profesores** : Celia Rubina y Miguel Torres  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

Enfoque semiótico de la publicidad. Conceptos básicos: denotación, connotación, pertinencia y coherencia en el mensaje publicitario. Tipos de publicidad (publicidad referencial, mítica, oblicua y sustancial). Tendencias e isotopías de la publicidad contemporánea, temas y valoraciones actuales. La construcción de una identidad: la marca. Observación de prácticas sociales: conociendo al consumidor. La publicidad a través de la web: los signos multimodales, la interacción del consumidor.

### **CCC264      TALLER DE ANIMACIÓN**

**Requisito** : Registro de imagen y audio o Producción audiovisual para el desarrollo o Video reportaje periodístico  
**Profesor** : Hernán Sotomayor  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

**Sumilla:**

Introducción al lenguaje de la animación. De la imaginación a la pantalla, sin recreación física ni actores "reales". La animación y el cine. Orígenes de la animación. La animación bidimensional: trabajo cuadro por cuadro, interpolación y composición final. Construcción de ambientes virtuales, acción virtual y movimientos virtuales de cámara en 2D. Relación entre audio y video en animación. La experiencia sintética o virtual. Estructura y montaje en animación. La percepción motora o vegetativa. Posibilidades del lenguaje animado.

**CCC334 TALLER DE DISEÑO WEB**

**Requisito** : Comunicación y medios digitales  
**Profesor** : Antonio Martinench  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

**Sumilla:**

El curso de *Taller de diseño web* es un curso electivo que busca desarrollar en el alumno una capacidad de análisis de la imagen corporativa, creación de contenidos y su transmisión efectiva en Internet, a través de conocimientos de diseño. Es un curso de carácter teórico-práctico.

Los temas que aborda el curso son los siguientes: elaboración y desarrollo de la estructura, navegación y contenidos de una página web; criterios y factores fundamentales en el diseño web; resolución de pantalla, color y tipografía; formatos gráficos y optimización de ficheros gráficos; la publicidad en Internet; referencias básicas y recursos utilizados en la preparación y creación de un proyecto de diseño web de manera totalmente profesional.

**CCC284 TALLER DE POST-PRODUCCIÓN DE AUDIO**

**Requisito** : Taller de audio  
**Profesora** : Rosa María Oliart  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

**Sumilla:**

Profundización en la post producción de sonido, ejercitando al alumno en la parte operativa de los programas de post producción digital de sonido. La audiovisión, relaciones recíprocas entre sonido e imagen en el proceso narrativo y estético. Continuidad y creación de atmósferas en la banda sonora. Sincronización, edición y procesamiento de sonidos. La banda sonora publicitaria para radio y televisión. Composiciones de spots. La masterización de la mezcla audiovisual como producto final para los diferentes medios.

**CCC354 VIDEOJUEGOS Y CIBERCULTURA  
Debates contemporáneos en comunicación 4**

**Requisito** : Técnicas de guion y Registro de imagen y audio  
**Profesora** : Carmen Rosa Vargas  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas



**Sumilla:**

El crecimiento del ciberespacio como resultado de una revolución joven ávida por experimentar formas colectivas de comunicación diferentes a las que los medios clásicos suelen presentar es una oportunidad para explorar todas sus potencialidades más positivas desde el plano de la industria cultural, del entretenimiento, del espectáculo y de las relaciones comunitarias. Esta revolución, por su naturaleza humana, trae consigo una nueva forma de concebir el mundo, de pensarlo y sobre todo de representarlo a través de nuevos lenguajes. Uno de esos nuevos lenguajes es el videojuego. La representación audiovisual más cotidiana de esa atmósfera contemporánea que es la "ideografía dinámica" del siglo 21. Modelaje de datos y simulación. Un lenguaje que trasciende las palabras, escritas y habladas y que por medio de signos o de imágenes puede ser reproducido y combinado a voluntad.

Aprender a diseñar un videojuego desde una perspectiva cultural, entendiéndolo como un medio de comunicación, analizando su naturaleza y su objetivo comunicacional, concibiéndolo como medio de interacción social que logre transmitir al jugador el contenido ético y estético del mensaje.

El curso estará enfocado en los aspectos conceptuales e hipertextuales, no se abordará programación ni temas de software.

Secretaría Académica  
25 de octubre del 2019