

**FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN**  
**Cursos para el ciclo de verano 2021-0**

**CCC271      ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LO AUDIOVISUAL**  
**Temas de comunicación 1**

**Requisito**                   : No tiene  
**Profesor**                     : Miguel Ángel Torres  
**Créditos**                    : 3  
**Horas de dictado**        : Seis horas teóricas semanales

**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 semiótico.

**CCC278      COMUNICACIÓN POLÍTICA**

**Requisito**                   : Opinión pública O Comunicación y conflictos sociales  
**Profesora**                   : Iris Jave  
**Créditos**                    : 3  
**Horas de dictado**        : Seis horas teóricas semanales

**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.

**CCC359      DISEÑO GRÁFICO APLICADO A LA COMUNICACIÓN PARA EL**  
**DESARROLLO**  
**Experiencias en comunicación 3**

**Requisito**                   : No tiene  
**Profesora**                   : Carolina Arredondo  
**Créditos**                    : 3  
**Horas de dictado**        : Cuatro horas teóricas y cuatro horas prácticas semanales

**Sumilla:**

Se trata de un curso electivo complementario de especialidad, cuyo propósito es que los y las estudiantes construyan capacidades y habilidades para elaborar el concepto, planificar, organizar y expresar de manera gráfica visual contenidos de carácter informativo y educativo, en el marco de proyectos e iniciativas de cambio social y desarrollo humano. En este sentido, el curso aproximará al alumno a los conceptos y herramientas básicas del diseño gráfico sostenible, a los procesos y etapas de planificación de actividades de diseño, al manejo de herramientas informáticas clave para el diseño, así como a enfoques y herramientas para detectar y diagnosticar problemas comunicacionales y proponer alternativas de solución.

**CCC357 EL MUNDO FRENTE A LA CRISIS DEL CORONAVIRUS. UNA MIRADA A LA PANDEMIA DESDE LA POLÍTICA, LA SOCIEDAD Y LA GEOPOLÍTICA****Experiencias en comunicación 1**

**Requisito** : Redacción para la comunicación  
**Profesor** : Ramiro Escobar  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Seis horas teóricas semanales

**Sumilla:**

Este curso electivo se dirige a analizar el impacto de la actual pandemia en el escenario internacional. Comenzará dando las coordenadas básicas del enorme problema sanitario. Luego analizará el papel de China, de Estados Unidos y de otras potencias, y cómo eso está cambiando el eje de las Relaciones Internacionales, la geopolítica y la dinámica de la globalización. También examinará la situación en América Latina, la manera cómo han respondido los Estados, y los casos peculiares, como los de Brasil y Venezuela. Asimismo, estudiará la influencia que ha tenido el factor ambiental en el origen del problema y en la actual crisis, y cómo eso afectará la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por la Organización de las Naciones Unidas. Finalmente, explorará los posibles cambios culturales que podrían venir con esta crisis global.

**CCC367 HERRAMIENTAS AUDIOVISUALES PARA LA INVESTIGACIÓN**  
**Laboratorio de comunicación 2**

**Requisitos** : Realización audio y video, y Métodos y técnicas de investigación 2  
**Profesora** : Paula Chávez  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Cuatro horas teóricas y cuatro horas prácticas semanales

**Sumilla:**

A partir de la experiencia audiovisual, se busca que los estudiantes exploren los recursos visuales y sonoros como herramientas para la investigación en comunicaciones. Partiendo del método etnográfico y con miras a su aplicación en el diseño de un plan de investigación. Retomaremos la teoría y el proceso de investigación cualitativa, así como sus instrumentos y técnicas correspondientes, complementándolos de forma práctica con la aplicación de diversos recursos audiovisuales tales como: la etnografía sonora, el registro fotográfico, la

entrevista y la observación con registro audiovisual, usados en la etnografía documental. Así también, exploraremos en diversas formas creativas de aplicar la herramienta audiovisual promoviendo un acercamiento de tipo sensorial y etnográfico para lograr los objetivos propios de los proyectos de investigación de los estudiantes, apuntando a sus tesis de licenciatura.

**CCC372      MARKETING BTL**  
**Tecnologías de comunicación 2**

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

**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.

**CCC353      STORYTELLING Y NARRATIVAS PERSUASIVAS EN LA**  
**COMUNICACIÓN PUBLICITARIA**  
**Debates contemporáneos en comunicación 3**

**Requisitos** : Persuasión, y Taller de redacción publicitaria  
**Profesora** : Beatriz Donayre  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Seis horas teóricas semanales

**Sumilla:**

El curso de *Storytelling* y narrativas persuasivas en la comunicación publicitaria busca vincular a los alumnos con el concepto de *storytelling* y su poder persuasivo como herramienta de comunicación publicitaria. Los relatos estructurados, que apelan a manifestaciones emocionales y sensoriales, son los que le dan sentido a las diversas propuestas que logran generar atención en la historia de vida de los públicos. El curso se desarrolla dentro del marco de la comunicación y los diversos soportes mediáticos que dan pie a múltiples discursos narrativos. Se estudian temas como la evolución de nuestra identidad a partir de los relatos que nos rodean e interesan, las herramientas que hacen posible el desarrollo de estrategias significativas de *storytelling*, el usuario como agente creador de relatos, la importancia de lo sensorial, verbal y visual de los mensajes, la predominancia del imaginario colectivo y el fortalecimiento de las marcas respecto a sus lazos con los usuarios a partir de sus narraciones persuasivas.

**CCC371 TALLER DE RADIO EDUCATIVA Y COMUNITARIA**  
**Tecnologías de comunicación 1**

**Requisito** : Producción audiovisual para el desarrollo  
**Profesor** : José Arévalo  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Cuatro horas teóricas y cuatro horas prácticas semanales

**Sumilla:**

El curso promoverá la construcción de conocimientos teórico-prácticos respecto a la radio educativa y comunitaria, su rol en procesos de cambio social en América Latina y el Perú, y su configuración como espacio de re-composición del tejido social y lugar de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de democracia. Desarrollará conceptos y herramientas para la producción de programas radiales desde una perspectiva educativa y comunitaria profundizando en las posibilidades que otorga la radio para tejer vínculos con individuos y comunidades en tanto públicos ciudadanos. Ofrecerá conocimientos y herramientas para la re-creación de formatos y géneros radiales, como unidades simbólicas y de significación, que configuran el espacio sonoro en el que las personas se relacionan con otras y van creando, produciendo y disputando sentidos.

Secretaría Académica  
14 de diciembre del 2020