

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN
Cursos Electivos Complementarios para la Matrícula para el
semestre 2021-1

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.

**CCC355 ANTROPOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LAS PRÁCTICAS
INFORMATIVAS (Y DESINFORMATIVAS)
Debates contemporáneos en comunicación 5**

Requisito : Teorías de la comunicación
Profesor : Raúl Castro
Créditos : 3
Horas de dictado : Tres horas teóricas

Sumilla:

Este curso propone el estudio intensivo de la comunicación mediada como el más importante escenario para las contiendas de opinión y la construcción de ideas sobre “la realidad”. ¿Cómo operan las instituciones que definen lo factual en nuestros tiempos, y cómo lo gestionan las audiencias? Desde la antropología política, estudiaremos inicialmente a los medios de comunicación como centros de poder simbólico, con atribución para legitimar nuestras creencias en “hechos”, “verdades” y “noticias”; para pasar luego a investigar las rutinas y prácticas informativas vigentes. También abordaremos los productos de ficción (películas, series, etc.) como modeladores de los mundos en los que creemos habitar y las nuevas prácticas “poplíticas”, como los activismos de *fandoms* o las culturas de la cancelación.

CCC234 ARTES VISUALES

Requisito : Completar OC y OE hasta 6to. nivel
Profesores : Ada María Llosa / 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.

CCC353 COMUNICACIONES Y REPRESENTACIONES DE GÉNERO **Debates contemporáneos en comunicación 3**

Requisito : Teorías de la comunicación
Profesora : Giuliana Cassano
Créditos : 3
Horas de dictado : Tres horas teóricas

Sumilla:

Este curso se orienta al estudio de las representaciones de género en los medios de comunicación. Cine, radio, televisión, prensa, publicidad, fotografía son espacios de construcción de representaciones sociales -que pueden ser observadas desde la categoría de género, para visibilizar la propia organización de nuestro sistema social. Las representaciones sociales son construcciones culturales –aparentemente inmutables- que sin embargo nos permiten aprehender el mundo, relacionarnos con él y observar el conjunto de relaciones que soportan nuestra propia organización social. Y los productos culturales se producen, se negocian, se consumen al interior de un conjunto de relaciones que incorporan una mirada desde la identidad de género.

CCC359 CREACIÓN FOTOGRÁFICA CON DISPOSITIVOS MÓVILES **Experiencias en comunicación 3**

Requisitos : Fotografía O Fotografía documental O Fotoperiodismo
Profesor : Hans Bérrinzon
Créditos : 3
Horas de dictado : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

Sumilla:

Curso teórico-práctico que tiene como objetivo lograr en el estudiante el desarrollo de las competencias necesarias para la producción de un proyecto fotográfico con tecnologías digitales. Se profundizará en el manejo del lenguaje fotográfico como una herramienta de comunicación. Además, mediante la revisión de diversos autores, sus respectivos proyectos fotográficos y metodologías de trabajo se analizará el proceso de edición (selección y post producción) y la construcción de la secuencia fotográfica. Durante las sesiones prácticas, se trabajará con variados recursos digitales (Revelados digitales, Fotomontajes con Adobe Photoshop, Cinemagraph y Stop Motion) y las plataformas de difusión (web, redes sociales, aplicaciones móviles). Se culminará con la realización de un proyecto personal empleando sus dispositivos móviles y teniendo como resultado una publicación digital (Fotolinea o Pequeño fotolibro en versión digital).

CCC271 CULTURAS E IDENTIDADES ANDINAS

Temas de comunicación 1

Requisitos : Comunicación para el desarrollo: perspectivas teóricas Y Teorías de la comunicación
Profesora : Silvia Koc
Créditos : 3
Horas de dictado : Tres horas teóricas

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.

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.

CCC354 DISEÑO DE EXPERIENCIA DE USUARIO (UX DESIGN)

Debates contemporáneos en comunicación 4

Requisito : Técnicas y estrategias de marketing 2
Profesora : Ana Ten
Créditos : 3
Horas de dictado : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

Sumilla:

La experiencia de usuario se manifiesta cuando una persona interactúa con un producto digital, y es un factor crítico para su éxito. El diseñador de experiencia de usuario es capaz de definir esta experiencia a través de sus componentes: usabilidad, accesibilidad, diseño de interacción, estética, utilidad, arquitectura de la información y contenidos. El curso es de carácter teórico práctico: el alumno aprenderá cómo desarrollar proyectos digitales (landing pages, micrositos, sitios web y aplicaciones móviles) con enfoque UX integrando las estrategias, metodologías, técnicas y herramientas clave para crear productos usables, accesibles, útiles y que gusten al usuario final.

CCC286 ECOLOGÍA Y COMUNICACIÓN

Requisito : No tiene
Profesor : Fernando Roca
Créditos : 3
Horas de dictado : Tres horas teóricas

Sumilla:

La dimensión ecológica de la vida cotidiana en el planeta. La amenaza depredadora posindustrial y el desencanto frente a la dificultad para renovar y mantener la riqueza de la vida en la tierra. La comunicación como instrumento y escenario que plantea alternativas de solución a los problemas ecológicos. Estudio de experiencias de comunicación medioambiental para fortalecer a los estudiantes en la relación entre ecología y desarrollo humano.

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.

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.

CCC276 MIRADAS DE ORIENTE: INTRODUCCIÓN AL CINE ASIÁTICO **Temas de comunicación 4**

Requisito : Lenguaje de los medios
Profesora : Jimena Mora
Créditos : 2
Horas de dictado : Dos horas teóricas

Sumilla:

Curso teórico que propone un acercamiento inicial al cine asiático, a través de la filmografía de países como Japón, Corea, Tailandia, India, Taiwán y Hong Kong. La cinematografía de estos países ha sido reconocida internacionalmente por introducir estructuras narrativas y plásticas interesantes e innovadoras. El curso plantea un recorrido por las filmografías más relevantes, controversiales e impactantes de dichos países. Se explorarán diferentes géneros, como el cine de ficción, documental, la animación y también el cine experimental. Será una introducción a las poco conocidas filmografías de directoras asiáticas contemporáneas, al fascinante mundo de la animación japonesa a través del Studio Ghibli, entre otras cinematografías que permitan ampliar el panorama audiovisual de las y los estudiantes.

El curso tiene como finalidad analizar distintas formas narrativas, estéticas y culturales que no corresponden a estructuras normalmente vistas en occidente. Así mismo, se descubrirá a las y los pioneros de cada región y las características que hicieron de sus propuestas cinematográficas un éxito internacional.

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.

CCC351 SEMIÓTICA DE LA PUBLICIDAD **Debates contemporáneos en comunicación 1**

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.

CCC352 TALLER DE ENTREVISTAS **Debates contemporáneos en comunicación 2**

Requisito : Completar OC y OE hasta 6° nivel
Profesora : Rosa María Palacios
Créditos : 3
Horas de dictado : Tres horas teóricas

Sumilla:

En este curso teórico-práctico se aprenderá a realizar entrevistas para plataformas escritas, así como para plataformas audiovisuales, en especial para radio y para televisión. Los alumnos explorarán los objetivos y pertinencia de la entrevista como método, los medios de preparación de esta, la elaboración del cuestionario pertinente, el desarrollo de este, el lenguaje a utilizar y su presentación final a la audiencia, Los alumnos desarrollarán una serie de ejercicios prácticos para cada etapa del curso y trabajarán en varios formatos.

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.

CCC366 VIDEOJUEGOS
Laboratorio de comunicación 1

Requisitos : 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
 10 de marzo del 2021