

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN  
Cursos Electivos Complementarios para la Preinscripción para el  
semestre 2022-2

**CCC358      ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LO AUDIOVISUAL**  
**Experiencias 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 semiótico.

**CCC234      ARTES VISUALES**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta 6to. nivel  
**Profesor** : 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.

**CCC353 COBERTURAS, CAMPAÑAS Y ESTRATEGIAS MEDIÁTICAS DURANTE LA PANDEMIA EN CHINA**  
**Debates contemporáneos en comunicación 3**

**Requisito** : No tiene  
**Profesora** : Patricia Castro  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas  
**Este curso será de modalidad VIRTUAL.**

**Sumilla:**

Este curso aborda en una línea histórica la pandemia en China para identificar, decodificar y comparar las coberturas, campañas y estrategias mediáticas de un régimen autocrático que ejerce el control de los medios de comunicación en el país. Dentro de esta perspectiva histórica en cuatro etapas -brote, cuarentena, monitoreo y vacunación-, se analizan los roles que desempeñaron sus principales actores en los distintos escenarios, desde el gobierno y la sociedad civil, para implementar la estrategia china frente al coronavirus. Durante este proceso, el curso se ha propuesto responder a la pregunta ¿cómo mantiene el gobierno chino el pacto social con su población a través de los medios de comunicación durante la pandemia?

**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.

**CCC357 COMUNICACIÓN Y ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL**  
**Experiencias en comunicación 1**

**Requisito** : No tiene  
**Profesora** : Natalia Consiglieri  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Es un curso teórico-práctico que introducirá el campo de la animación sociocultural y su relación con la comunicación, las artes y la gestión cultural. Se estudiará, con un espíritu crítico, el aporte de recursos comunitarios, culturales y lúdicos en iniciativas que buscan impulsar procesos participativos y de deliberación ciudadana. La asignatura pondrá énfasis en la experimentación y el diseño de propuestas de animación sociocultural que tomen en cuenta el contexto en el que se proponen y los actores sociales involucrados.

### **CCC372 CULTURAS E IDENTIDADES EN LA AMAZONÍA** Tecnologías de comunicación 2

**Requisitos** : Teorías de la comunicación, Y Comunicación para el desarrollo: perspectivas teóricas  
**Profesora** : Ana Molina  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

El curso ofrece una introducción a la historia de la Amazonía que permite comprender la situación actual de la población y el desarrollo de las problemáticas que hoy enfrentan. Asimismo, profundiza en la cosmovisión de las poblaciones indígenas con el objetivo de comprender las dimensiones de aquello que denominamos "identidad". De tal modo, el curso brinda un panorama general que aportará criterios a los estudiantes de comunicación para el desarrollo, para la aplicación de estrategias adecuadas a la realidad de la Amazonía.

### **CCC282 DIRECCIÓN DE ACTORES**

**Requisito** : Realización de audio y video  
**Profesora** : Alexandra Centurión  
**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.

### **CCC366 DIRECCIÓN DE ARTE EN LA PUBLICIDAD** Laboratorio de comunicación 1

**Requisito** : Estética y comunicación  
**Profesora** : Mary Quiroga  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

El pensamiento estratégico publicitario como soporte fundamental para la creación y desarrollo de recursos artísticos y estéticos aplicables a distintos soportes gráficos, sonoros y audiovisuales. El trabajo del director de arte como componente fundamental

del equipo creativo publicitario, desde la concepción de la idea hasta la producción y puesta en escena para la realización. Aplicación de técnicas y nuevas tecnologías digitales en la realización de propuestas de arte para campañas publicitarias integrales en soportes digitales e interactivos.

**CCC355 DIRECTORAS: MIRADAS FEMENINAS EN EL CINE CONTEMPORÁNEO**  
**Debates contemporáneos en comunicación 5**

**Requisito** : Realización de audio y video  
**Profesora** : Marianela Vega  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas  
**Este curso será de modalidad VIRTUAL.**

**Sumilla:**

Curso teórico dedicado la exploración y el análisis de la obra de 7 directoras de diversas procedencias y estilos. Se profundiza en su filmografía, las particularidades de su mirada cinematográfica, los temas recurrentes en su obra, su uso del lenguaje audiovisual y el manejo de la puesta en escena.

**CCC370 DISEÑO Y POSTPRODUCCIÓN DE LA IMAGEN FOTOGRÁFICA EN PUBLICIDAD**  
**Laboratorio de comunicación 5**

**Requisito** : Diseño publicitario  
**Profesor** : Diego Contreras  
**Créditos** : 2  
**Horas de dictado** : Una hora teórica y dos horas prácticas

**Sumilla:**

En este curso, el/la estudiante aprenderá, de manera teórico-práctica, a ejecutar imágenes con propósitos publicitarios, a partir de herramientas, técnicas, métodos, estrategias y perspectivas para abordar la creación de piezas de diseño con base fotográfica para múltiples soportes, desde una perspectiva publicitaria. El curso cubre temas como historia del diseño, historia del diseño publicitario, historia del diseño publicitario en el Perú, la influencia del marketing en el diseño gráfico, la influencia de la fotografía, el video, la dirección de arte y el arte en el diseño gráfico.

**CCC286 ECOLOGÍA Y COMUNICACIÓN**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Víctor Santillán  
**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.

### **CCC354 ESTÉTICA SONORA EN LA NARRATIVA AUDIOVISUAL** **Debates contemporáneos en comunicación 4**

**Requisito** : Taller de audio  
**Profesora** : Rosa María Oliart  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

#### **Sumilla:**

Es un curso teórico-práctico de carácter electivo, vinculado a la reflexión teórica y análisis de la estética del lenguaje sonoro, aplicado a los medios audiovisuales e interactivos, así como a otras artes. Explora la dimensión sonora en el lenguaje audiovisual, las influencias recíprocas entre lo estético y lo narrativo, los aportes contextuales y dramáticos del lenguaje sonoro a la narración audiovisual. Estudia, analiza y propone la generación de identidad a partir de lo sonoro. El alumno investiga y analiza el valor de lo sonoro en los procesos de comunicación audiovisual, construye discursos comunicacionales aplicando una estética sonora pertinente y aplica las tecnologías comunicacionales.

### **CCC371 GESTIÓN DE MARKETING DEPORTIVO** **Tecnologías de comunicación 1**

**Requisito** : Técnicas y estrategias de marketing 1  
**Profesor** : Julio Fonseca  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

#### **Sumilla:**

Es un curso teórico-práctico que tiene como objetivo otorgar conceptos y herramientas de marketing vinculadas al deporte. El curso se estructura en cinco módulos que permitirán al estudiante desarrollar la activación de marcas en eventos, manejo de diferentes tipos de *sponsorship*, gestión de deportista/marca personal y el entendimiento de las posibilidades de difusión del deporte en diferentes medios de comunicación. Así mismo, permitirá experimentar el marketing de la gestión deportiva a nivel público (gobierno), privado (federaciones, instituciones y deportistas) y como herramienta de desarrollo social. Además, contextualiza al estudiante en el Sistema Deportivo Nacional (SISDEN). El curso desarrolla las competencias: gestión de procesos de marketing y comunicación, relaciona actores, trabajo en equipo y actúa éticamente.

### **CCC359 HERRAMIENTAS AUDIOVISUALES PARA LA INVESTIGACIÓN** **Experiencias en comunicación 3**

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

**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.

**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.

**CCC361      HISTORIA DE LA TELEVISIÓN**  
**Taller de actualización en comunicación 1**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : James Dettleff  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

La televisión como fenómeno cultural. Orígenes, evolución y relación con los procesos sociales y políticos. Historia de la televisión en el Perú. Empresas, actores sociales y personalidades. Valor de la memoria audiovisual como parte de la formación de la nación. La televisión y sus modificaciones actuales.

**CCC362      MARCA PERSONAL PARA COMUNICADORES**  
**Taller de actualización en comunicación 2**

**Requisito** : No tiene  
**Profesores** : Carlos Ruiz y Carol Hernández  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

¿Somos capaces de comunicar nuestras ideas adecuadamente y venderlas para convertirlas en proyectos? ¿Somos capaces, en la misma acción, de dar conocer nuestras propias capacidades y generar intención de compra de nuestra marca personal?

A través de un enfoque práctico y participativo, este curso busca potenciar las competencias de cada estudiante y brindarle los recursos necesarios para elaborar y comunicar de forma efectiva ya sea una idea, un proyecto o su propio posicionamiento personal.

### **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** : Ángela 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.

### **CCC271      PERIODISMO Y COMUNICACIÓN AMBIENTAL** **Temas de comunicación 1**

**Requisito** : Redacción para la comunicación  
**Profesor** : Ramiro Escobar

**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**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 que 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, así como las relaciones entre medio ambiente y política internacional. Asimismo, y será fundamental, se explorará las relaciones entre el deterioro ambiental y las pandemias, un asunto crucial en el momento actual. Durante el ciclo se irá encargando a los estudiantes que desarrollen trabajos en géneros o plataformas como el reportaje, la crónica, el artículo de opinión, la entrevista, el podcast o el videoreportaje. Importante tener conocimientos de redacción o de elaboración de materiales audiovisuales. Y sobre todo mucho interés en este importantísimo tema del escenario global. El curso incluye, además, una salida de campo si los protocolos establecidos por la crisis sanitaria lo permiten.

**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.

**CCC374 TALLER DE PODCAST PERIODÍSTICO**  
**Tecnologías de comunicación 4**

**Requisito** : Videoreportaje periodístico  
**Profesores** : Paula Sasaki y Jack Lo  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

Los estudiantes aprenderán a producir piezas de audio atrayentes sin perder la esencia periodística. Se compartirán conocimientos y técnicas, además de aprender a utilizar distintas herramientas digitales que le ayudarán a producir piezas sonoras de impacto. También aprenderán a escribir guiones a grabar y posproducir audios de alta calidad, y a utilizar las distintas herramientas digitales y aplicaciones que faciliten su trabajo. Conocerán técnicas para recrear espacios y situaciones a través del sonido. De la misma manera, aprenderán a editar y mezclar historias de audio. Sin perder de vista los principios y normas de la práctica del periodismo ético, como la búsqueda de la honestidad, la imparcialidad y la diversidad.



**CCC351      TELENOVELA Y GÉNERO**  
**Debates contemporáneos en comunicación 1**

**Requisito** : Teorías de la comunicación  
**Profesoras** : Giuliana Cassano (PUCP) y Lorena Antezana (Universidad de Chile)  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas  
**Este curso será de modalidad VIRTUAL con actividades presenciales.**

**Sumilla:**

Este curso se orienta al estudio de la telenovela como objeto social vinculada a las representaciones de género, espacio de producción y reproducción de la vida cotidiana y de la sociedad. Un producto cultural que dialoga directamente con la propia organización de nuestros sistemas sociales, pues la telenovela delimita –desde el mundo de la ficción- los mandatos morales acerca del Bien y el Mal, el amor y el desamor, e incide en la configuración de nuestras identidades y nuestras prácticas sociales, especialmente las de género.

Secretaría Académica  
27 de mayo del 2022