

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN  
Cursos Electivos Complementarios para la Matrícula para el  
semestre 2023-1

**CCE205 ANÁLISIS MUSICAL**

**Requisito** : No tiene  
**Profesora** : Paula Sasaki  
**Créditos** : 2  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas  
**Este curso será de modalidad VIRTUAL.**

**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.

**CCC234 ARTES VISUALES**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta sexto nivel  
**Profesora** : Ada María Llosa  
**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**

<b>Requisitos</b>	: Técnicas y Estrategias de Marketing 1, Y Métodos y Técnicas de Investigación 1
<b>Profesora</b>	: Grissel Chávez
<b>Créditos</b>	: 4
<b>Horas de dictado</b>	: Tres horas teóricas y dos horas prácticas

#### **Sumilla:**

La gestión estratégica de la comunicación interna se ha convertido en la mejor vía para fortalecer la cultura y coherencia organizacional, transmitir el propósito y sostener el discurso de la organización desde la identidad de la misma, promoviendo que el colaborador se convierta en el principal vocero de la empresa en sus distintos frentes de conversación, así como el principal soporte ante una crisis.

El curso abordará la comunicación interna desde sus cimientos, su soporte desde el entendimiento de los grupos de interés internos y las necesidades de los negocios en un mundo volátil e incierto, así también abordará estrategias para la gestión del cambio, crisis, endomarketing y marca empleadora, y los indicadores para medir el éxito de la gestión.

### **CCC278 COMUNICACIÓN POLÍTICA**

<b>Requisito</b>	: Opinión Pública O Comunicación y Conflictos Sociales
<b>Profesora</b>	: Iris Jave
<b>Créditos</b>	: 3
<b>Horas de dictado</b>	: 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**

<b>Requisito</b>	: No tiene
<b>Profesora</b>	: Natalia Consiglieri
<b>Créditos</b>	: 3
<b>Horas de dictado</b>	: 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.

**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.

**CCC271 CULTURAS E IDENTIDADES ANDINAS**  
**Temas de Comunicación 1**

**Requisitos** : Comunicación para el Desarrollo: Perspectivas Teóricas Y Teorías de la Comunicación  
**Profesora** : Carmen Cazorla  
**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  
**Profesor** : Rafael Polar  
**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** : 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.

## CCC371 DISEÑO DE INTERFACES DE USUARIO (UI DESIGN) Tecnologías de Comunicación 1

**Requisito** : Técnicas y Estrategias de Marketing 1  
**Profesora** : Ana Ten  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

### Sumilla:

El diseño de interfaces de usuario es una actividad indispensable para la creación de productos digitales. El curso es teórico-práctico y está orientado al aprendizaje de las mejores prácticas, herramientas y métodos del diseño UI con un enfoque de experiencia de usuario (UX). Se abordarán temas como diseño responsive, UI kits y sistemas de diseño para la elaboración de páginas web, intranets, aplicaciones móviles y activos digitales de campañas publicitarias (landing pages y mailings). Al final del curso, el alumno podrá crear interfaces usables, accesibles y alineadas a la identidad visual de las marcas a las que pertenecen.

## 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.

## **CCC358 EVOLUCIÓN E HISTORIA DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PUBLICITARIO**

### **Experiencias en Comunicación 2**

<b>Requisito</b>	: Organización Publicitaria
<b>Profesora</b>	: Beatriz Donayre
<b>Créditos</b>	: 3
<b>Horas de dictado</b>	: Tres horas teóricas

**Este curso será de modalidad VIRTUAL.**

#### **Sumilla:**

El curso Evolución e historia del planeamiento estratégico publicitario desarrolla un acercamiento académico a conceptos y teorías que impulsaron y propiciaron, a lo largo de la historia publicitaria, estrategias y miradas con diversos enfoques para resaltar las vinculaciones entre los públicos, los soportes y los contenidos. Muchos de estos conceptos han trascendido hasta nuestros días de modo que será valioso conocer sus orígenes en el marco de épocas donde los inicios y apogeos publicitarios estuvieron enmarcados en contextos norteamericanos e ingleses.

El curso establecerá los períodos y épocas por los que ha ido atravesando la publicidad, así como los momentos claves que han dado origen a herramientas que son de aplicación en las actuales praxis publicitarias a nivel estratégico. Se iniciará haciendo un recuento de la teoría e historia de la publicidad desde los inicios del siglo XX para luego explorar los períodos siguientes hasta llegar a las épocas actuales donde se analizará la evolución y notoriedad de estos conceptos. Así mismo, se resaltan las figuras y autores que estuvieron detrás de las propuestas y teorías estratégicas que a su vez fueron los pioneros en establecer las primeras agencias de publicidad que hoy son ya hitos reconocidos.

## **CCC283 FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL**

<b>Requisito</b>	: Fotografía O Fotoperiodismo
<b>Profesores</b>	: Susana Pastor y Diego Contreras
<b>Créditos</b>	: 4
<b>Horas de dictado</b>	: 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.

## **CCC359 GESTIÓN CULTURAL PARA EL AUDIOVISUAL**

### **Experiencias en Comunicación 3**

<b>Requisitos</b>	: Registro de Imagen y Audio, Y Producción para Medios Audiovisuales
<b>Profesora</b>	: Cynthia Ramírez
<b>Créditos</b>	: 3
<b>Horas de dictado</b>	: Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

Es un curso teórico-práctico que tiene como finalidad entrenar a las y los estudiantes en la conceptualización de la gestión cultural y proporcionar herramientas para la creación de proyectos culturales vinculados con el audiovisual y el cine. Articula las políticas culturales y la legislación vigente, la investigación y el análisis de proyectos culturales con la producción de actividades culturales. Busca desarrollar las siguientes competencias: Gestionar procesos comunicacionales y actuar éticamente.

### **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** : Organización Publicitaria, Y  
 Técnicas y Estrategias de Marketing 1  
**Profesora** : Ángela Domínguez  
**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.

### **CCC372 REPRESENTACIONES FICCIONALES DE LA REALIDAD** Tecnologías de Comunicación 2

**Requisito** : Completar OC y OE hasta quinto nivel  
**Profesor** : James Dettleff  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Este curso analiza las diferentes maneras en que la realidad ha sido convertida en relatos de ficción en comics, películas y productos televisivos, observando la forma en que estas producciones se convierten en constructores de realidades colectivas y mediatizadas, afectando las nociones de realidad, memoria e historia de las sociedades.

### **CCC355 SEMIÓTICA DE LA PUBLICIDAD** Debates Contemporáneos en Comunicación 5

**Requisito** : No tiene  
**Profesores** : Miguel Ángel Torres y Celia Rubina  
**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.

### **CCC369 TALLER DE DESARROLLO AUDIOVISUAL PARA PERIODISTAS** Laboratorio de Comunicación 4

**Requisito** : Completar OC y OE hasta sexto nivel  
**Profesor** : Andy Ortiz  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

**Sumilla:**

Curso taller dirigido a los estudiantes interesados en especializarse en las técnicas de investigación periodística y de realización audiovisual orientadas al gran reportaje y al documental de corte periodístico. El taller hará especial énfasis en el carácter narrativo de las herramientas audiovisuales, como el encuadre, la iluminación, la postproducción y la musicalización, al servicio de contar historias relevantes desde el punto de vista periodístico y de creación de ciudadanía.

Los estudiantes deberán proponer, preproducir, producir, pausar, editar y postproducir un producto periodístico audiovisual en formato de gran reportaje, reportaje de investigación o documental, de entre 20 y 30 minutos de duración, consignando un mínimo de 10 fuentes personales, y sustentando todas sus fuentes documentales, con información corroborada y que haya pasado por el proceso de verificación de la información y de postproducción de la forma final editada, lo que incluye colorización, efectos visuales y musicalización.

**CCC352 TALLER DE ENTREVISTAS**  
**Debates Contemporáneos en Comunicación 2**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta sexto 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.

**CCC354 TALLER DE FACT-CHECKING Y VERIFICACIÓN DEL DISCURSO PÚBLICO**  
**Debates Contemporáneos en Comunicación 4**

**Requisito** : Redacción Periodística  
**Profesora** : Francesca García  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

Este curso proporciona a los y las estudiantes las herramientas fundamentales del fact-checking periodístico para combatir los distintos tipos de desinformación. La asignatura combina la parte teórica - metodológica sobre el fact-checking y la desinformación, con un taller periodístico donde los estudiantes ponen en práctica lo aprendido. Serán capacitados con ejemplos de verificaciones del discurso público y estrategias para combatir la desinformación viral en contextos tan complejos como la pandemia por el COVID-19 y las campañas electorales. Al final del curso, los y las estudiantes adquieren competencias para realizar verificaciones siguiendo los actuales estándares nacionales e internacionales.

## **CCC284 TALLER DE POSTPRODUCCIÓN 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.

## **CCC363 TALLER DE POSTPRODUCCIÓN DE VIDEO** **Taller de Actualización en Comunicación 3**

**Requisito** : Edición de Video  
**Profesor** : Fernando Galván  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

### **Sumilla:**

El curso busca que el alumno desarrolle competencias estéticas, manejo de herramientas y conocimiento del flujo de trabajo circunscrito en el marco de la post producción audiovisual. Analiza cómo el rol del post productor de video está vinculado con el entendimiento del material audiovisual después de la etapa de montaje, el desarrollo de un flujo de trabajo y una propuesta creativa y artística.

## **CCC361 TALLER DE UNIDAD DE CAMPAÑA** **Taller de Actualización en Comunicación 1**

**Requisitos** : Creatividad Publicitaria, Y  
 Taller de Redacción Publicitaria  
**Profesor** : Martín Santiváñez  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

### **Sumilla:**

Una campaña publicitaria abarca el desarrollo de diferentes piezas y formatos que permitan capitalizar creativamente cada medio sea tradicional, no tradicional o digital, manteniendo un único concepto creativo. A través de un enfoque práctico y participativo, este curso busca brindar al estudiante los recursos necesarios para desarrollar una campaña publicitaria con sentido de unidad, que mantenga correctamente el concepto creativo original en sus diferentes ideas y ejecuciones.

Secretaría Académica  
 1 de marzo del 2023