

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN  
Cursos Electivos Complementarios para la matrícula para el  
semestre 2026-1

**CCC351      ANÁLISIS COMUNICACIONALES Y SOCIALES DEL ACTIVISMO  
FEMINISTA**

**Debates Contemporáneos en Comunicación 1**

**Requisito** : Teorías de la Comunicación  
**Profesora** : María Beatriz Arce  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Curso teórico interdisciplinario que revisita la teoría sociológica sobre movimientos sociales y acción colectiva desde una mirada comunicacional a partir del modelo de Comunicación para el Cambio Social (CCS). Se abordarán las nociones del enfoque de género como aspecto transversal a partir de la teoría feminista, y se buscará interpelar a las, los y les participantes para generar una tensión creativa entre puntos de vista divergentes. A través de una metodología activa y participativa, los participantes tendrán la oportunidad de representar diversas posiciones en tensión en relación a las continuidades y discontinuidades en el movimiento feminista manifestadas en el activismo.

**CCE205      ANÁLISIS MUSICAL**

**Requisito** : No tiene  
**Profesora** : Paula Sasaki  
**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.

**CCC234      ARTES VISUALES**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta sexto nivel  
**Profesor** : Sandro Carranza  
**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.

### **CCC271      BRAND EXPERIENCE: PRESENCIALES, DIGITALES E HÍBRIDAS** **Temas de Comunicación 1**

**Requisito** : Técnicas y Estrategias de Marketing 1  
**Profesora** : Viviana Rivas  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

Curso–taller que introduce un enfoque integral del marketing de experiencias como evolución del BTL: desde la estrategia y el diseño (CX/EX) hasta la ejecución de activaciones presenciales, digitales e híbridas y su medición. Integra marcos clásicos y contemporáneos —Economía de la Experiencia, marketing experiencial, service design, customer journey, omnicanalidad— con herramientas creativas para storydoing, sensorialidad, interacción y co-creación. El/la estudiante prototipa y prueba conceptos como pop-ups/brand spaces, eventos, guerrilla, live content, AR/VR y social experiences. Se desarrollan capacidades para planificar, presupuestar, operar y evaluar experiencias con indicadores de marca y negocio (ROX, NPS, brand lift, engagement, conversión), integrando analítica y métodos cualitativos. Al cierre, el/la estudiante diseña, ejecuta y mide experiencias pertinentes al contexto local (cultura, ciudad, normativa) y a objetivos estratégicos.

### **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.

### **CCC372      COLOR AND DISCOURSE: FUNDAMENTALS AND TECHNIQUE IN THE DIGITAL IMAGE** **Tecnologías de Comunicación 2**

**Requisitos** : Edición E  
 Iluminación  
**Profesor** : Brian Bachmann  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

This course examines the role of color as a strategic narrative and technical discourse within the contemporary digital audiovisual landscape. It transitions from passive theory to applied strategy, enabling students to construct complex visual meaning through a deep understanding of digital color science (ACES, HDR), neuroesthetics, and cross-cultural symbolism. The course focuses on the development of critical and technical competencies through professional simulations, such as Color Scripting from 'blind scripts', allowing students to decode and manipulate chromatic language as a primary storytelling tool. By bridging the gap between artistic intention and professional workflows like Look Development and Color Grading, the course equips students with the comprehensive skills required for their future professional. In that sense, they will be capable of defending original visual signatures in an increasingly globalized and technically demanding market.

**CCC352 COMUNICACIÓN POLÍTICA 2.0: TWITTER, TIKTOK E INSTAGRAM EN LAS CAMPAÑAS PRESIDENCIALES EN AMÉRICA LATINA**  
**Debates Contemporáneos en Comunicación 2**

**Requisito** : No tiene  
**Profesora** : Lucia Nuevo  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Este curso examina las estrategias de comunicación digital empleadas en las campañas presidenciales en América Latina, se enfoca en Twitter, TikTok e Instagram, pues son plataformas con usuarios predominantemente millennials y generación Z. El estudiantado analizará cómo las candidaturas y sus equipos utilizan estas plataformas para articular narrativas, movilizar votantes y construir su imagen pública-política. El temario incluye el estudio del mensaje (por ejemplo, formatos de video corto, post, etc.) y el análisis de las audiencias (*engagement*), debido a que la viralización de contenido y el impacto de los algoritmos ha escalado en años recientes en esos grupos etarios. El objetivo es proporcionar una comprensión crítica de los desafíos y oportunidades que las redes sociales de contenido audiovisual representan para la consolidación y/o rupturas de las democracias en nuestra región.

**CCC361 COMUNICACIÓN Y ACCIONES AFIRMATIVAS ANTIRRACISTAS EN EDUCACIÓN Y SALUD**  
**Taller de Actualización en Comunicación 1**

**Requisito** : Comunicación y Medios Digitales  
**Profesora** : Carla Colona  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

En un contexto global marcado por crecientes desigualdades y tensiones raciales, culturales y de identidad, la comunicación juega un papel crucial en la construcción de narrativas inclusivas y en la promoción de acciones afirmativas. Se abordan dinámicas de comunicación en medios digitales en los ámbitos de educación y salud, priorizando estrategias antirracistas que buscan visibilizar y dismantelar las estructuras de discriminación presentes en la sociedad. Se explorarán los conceptos de racismo,

racialización, interseccionalidad y políticas de acción afirmativa, así como su manifestación en plataformas digitales. Por los problemas abordados, el curso se organiza desde una práctica pedagógica situada con el fin de promover habilidades críticas para evaluar y crear contenido que promueva el respeto, la diversidad y la justicia social. Incluye visitas a lugares clave, aproximación histórica y legal, análisis de casos, debate y creación de productos de comunicación digital orientados a la acción afirmativa.

### **CCC355      CREACIÓN ESTRATÉGICA DE BRANDED CONTENT** **Debates Contemporáneos en Comunicación 5**

**Requisito** : Técnicas y Estrategias de Marketing 1  
**Profesor** : Julio Vizcarra  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

El avance de las tecnologías de la información y comunicación han modificado la manera de entender la relación empresa-cliente, la disrupción en los medios de comunicación online crean nuevas formas de relación que toda marca debe manejar para integrarse a nuevos mercados donde la marca aparece y conversa a la par con los clientes.

El Marketing de Contenidos es una herramienta muy poderosa que permite atraer a los usuarios con narrativas que pueden ser informativas, entretenidas o educativas y en el caso del Branded Content transmite los valores de la marca que para mayor consistencia en medios online y offline hace uso de la expansión Transmedia aprovechando las ventajas de cada plataforma.

### **1CCC23      CULTURAS E IDENTIDADES EN LA AMAZONÍA**

**Requisito** : Comunicación para el Desarrollo: Perspectivas Teóricas  
**Profesor** : Fernando Roca  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

Es un curso teórico. Tiene como finalidad introducir a la historia de la Amazonía de tal manera que permita 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 se denomina "identidad". En tal sentido, el curso brinda un panorama general que aportará criterios a los estudiantes para la aplicación de estrategias adecuadas a la realidad de la Amazonía.

### **CCC357      DEL CINE A LA NOVELA GRÁFICA** **Experiencias en Comunicación 1**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Joel Calero  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Es un curso teórico-práctico que -a partir de las habilidades desarrolladas durante la carrera en la concepción y ejecución de obras audiovisuales- busca ampliar el espectro creativo del futuro realizador dotándolos de una metodología para la creación de novelas gráficas, un género que aúna y potencia las virtudes del cine y la literatura. A partir de la lectura y análisis de novelas gráficas paradigmáticas de las principales tendencias narrativas del género, los alumnos abstraen una técnica de construcción y la ponen en práctica en el diseño de sus propios proyectos de novela o relato gráfico. Los alumnos someterán su proyecto, en cada una de las etapas de su desarrollo, al análisis y discusión en clase en sesiones en las que participarán sus compañeros y el profesor.

**CCC240 DIRECCIÓN ARTÍSTICA**

**Requisito** : Realización de Audio y Video  
**Profesora** : Nataly Vergara  
**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.

**1CCC33 DISEÑO DE EXPERIENCIA DE USUARIO (UX DESIGN)**

**Requisito** : Técnicas y Estrategias de Marketing 2  
**Profesora** : Ana Ten  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

Curso teórico-práctico que tiene como propósito profundizar en la relación entre las formas de manifestación de la experiencia de usuario cuando una persona interactúa con un producto digital y su éxito. El curso busca que las y los estudiantes entiendan de qué manera 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. Ellas y ellos aprenderán 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.

**1CCC24 DISEÑO GRÁFICO APLICADO A LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

**Requisito** : No tiene  
**Profesora** : Carolina Arredondo  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

Es un curso teórico-práctico 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.

**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.

**NOTA:** Se requiere de una inversión por parte de los estudiantes para la salida de campo a las Islas Palomino o al lugar al que se realice la excursión.

**CCC353 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y CRECIMIENTO PARA STARTUPS**  
**Debates Contemporáneos en Comunicación 3**

**Requisito** : Técnicas y Estrategias de Marketing 1  
**Profesor** : Jhonnattan Arriola  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

El curso aborda el rol de la comunicación estratégica en el crecimiento y escalamiento de startups. A través de una combinación de teoría, análisis de casos reales y desarrollo de proyectos, los estudiantes comprenderán cómo la comunicación impacta en la construcción de marca, la captación de inversión, la adquisición de usuarios y la expansión de modelos de negocios emergentes. El curso articula herramientas de comunicación, marketing digital, storytelling, y gestión estratégica para diseñar planes de crecimiento sostenibles y creativos aplicados al entorno emprendedor.

## CCC283 FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL

|                         |                                               |
|-------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>Requisito</b>        | : Fotografía O<br>Fotoperiodismo              |
| <b>Profesora</b>        | : Susana Pastor                               |
| <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.

**NOTA:** Es un curso-taller donde el proyecto a realizar colectivamente, requiere de una inversión por parte de los estudiantes para el viaje a la Fiesta de las Cruces en Luricocha, Huanta y para la elaboración del trabajo final.

## 1CCI01 GUION PARA HISTORIETAS

### Seminario Internacional de Comunicaciones 1

(Semana internacional del lunes 16 al viernes 20 de marzo)

|                         |                                                                                                                  |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Requisito</b>        | : No tiene                                                                                                       |
| <b>Profesor</b>         | : Lucas Martins Néia                                                                                             |
| <b>Crédito</b>          | : 1                                                                                                              |
| <b>Horas de dictado</b> | : Tres horas teóricas (virtuales) los días lunes, martes, miércoles, jueves y viernes de la semana internacional |

### Sumilla:

El curso tiene como propósito presentar las especificidades del lenguaje del cómic y de la narración secuencial en viñetas, enfatizando los mecanismos mediante los cuales se estructura el sentido a través de la relación entre imagen y lenguaje escrito. Las clases abordarán cómo se construyen historias a partir de la articulación entre guion, diseño de página, encuadre, ritmo y progresión visual, así como el papel del montaje gráfico en la organización de la experiencia de lectura.

Asimismo, se analizarán distintos géneros, formatos y estilos narrativos, considerando tanto producciones de circulación masiva y franquicias ampliamente consolidadas como obras del circuito independiente y autoral. Este enfoque permitirá discutir las convenciones del medio y, al mismo tiempo, las posibilidades de experimentación formal propias del cómic contemporáneo –como, por ejemplo, las historietas documentales–. De esta manera, se busca promover una mirada crítica sobre el cómic como medio de expresión artística, cultural y política, analizando sus diálogos con el cine, la literatura, el periodismo y otras formas de narrativa visual. También se reflexionará sobre las dinámicas actuales de producción, publicación y circulación de historietas, incluyendo la autopublicación y las plataformas digitales, con el fin de situar la práctica de escritura de cómics dentro de un ecosistema mediático y editorial en constante transformación.

## 1CCC15 HISTORIA DE LA TELEVISIÓN

|                         |                       |
|-------------------------|-----------------------|
| <b>Requisito</b>        | : No tiene            |
| <b>Profesor</b>         | : James Dettleff      |
| <b>Créditos</b>         | : 3                   |
| <b>Horas de dictado</b> | : Tres horas teóricas |



**Sumilla:**

Es un curso teórico que tiene como finalidad analizar a y profundizar sobre la televisión como un fenómeno cultural. Para ello, presentará sus orígenes, su evolución y su relación con los procesos sociales y políticos. Se revisará la historia de la televisión en el Perú con énfasis en las empresas, actores sociales y personalidades más destacadas de su historia. Por último, se reflexionará sobre el valor de la memoria audiovisual como parte de la formación de la nación; así como sobre las modificaciones actuales de la televisión.

**1CCC07 MARCA PERSONAL PARA COMUNICADORES**

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

**Sumilla:**

Es un curso teórico práctico que tiene como finalidad que los estudiantes aprendan a comunicar sus ideas y a venderlas claramente para convertirlas en proyectos. En el mismo sentido, busca que puedan dar a conocer sus propias capacidades y a generar intención de compra de sus marcas personales. A través de un enfoque práctico y participativo, el curso busca potenciar las competencias personales de cada estudiante y brindarles los recursos necesarios para elaborar y comunicar de forma efectiva ya sea una idea, un proyecto o su propio posicionamiento personal. Algunos de los conceptos a revisar y trabajar en el curso son los siguientes: marca personal laboral, empleabilidad, autoconocimiento, storytelling personal e identidad.

**1CCI02 MIGRACIONES CONTEMPORÁNEAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**  
**Seminario Internacional de Comunicaciones 2**  
**(Semana internacional del lunes 16 al viernes 20 de marzo)**

**Requisito** : No tiene  
**Profesora** : Jessica Retis  
**Crédito** : 1  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas (presenciales) los días lunes, martes, miércoles, jueves y viernes de la semana internacional

**Sumilla:**

El seminario ofrece un espacio para analizar y comprender los desplazamientos de población actuales y la manera en que los medios construyen narrativas sobre los migrantes. En un mundo globalizado, los movimientos migratorios alcanzan dimensiones que condicionan la organización social, la política y la cultura en los países de origen, tránsito y destino. La cobertura mediática de estos fenómenos influye en la percepción pública de los inmigrantes, contribuyendo tanto a la visibilización de sus experiencias como a la consolidación de estereotipos. Comprender cómo los medios de información convencionales y las plataformas digitales informan sobre los migrantes es fundamental para evaluar los discursos dominantes, las narrativas omitidas y los efectos de estas representaciones en la opinión pública y en las políticas migratorias.

El seminario propone un enfoque crítico que combina teoría, análisis de casos y reflexión práctica, permitiendo a los estudiantes desarrollar herramientas analíticas para examinar de manera rigurosa la representación mediática de la migración. Se estudiarán ejemplos concretos de cobertura sobre inmigrantes en Perú y sobre inmigrantes latinoamericanos



en Estados Unidos, España, Reino Unido, Francia o Japón, explorando cómo distintos formatos mediáticos construyen narrativas que pueden invisibilizar, simplificar o distorsionar las experiencias de los migrantes. La metodología del curso enfatiza la lectura crítica, la discusión en grupo y el análisis de casos, fomentando la capacidad de los estudiantes para identificar patrones de representación, sesgos, enfoques éticos y limitaciones en la cobertura mediática.

### **CCC358      PERFORMAR LA VIOLENCIA: CINE, MEMORIA Y REPRESENTACIÓN** **Experiencias en Comunicación 2**

**Requisito** : Lenguaje de los Medios  
**Profesor** : Mauricio Godoy  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

Es un curso teórico que tiene como finalidad ver de manera comparativa como se ha representado la violencia, los conflictos armados, las guerras en la historia del cine. Buscando generar enfoques, perspectivas entre el cine peruano y el cine latinoamericano y mundial. A partir de este enfoque se reflexionará sobre las subjetividades que encontramos detrás de toda imagen en movimiento y como esta se pone de manifiesto en las diversas formas de representación que un hecho histórico (con)tiene. Haremos un recorrido por los acontecimientos políticos y sociales más representados en el cine, buscando resaltar dichos periodos en el cine peruano, como las luchas sindicales, las guerrillas de los años sesenta, los movimientos campesinos, el conflicto armado interno, los movimientos feministas, entre otros. Y a partir de este repaso comparativo reflexionar sobre las formas de representación, el dilema ético del realizador, el punto de vista del creador o creadora y la construcción del discurso audiovisual.

### **CCC256      PERIODISMO DEPORTIVO**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta quinto nivel  
**Profesor** : Enrique La Hoz  
**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.

### **1CCC30      TALLER DE ENTREVISTAS**

**Requisito** : No tiene  
**Profesora** : Rosa María Palacios  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Es un curso teórico que tiene como finalidad que los estudiantes aprendan a realizar entrevistas para plataformas escritas y 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.

**1CCC09 TALLER DE PODCAST**

|                         |                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Requisito</b>        | : Registro de Imagen y Audio O<br>Producción Audiovisual para el Desarrollo O<br>Video reportaje Periodístico O Registro Audiovisual para Periodismo<br>O Taller de Herramientas Publicitarias |
| <b>Profesora</b>        | : Paula Sasaki                                                                                                                                                                                 |
| <b>Créditos</b>         | : 4                                                                                                                                                                                            |
| <b>Horas de dictado</b> | : Tres horas teóricas y dos horas prácticas                                                                                                                                                    |

**Sumilla:**

Es un curso teórico práctico cuyo propósito es que los estudiantes aprendan a producir piezas de audio atrayentes sin perder la esencia del comunicador. 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 a mezclar historias de audio sin perder de vista los principios y normas de la práctica ética de la comunicación, como la búsqueda de la honestidad, la imparcialidad y la diversidad.

**1CCC19 TALLER DE POSTPRODUCCIÓN DE VIDEO**

|                         |                                                                   |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <b>Requisito</b>        | : Edición de Video O<br>Edición (para estudiantes del nuevo plan) |
| <b>Profesor</b>         | : Fernando Galván                                                 |
| <b>Créditos</b>         | : 4                                                               |
| <b>Horas de dictado</b> | : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas                     |

**Sumilla:**

Es un curso teórico-práctico cuya finalidad es que los estudiantes desarrollen competencias estéticas, manejo de herramientas y conocimiento del flujo de trabajo circunscrito en el marco de la postproducción audiovisual. Analiza cómo el rol del posproductor 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.

**CCC284 TALLER DE POSTPRODUCCIÓN DE AUDIO**

|                         |                                               |
|-------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>Requisito</b>        | : Taller de Audio                             |
| <b>Profesora</b>        | : Rosa María Oliart                           |
| <b>Créditos</b>         | : 4                                           |
| <b>Horas de dictado</b> | : 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.

**CCC369 TALLER DE VIDEO DOCUMENTAL 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:**

Es un curso teórico práctico que tiene como finalidad el desarrollo de 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.

Las y los estudiantes deberán proponer, preproducir, producir, pausar, editar y posproducir un producto periodístico audiovisual en formato de gran reportaje, reportaje de investigación o documental, 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 posproducción de la forma final editada, lo que incluye colorización, efectos visuales y musicalización.

**CCC359 VIDEOGAMES AND AUDIOVISUAL EXPERIENCES**  
**Experiencias en Comunicación 3**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Leandro Gómez  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

Throughout this course, students will explore how cooperative video games function as interactive audiovisual media capable of fostering social learning, empathy, and teamwork. Through theoretical and practical sessions, the course examines how image, sound, narrative, design, and interactivity can build/create meaningful experiences. Drawing from communication studies, education, and game studies, the course approaches video games as participatory audiovisual texts that communicate values, emotions, and social discourses. Students will be encouraged to critically reflect on and creatively apply these experiences in social and educational contexts.

Secretaría Académica  
 23 de febrero del 2026