

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN  
Cursos Electivos Complementarios para la Preinscripción para el  
semestre 2022-1

**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.

**CCC357      ARTE Y COMUNICACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL**  
**Experiencias en comunicación 1**

**Requisito**                   : Completar OC y OE hasta 6to. nivel  
**Profesora**                   : Lucía Mantilla  
**Créditos**                    : 3  
**Horas de dictado**        : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

El arte y lo cultural tienen un enorme potencial para fortalecer el tejido social, la participación ciudadana y el desarrollo colectivo. El presente curso hace un recorrido teórico-práctico por distintos tópicos como el arte como proceso de comunicación, lo cultural en el desarrollo humano, la animación sociocultural, experiencias de cultura viva comunitaria, políticas culturales de base comunitaria, evidencia del impacto de las artes en la salud y la educación, entre otros. Así mismo, se busca que el participante conecte con su propia capacidad expresiva y creativa como medio para fortalecer su perfil profesional. El curso busca generar una base sólida de conocimientos, enfoques y herramientas para que el estudiante incorpore las artes y lo cultural en futuros proyectos de comunicación.

**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.

### **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 COMUNICACIÓN Y CONFLICTOS CONTEMPORÁNEOS** **Debates contemporáneos en comunicación 3**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta 6to. nivel  
**Profesor** : Ramiro Escobar  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

Una aproximación a los conflictos bélicos y políticos contemporáneos. Partiendo de una panorámica de las tensiones en el mundo actual, se explorarán los casos de Afganistán, Colombia, Venezuela, Nicaragua, Corea, Palestina, Siria, Chile y otros escenarios. El alumno podrá contar con una visión de estos conflictos que tienen una enorme gravitación en la escena internacional, y cuyo conocimiento resulta clave para la cobertura periodística y la cultura política de los comunicadores.

### **CCC271 CULTURAS E IDENTIDADES ANDINAS** **Temas de comunicación 1**

**Requisitos** : Comunicación para el desarrollo: perspectivas teóricas Y Teorías de la comunicación  
**Profesor** : Por definir  
**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.

### **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, microsites, 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.

### **CCC362      DISEÑO DE PRODUCCIÓN** **Taller de actualización en comunicación 2**

**Requisito**                   : Dirección artística  
**Profesora**                   : Karen Calderón  
**Créditos**                    : 3  
**Horas de dictado**        : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

El taller de Diseño de Producción ahonda en los objetivos de la dirección artística, tratando las diferentes especialidades que competen a esta profesión en una industria que exige una visión más amplia y especializada. Se abordarán diferentes tratamientos para áreas escénicas audiovisuales del cine y la televisión, permitiendo a los estudiantes mediante esto acercarse a los medios digitales, elaborar planteamientos desde la investigación profunda de conceptos para cada una de estas áreas y trabajar una visión completa de la propuesta plástico-visual para la escena. El diseño de producción les permitirá el control total de las atmósferas en una producción cinematográfica.

### **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.

## **CCC352 EVOLUCIÓN E HISTORIA DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PUBLICITARIO**

### **Debates contemporáneos en comunicación 2**

**Requisito** : Organización publicitaria  
**Profesora** : Beatriz Donayre  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **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.

## **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.

## **CCC351 INVESTIGACIÓN SOCIAL Y ANÁLISIS DE ACTORES EN TIEMPOS DE DISTANCIAMIENTO SOCIAL**

### **Debates contemporáneos en comunicación 1**

**Requisito** : No tiene  
**Profesora** : Raisa Ferrer  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

El curso-taller se propone desarrollar competencias para el análisis de los actores sociales y políticos, así como de la acción colectiva en general, con el fin de desarrollar intervenciones de comunicación orientadas a generar incidencia pública. Considerando la necesidad de distanciamiento social, el curso explorará herramientas de investigación social alternativas, libres de contacto físico, tales como la netnografía (etnografía virtual), la auto-etnografía y las interacciones en línea, como los formularios en línea, las entrevistas sincrónicas (videollamada, llamada telefónica) y asincrónicas o epistolares (correo electrónico). El diseño del plan de acción partirá del enfoque de comunicación estratégica, se revisará críticamente los conceptos de poder, contrapoder, participación y empoderamiento, desde la perspectiva del derecho a la comunicación.

### **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.

**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.

**CCC358      PERIODISMO Y SALUD PÚBLICA**  
**Experiencias en comunicación 2**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta 6° nivel O Información periodística  
**Profesora** : Francesca García  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Este curso busca introducir al alumno en la reportería especializada de temas y hechos relacionados con la cobertura de salud que ofrecen tanto el Estado como el sector privado. La asignatura proporciona una visión panorámica sobre la situación de la salud en el país: nociones de epidemiología para periodistas, indicadores sobre calidad y esperanza de vida, acceso a infraestructura hospitalaria en el país, investigación y tratamiento de enfermedades endémicas o recurrentes, iniciativas para promover el bienestar y la salud mental de la población, marco legal del derecho a la atención universal. Este curso aporta a las competencias: investiga hechos de relevancia pública y construye discursos periodísticos.

**CCC372      REPRESENTACIONES FICCIONALES DE LA REALIDAD**  
**Tecnologías de comunicación 2**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta 5to. 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** : 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.

**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** : Hernán Sotomayor  
**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.

**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  
31 de octubre del 2021