

SILABO DEL CURSO DE INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

I. INFORMACIÓN GENERAL

Facultad	Comunicaciones	Carrera Profesional	Comunicación Corporativa	Ciclo	1°
Periodo lectivo	2016-I 21/03 – 16/07	Requisitos	Ninguno	Créditos	4
				Horas	8

II. SUMILLA

Introducción a las comunicaciones es un curso de naturaleza teórico-práctica, orientado a familiarizar al estudiante con la identificación, análisis y comprensión de la comunicación como un proceso humano a partir de su sistematización e influencia en las sociedades contemporáneas. Asimismo ofrece al estudiante la oportunidad de desarrollar un proyecto de comunicación orientado a cubrir necesidades específicas de la realidad.

Los temas principales son: La comunicación como proceso, La comunicación desde las audiencias, El encodificador en sus diferentes facetas y escenarios comunicativos, Entornos comunicativos y nuevos medios.

III. LOGRO DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante elabora un proyecto de comunicación orientado a un segmento de público objetivo de acuerdo a las necesidades de comunicación, poniendo énfasis en el conocimiento y comprensión de sus estilos de vida, formas y modos de comunicación

IV. ORGANIZACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNID	NOMBRE / LOGRO DE UNIDAD	SEM	SABERES ESENCIALES
I	LA COMUNICACIÓN COMO PROCESO Al finalizar la unidad, el estudiante organiza esquemas en el que identifica los elementos que conforman y caracterizan los procesos de comunicación con pertinencia	1	<ul style="list-style-type: none"> Definición y propósitos de la comunicación. Historia y orígenes de la comunicación: de la oralidad a la escritura. Comunicación verbal y no verbal. Nuevas maneras de comunicarse a través de Internet.
		2	<ul style="list-style-type: none"> El proceso de comunicación según el modelo de Jakobson. Funciones del lenguaje.
		3	<ul style="list-style-type: none"> El método científico. La observación científica como herramienta de análisis e interpretación de procesos de comunicación.
II	LA COMUNICACIÓN DESDE LAS AUDIENCIAS Al finalizar la unidad, el estudiante describe en un informe los aspectos básicos del comportamiento de las audiencias (receptor/decodificador) en el proceso de comunicación, aplicándolos en el desarrollo de casos.	4	<ul style="list-style-type: none"> Definición y características del comportamiento de la audiencia en el proceso de comunicación.
		5	<ul style="list-style-type: none"> Los públicos peruanos, conocimiento, comprensión, clasificación y características. Las migraciones internas.
		6	<ul style="list-style-type: none"> Los públicos peruanos: clasificación y características según el modelo de Rolando Arellano.
		7	<ul style="list-style-type: none"> Aproximación a estudios cualitativos y cuantitativos. La entrevista en profundidad La encuesta en los estudios de audiencias
		8	<ul style="list-style-type: none"> La interpretación de resultados en la investigación de audiencias. EVALUACIÓN PARCIAL
III	EL ENCODIFICADOR EN SUS DIFERENTES FACETAS Y ESCENARIOS COMUNICATIVOS Al finalizar la unidad, el estudiante describe casos de comunicación sobre los	9	<ul style="list-style-type: none"> La Publicidad. Definición, clasificación y características.
		10	<ul style="list-style-type: none"> La Publicidad. Definición, clasificación y características. El Brief y su importancia
		11	<ul style="list-style-type: none"> El periodismo. Definición, clasificación y características.

aspectos básicos del encodificador en sus diferentes roles, facetas y escenarios de comunicación masiva: periodismo, publicidad, radio, televisión, Internet y redes sociales, con criterio sólido y adecuado a cada realidad	12	<ul style="list-style-type: none"> El periodismo. Definición, clasificación y características.
	13	<ul style="list-style-type: none"> La comunicación audiovisual.
	14	<ul style="list-style-type: none"> La comunicación audiovisual.
	15	<ul style="list-style-type: none"> La comunicación digital. Definición, clasificación y características. La comunicación a través de la multiplataforma digital.
	16	EVALUACIÓN FINAL
	17	EVALUACION SUSTITUTORIA

V. SISTEMA DE EVALUACIÓN

EVALUACIÓN	PESOS	SEM	Descripción de Evaluación
T1	*	3	Presentación de trabajos grupales de observación de procesos de comunicación.
T2	*	5	Exposición del libro asignado del autor Rolando Arellano. "Ciudad de los Reyes, de los Chavez, de los Quispe". De Arellano. Según la tipología descrita identificar en su ciudad/región a los grupos señalados, en especial sus formas comunicacionales. La exposición debe ser creativa.
Evaluación Parcial	20%	8	
T3	*	11	Presenta y expone un caso de comunicación que involucre la comunicación periodística, publicitaria y/o audiovisual desarrollado en Internet o redes sociales.
T4		14	Presenta los avances del trabajo grupal, se califica el aporte individual.
Evaluación Final	20%	16	
Evaluación Sustitutorio	----	17	

*La suma de las notas de trabajos representan el 60% de la calificación final

VI. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

N°	CÓDIGO	AUTOR	TÍTULO	AÑO
1	985 BIBL/14	ARELLANO, Rolando	Ciudad de los Reyes, de los Chávez, de los Quispe.	2010

VII. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

A. ENLACES IMPORTANTES

REFERENCIA	ENLACE
-----	-----

B. MEGAEVENTOS INTERNACIONALES UPN

NOMBRE DEL EVENTO	FECHA
Tony Blair at FMU – Conferencia "Oportunidades y Desafíos de la Comunicación"	14 de abril 2016
Gerencia Estratégica: Más allá del Emprendimiento 2016	24 de Junio 2016