



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

# **UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,  
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**CURRÍCULO DE LA CARRERA PROFESIONAL DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GRADO ACADÉMICO QUE OTORGA:**

**BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TÍTULO PROFESIONAL QUE OPTORGA:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**(Versión Ejecutiva)**

**Fecha de actualización**

**01 de diciembre del 2015**

## **I. OBJETIVOS ACADÉMICOS**

- Formar profesionales emprendedores de alto nivel de preparación científica y tecnológica para responder a las demandas en el campo de la ciencia de la comunicación, basados en sólidos valores humanísticos, éticos y morales al servicio de la sociedad dentro de conceptos y principios sostenibles.
- Enfatizar en el proceso de enseñanza – aprendizaje para el desarrollo de las competencias que preparen al profesional en Ciencias de la Comunicación para enfrentar las situaciones complejas en su desempeño personal, social y profesional.
- Desarrollar las competencias para el trabajo en equipo dando énfasis en las actitudes proactivas, habilidades comunicativas y la capacidad para resolver conflictos con éxito.
- Emplear las nuevas tecnologías de la comunicación en el campo laboral de los diferentes medios de comunicación (radio, prensa y televisión), en las Relaciones Públicas y en Publicidad.
- Formar profesionales que tengan la capacidad y disposición para realizar investigación científica respondiendo a las necesidades del medio laboral.

## **II. PERFIL DEL GRADUADO**

El perfil del graduado comprende un conjunto de competencias básicas pertinentes, las que orientan la formulación de los objetivos académicos.

### **2.1 Competencias genéricas:**

- Muestra un pensamiento flexible y abierto a la dinámica de los cambios científicos y tecnológicos.
- Adopta una actitud científica que le permite actuar en forma fundamentada, objetiva y sistemática en la producción de conocimientos frente a un contexto social y cultural.
- Posee una visión integral para la comprensión cabal del hombre y la sociedad en el campo de las comunicaciones, comprendiendo e internalizando que las actitudes y motivaciones internas del profesional son fundamentalmente en beneficio de la comunidad.

- Valora los conocimientos básicos de las ciencias humanas para la comprensión del presente, pasado y futuro.
- Comprende los procesos globales de la comunicación y de la información teniendo en cuenta su origen y evolución.
- Analiza en forma proactiva y con enfoque multidisciplinario el derecho social de la información, la crisis moral de nuestro tiempo, el marco social, político y económico, así como el avance tecnológico y su entorno.
- Domina el código de la lengua castellana, demostrando claridad, fluidez, coherencia y propiedad tanto en la expresión oral como en la escrita.
- Demuestra una capacidad crítica, creativa y objetiva a través de la lectura y el análisis de la información presentada en distintos soportes.
- Muestra destreza en redacción, estilos narrativos, retóricos, escritos y audiovisuales.
- Es capaz de comunicar de forma sistemática y operativa sus ideas y sus propuestas.
- Conoce, domina, maneja y aplica integralmente los conocimientos adquiridos y el uso de las diferentes tecnologías.
- Investiga la información necesaria en fuentes sonoras, escritas y audiovisuales para la realización de programas de radio y televisión demostrando seriedad y veracidad de las fuentes consultadas.
- Organiza procesos de comunicación para diversos públicos con creatividad y talento a través de plataformas estratégicas.
- Crea productos audiovisuales competitivos para los nuevos soportes audiovisuales.
- Conoce y aplica herramientas de investigación que le permiten establecer diagnósticos y sugerir acciones que mejoren la comunicación entre los diferentes actores sociales.

## **2.2 Competencias específicas**

El estudiante de nuestra Escuela Profesional tiene la posibilidad de elegir una línea de énfasis para fortalecer sus conocimientos, habilidades y destrezas en un área específica es por ello que resulta relevante citar el perfil profesional para cada enfoque profesional:

- Cuenta con los criterios y herramientas que le van a permitir ser un conocedor del contexto social, cultural, político, económico y empresarial en el que se desarrollará su trabajo.

- Su formación humanística y científica le permitirá ejercer de manera responsable y con un compromiso ético frente a la sociedad.
- Aplica a la realidad de las organizaciones, medios de comunicación, agencias de publicidad y firmas consultoras, sus conocimientos y habilidades personales y profesionales.

## **PUBLICIDAD**

- Investiga la información necesaria para conocer en profundidad el comportamiento de los consumidores, del mercado, de productos, servicios y marcas, para el desarrollo de proyectos de comunicación en función a las necesidades de los diversos targets.
- Analiza y define el desarrollo de planes de comunicación, respondiendo a las exigencias del anunciante, del mercado, y de las condiciones y naturaleza del producto, servicio y marca.
- Adquiere la competencia necesaria para desarrollar proyectos de comunicación publicitarios (campañas publicitarias) y las acciones de comunicación de diversa índole.
- Asesora y coordina campañas publicitarias, aplicando los nuevos avances tecnológicos.

## **RELACIONES PÚBLICAS**

- Identifica y conoce la cultura propia de la organización y la forma como ésta interactúa tanto con sus públicos internos como externos para generar confianza y credibilidad a través del diseño de campañas persuasivas.
- Desarrolla una capacidad analítico – crítica e interpretativa para la toma efectiva de decisiones y la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad ejecutable, que permita demostrar resultados.
- Comprende las bases psicológicas de la comunicación y de la información (percepción, atención, memoria, motivación, etc.) así como las bases psicosociales (actitudes, interacción social, entre otros).

- Aplica una actitud estratégica que le permita la anticipación y adaptación a los cambios, detección de problemas, así como la resolución efectiva de conflictos.

### **PERIODISMO PARA MULTIPLATAFORMAS**

- Investiga la información necesaria en fuentes orales, escritas y audiovisuales para la realización de programas y publicaciones buscando y demostrando seriedad de las fuentes consultadas.
- Maneja con propiedad las nuevas plataformas de la comunicación, adaptando los contenidos a las características del medio.
- Redacta, edita y diseña publicaciones en línea e impresas teniendo en cuenta el dominio del idioma castellano, el lenguaje periodístico, el diseño y la arquitectura de la información.
- Crea, produce, administra y edita proyectos de comunicación propios o por encargo de terceros, cumpliendo con los estándares de calidad profesional y conociendo las necesidades de información del público.

### **COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

- Crea, administra y produce proyectos de comunicación para radio y televisión propios o por encargo de terceros, cumpliendo con los estándares de calidad profesional, conociendo las necesidades de información del público.
- Organiza mensajes para las nuevas plataformas digitales utilizando las nuevas tecnologías de radio y televisión.
- Planifica productos audiovisuales de diversos géneros y formatos televisivos y radiales de acuerdo a los intereses del público.
- Produce y realiza programas radiales y televisivos de distintos géneros y formatos, en concordancia con la línea editorial del medio.

### III. PLAN DE ESTUDIOS

CICLO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	AREA CURRICULAR
PRIMERO	ACTIVIDADES I		0	32	32	1	GENERAL
	LENGUA		32	64	96	4	GENERAL
	MATEMÁTICA		32	64	96	4	GENERAL
	MÉTODOS DE ESTUDIO		32	64	96	4	GENERAL
	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN		64	0	64	4	ESPECÍFICA
	FILOSOFÍA Y ÉTICA I		64	0	64	4	GENERAL
	INGLÉS INTRODUCTORIO I		0	32	32	1	GENERAL
						22	
CICLO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	AREA CURRICULAR
SEGUNDO	ACTIVIDADES II	ACTIVIDADES I	0	32	32	1	GENERAL
	FILOSOFÍA Y ÉTICA II	FILOSOFÍA Y ÉTICA I	64	0	64	4	GENERAL
	ECONOMÍA		32	32	64	3	GENERAL
	ESTADÍSTICA	MATEMÁTICA	32	32	64	3	GENERAL
	PSICOLOGÍA		32	32	64	3	GENERAL
	CONSTITUCIÓN Y CIENCIA POLÍTICA		64	0	64	4	GENERAL
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN, TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	INGLÉS INTRODUCTORIO II	INGLÉS INTRODUCTORIO I	0	32	32	1	GENERAL
						22	
CICLO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	AREA CURRICULAR
TERCERO	FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS		64	0	64	4	ESPECÍFICA
	REDACCIÓN I	LENGUA	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	NARRATIVA AUDIOVISUAL	LENGUA	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	FOTOGRAFÍA		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	COMUNICACIÓN COMERCIAL		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	DISEÑO GRÁFICO I		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	INGLÉS BÁSICO I		0	64	64	2	ESPECÍFICA
						21	
CICLO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	AREA CURRICULAR
CUARTO	FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN RADIAL		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	REDACCIÓN II	REDACCIÓN I	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	LENGUAJE AUDIOVISUAL	NARRATIVA AUDIOVISUAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA

	SEMIÓTICA		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	COMUNICACIÓN DIGITAL		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	COMUNICACIÓN CORPORATIVA	FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	64	0	64	4	ESPECÍFICA
	INGLÉS BÁSICO II	INGLÉS BÁSICO I	0	64	64	2	ESPECÍFICA
						<b>21</b>	
<b>CICLO</b>	<b>ASIGNATURAS</b>	<b>PRE -REQUISITO</b>	<b>HORAS TEORÍA</b>	<b>HORAS PRACTICA</b>	<b>TOTAL HORAS</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>AREA CURRICULAR</b>
QUINTO	RADIO INFORMATIVA	FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN RADIAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	PERIODISMO DEPORTIVO	REDACCIÓN II	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y MEDIOS INTERACTIVOS	TÉCNICAS Y LENGUAJE DEL VIDEO DIGITAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA RELACIONES PÚBLICAS	COMUNICACIÓN CORPORATIVA	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	RELACIONES PÚBLICAS FINANCIERAS		64	0	64	4	ESPECÍFICA
	DISEÑO GRÁFICO II	DISEÑO GRÁFICO I	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	INGLÉS INTERMEDIO I	INGLÉS BÁSICO II	16	32	48	2	ESPECÍFICA
						<b>21</b>	
<b>CICLO</b>	<b>ASIGNATURAS</b>	<b>PRE -REQUISITO</b>	<b>HORAS TEORÍA</b>	<b>HORAS PRACTICA</b>	<b>TOTAL HORAS</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>AREA CURRICULAR</b>
SEXTO	PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN RADIAL	RADIO INFORMATIVA	32	64	96	4	ESPECÍFICA
	PERIODISMO DE OPINIÓN	PERIODISMO DEPORTIVO	32	64	96	4	ESPECÍFICA
	FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE LA PRENSA TELEVISIVA	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y MEDIOS INTERACTIVOS	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA LAS RELACIONES PÚBLICAS	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	MARKETING ESTRATÉGICO I	COMUNICACIÓN COMERCIAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	CINEMATOGRAFÍA		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	INGLÉS INTERMEDIO II	INGLÉS INTERMEDIO I	16	32	48	2	ESPECÍFICA
						<b>22</b>	
<b>CICLO</b>	<b>ASIGNATURAS</b>	<b>PRE -REQUISITO</b>	<b>HORAS TEORÍA</b>	<b>HORAS PRACTICA</b>	<b>TOTAL HORAS</b>	<b>CRÉDITOS</b>	
SEPTIMO	FICCIÓN Y ARTE SONORO	PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN RADIAL	32	64	96	4	ESPECÍFICA
	RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	REDACCIÓN PARA LAS RELACIONES PÚBLICAS		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	CREATIVIDAD Y REDACCIÓN PUBLICITARIA	COMUNICACIÓN COMERCIAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA

	MARKETING ESTRATÉGICO II	MARKETING ESTRATÉGICO I	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	PERIODISMO DE TELEVISIÓN	FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE LA PRENSA TELEVISIVA	32	64	96	4	ESPECÍFICA
	INGLÉS AVANZADO I	INGLÉS INTERMEDIO II	16	32	48	2	ESPECÍFICA
						<b>22</b>	
<b>CICLO</b>	<b>ASIGNATURAS</b>	<b>PRE -REQUISITO</b>	<b>HORAS TEORÍA</b>	<b>HORAS PRACTICA</b>	<b>TOTAL HORAS</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>AREA CURRICULAR</b>
OCTAVO	GESTIÓN Y MARKETING RADIAL	FICCIÓN Y ARTE SONORO	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	COMUNICACIÓN DE RIESGOS Y CRISIS	RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	GESTIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS AUDIOVISUALES		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	MÉTODOS DE ESTUDIO	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	ESTRATEGIA DE MEDIOS	COMUNICACIÓN COMERCIAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN	PERIODISMO DE TELEVISIÓN.	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	ELECTIVO I		16	32	48	2	ESPECIALIDAD
	INGLÉS AVANZADO II	INGLÉS AVANZADO I	16	32	48	2	ESPECÍFICA
						<b>22</b>	
<b>CICLO</b>	<b>ASIGNATURAS</b>	<b>PRE -REQUISITO</b>	<b>HORAS TEORÍA</b>	<b>HORAS PRACTICA</b>	<b>TOTAL HORAS</b>	<b>CRÉDITOS</b>	
NOVENO	ELECTIVO II	Cursos I a VIII	64	416	480	17	ESPECIALIDAD
	SEMINARIO DE TESIS I		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	INGLÉS: GRAMÁTICA Y CONVERSACIÓN I	INGLÉS AVANZADO II	16	32	48	2	ESPECÍFICA
						<b>22</b>	
<b>CICLO</b>	<b>ASIGNATURAS</b>	<b>PRE -REQUISITO</b>	<b>HORAS TEORÍA</b>	<b>HORAS PRACTICA</b>	<b>TOTAL HORAS</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>AREA CURRICULAR</b>
DÉCIMO	SEMINARIO DE TESIS II	SEMIN. TESIS I	32	32	64	3	ESPECIALIDAD
	INGLÉS: GRAMÁTICA Y CONVERSACIÓN II		16	32	48	2	ESPECÍFICA
	ELECTIVO III	ELECTIVO II	32	480	512	17	ESPECÍFICA
						<b>22</b>	
<b>TOTAL CRÉDITOS</b>						<b>217</b>	



ELECTIVO I - VIII CICLO:	
<b>Periodismo:</b> Taller de Productos Periodísticos (Periódico Redacción)	2
<b>Televisión:</b> Taller de escritura para la televisión	
<b>Publicidad:</b> Plannig Estratégico	
<b>Relaciones Públicas:</b> Relaciones Públicas Internacionales.	
<b>Radio:</b> Taller de radio por Internet (Radiodialnet.com)	

ELECTIVO II - IX CICLO	
<b>Publicidad y Relaciones Públicas:</b> Taller Gestión de Proyectos De Relaciones Públicas y Taller de Comunicación Publicitaria Integral I	17
<b>Audiovisuales:</b> Taller de Producción Televisiva Digital y Taller De Proyectos y Realización Radial (Audiovisuales)	
<b>Periodismo:</b> Taller de Periodismo para Multiplataformas I (Periodismo)	

ELECTIVO III - X CICLO	
<b>Publicidad y Relaciones Públicas:</b> Taller de Consultoría Estratégica de Relaciones Públicas y Taller de Comunicación Publicitaria Integral II (Relaciones Públicas Y Publicidad)	17
<b>Audiovisuales:</b> Taller de Producción Televisiva Digital II y Taller de Proyectos y Realización Radial II (Audiovisuales)	
<b>Periodismo:</b> Taller de Periodismo para Multiplataformas II (Periodismo)	

ÁREAS	CRÉDITOS ACADÉMICOS	% CRÉDITOS
GENERAL	40	18%
ESPECÍFICOS	177	82%
ESPECIALIDAD		

# IV. MALLA CURRICULAR



