

sílabo

PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN

I. Datos Informativos

Código	:	202003
Carrera	:	Comunicación, Comunicación Audiovisual y Cine, Comunicación y Publicidad Transmedia, Comunicación e Imagen Corporativa, Comunicación y Periodismo.
Semestre	:	2020- II
Ciclo	:	II° ciclo
Categoría	:	Formación Básica
Créditos	:	3
Pre – requisito	:	Introducción a la Comunicación
Docente	:	Marta Balbuena – Rosa Ruíz

II. Sumilla

Esta asignatura de formación profesional, es de naturaleza teórica y tiene como objetivo lograr que el estudiante comprenda el desarrollo histórico de la comunicación como hecho social tanto desde el desarrollo de los medios de comunicación como de las mediaciones culturales, políticas y económicas de los sujetos, tomando como base las culturas y los contextos donde estas se producen, poniendo énfasis en la heterogeneidad propia de la comunicación intercultural. Asimismo, el curso pretende potenciar la expresión lingüística oral y escrita del estudiante mediante prácticas académicas comunicativas muy ligadas al quehacer profesional.

El contenido a tratar se refiere a la aparición, desarrollo e influencia de los medios en nuestra cultura: desde la aparición de la imprenta hasta los nuevos medios de comunicación; técnicas y elementos del proceso comunicativo escrito del quehacer comunicativo académico y profesional; la importancia de la comunicación y su papel como activo estratégico en la sociedad, en la organización y en la nación.

III. Competencias

▪ General:

- El estudiante elabora un ensayo escrito donde analiza un fenómeno comunicativo de la realidad nacional, tomando en cuenta la historia de los procesos de la comunicación implicados y haciendo uso de una adecuada redacción académica, con pensamiento crítico.

▪ Específicas:

- El estudiante analiza los cambios de los sistemas de pensamiento de cada periodo histórico y el rol de los soportes mediáticos particulares de cada época, poniendo especial atención a los medios masivos del siglo XX y los nuevos medios digitales.
- El estudiante interpreta el papel de los medios digitales en relación a las mutaciones y cambios socioculturales.
- Evalúa críticamente los principales soportes y contenidos mediáticos implicados en fenómenos comunicacionales, tomando en cuenta su complejidad intercultural.
- Redacta un ensayo académico con eficacia.

IV. Contenidos

1ª Semana

- Etapa oral-gestual. El origen del hombre. El lenguaje, el hombre y la comunicación.

2ª Semana

- Etapa gráfica. Los primeros signos y la escritura como medio. Escritura y desarrollo sociocultural.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Seminario de escritura para comunicadores 1.

4ª Semana

- Los primeros medios masivos: La prensa, el cartel, el cómic y la fotografía.

5ª Semana

- Los medios masivos del siglo XX: La fotografía y el cine.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Seminario de escritura para comunicadores 2.

7ª Semana - Examen Parcial

8ª Semana

- Los medios masivos del siglo XX: La radio y la televisión.

9ª Semana

- La internet, los medios digitales y nuevas formas de comunicación.

10ª Semana

- Comunicación persuasiva. El discurso: la retórica Aristotélica (ethos, logos, páthos). Las dimensiones de la argumentación.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- Seminario de escritura para comunicadores 3.

12ª Semana

- La comunicación y la cultura.

13ª Semana

- La comunicación y la política.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Entrega y asesoría de primera mitad del ensayo final.

15ª Semana – Examen Final

- Sustentación oral de trabajos final.

16ª Semana - Entrega de Notas

V. Metodología

La plataforma virtual empleada es el Classroom de Google Suite for education donde se compartirá los recursos didácticos de cada una de las sesiones, empleando el Meet como medio

de comunicación sincrónica para la ejecución de las sesiones de aprendizaje además de: Drive, Gmail, hoja de Cálculo, Document, Chat, You Tube, Hangout. Uso de aplicativos del Software gratuito Adobe CC-10: Photoshop, Illustrator, InDesign, Premiere Pro, Spark y Acrobat Pro. Las técnicas didácticas en la modalidad remota son análisis, descripción, diálogo, ejemplificación, ejercitación, lectura reflexiva, trabajos en equipos pequeños, producción de ensayos en forma individual y de temas particulares, conversación, exposición, práctica guiada y práctica autónoma, investigación de repositorios, aprendizaje colaborativo basado en problemas y soluciones, invitados profesionales por especialidad por conexión meet, portafolios virtuales personalizados, sustentaciones, producción y realización de proyectos audiovisuales y lectura de fuentes utilizando los recursos consignados en la plataforma Classroom, diapositivas estandarizadas con estrategias de cada docente, videos seleccionados para reforzamiento, etc. Además se podrán utilizar los aplicativos como Kahoot, Mentimeter, Facebook entre otras conforme a las necesidades y requerimientos.

VI. Actividades de investigación formativa

La experiencia curricular del curso atiende al proceso de investigación formativa a través de la elaboración de una investigación de procesos de comunicación que se presentará en un examen o proyecto final.

VII. Evaluación

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.

Cuestionarios en línea, Exposiciones individuales y grupales, Rúbricas objetivas, participación en debates a través de foros virtuales, presentación de E-Portafolios, presentación de infografías y mapas mentales, Solución individual de casos, Participación en Video-Conferencias, entre otros.

El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (30%)
- Evaluación Continua(40%)→ Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)
- Examen Final (30%)

VIII. Fuentes

Nº	Código CIDOC	Fuente
1	302.23/A49	Ambrosini, Antonio. (2009). <i>La cultura del entretenimiento</i> . Buenos Aires: Universidad de Palermo.
2	302.234/B83	Briggs, A. y Burke, P. 2002. <i>De Gutenberg a internet</i> . Buenos Aires: Editorial Taurus.
3	302.23/D88/2006	Dominick, Joseph R. (2002). <i>La dinámica de la comunicación masiva</i> . Colombia: McGraw Hill.
4	302.23/F38P	Fernández Vicente, Antonio. (2008). <i>El presente virtual</i> . Madrid: Fragua.
5	302.23/L75	Lochard, Guy y Boyer, Henri. (2004). <i>La comunicación mediática</i> . Barcelona: Gedisa.
6	302.23/M12C	Maciá Mercadé, Juan. (2002). <i>Comunicación persuasiva para la sociedad de la información</i> . Segunda edición. Madrid: Edit. Universitas.
7	302.23/M26	Martel, Frédéric. (2011). <i>Cultura Mainstream: cómo nacen los fenómenos de masas</i> . Madrid: Taurus.
8	302.23/M12	McLuhan, M. 1992. <i>Comprender los medios de comunicación</i> . Barcelona: Editorial Paidós.
9	302.23/M12Z	McLuhan, M. (2004). <i>Marshall McLuhan y la realidad virtual</i> . Barcelona: Gedisa.
10	302.23/M12A/2011	McLuhan, M. y Powers, Bruce R. (2011). <i>La aldea global</i> . Barcelona: Gedisa.
11	302.222/M91H	Müller-Brockmann, Josef. (2005). <i>Historia de la comunicación visual</i> . Barcelona: Gustavo Gili.
Repositorio		

1		Damoni, Mariela. (2013). <i>Democracia y mass media... ¿mayor calidad de la información?</i> Recuperado de: http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=12&sid=638d421b-c5fb-4691-9213-10efebae7171%40sessionmgr4009&hid=4209
---	--	--

FUENTES COMPLEMENTARIAS:

- Abruzzese, A. y Miconi, A. 2002. *Zapping. Sociología de la experiencia televisiva*. Madrid: Editorial Cátedra.
- Barbier, F. 1999. *Historia de los medios: de Diderot a internet*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.
- Baudrillard, J. 1998. *El Paroxista indiferente*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Bedoya, R. 1995. *100 años de cine en el Perú. Una historia crítica*. Lima: Universidad de Lima.
- Bourdieu, P. 2007. *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Crowley, D. 1997. *La comunicación en la historia*. Barcelona: Editorial Bosch.
- Chartier, R. 2003. *Cultura escrita, literatura e historia*. México DF: FCE.