PLAN DE ESTUDIOS

CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Arequipa – Perú

Aprobado por: Resolución 110-CS-ULASALLE-2023	Plan de estudios: 2024
	Versión: 01

ÍNDICE

Objetivos académicos 1

Perfil de ingreso 2

Perfil de egreso 2

Nominación de grado y/o título 3

Requisitos para egresar 3

Plan Curricular 3

Resumen del Plan de Estudios 7

Plan de estudios de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación

Objetivos académicos

El programa académico de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad La Salle, tiene como objetivos académicos:

1. Formar profesionales competentes con el nivel de preparación científica y tecnológica que les permita responder a las demandas laborales en el campo de las Ciencias de la Comunicación, complementada con el conocimiento y la puesta en práctica de sólidos valores humanísticos, éticos y morales.
2. Priorizar en el proceso de enseñanza – aprendizaje el desarrollo de las capacidades ydestrezas que formen al profesional en Ciencias de la Comunicación, adquiriendo los recursos y herramientas que le posibiliten enfrentar situaciones diversas y complejas,en su desempeño personal, social y profesional.
3. Desarrollar las competencias necesarias para el trabajo en equipo, dando énfasis en promover actitudes proactivas, habilidades comunicativas, empatía, saber escuchar a los demás, sociabilidad, actitud positiva, tolerancia, adaptabilidad al cambio y la capacidad para resolver conflictos, como factor importante en el logro del éxito y emprendimiento laboral y profesional.
4. Conocer y utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación disponibles, en el desarrollo del proceso de su formación académica a través de los cursos o asignaturasdeterminadas para cada especialidad que comprende la carrera, dinamizando y optimizando diferencialmente su desempeño laboral a futuro y su constante actualización profesional.
5. Formar profesionales con el nivel, disposición y experticia para realizar investigacióncientífica y de esta manera convertirse en actores activos en el desarrollo del conocimiento y en la generación de nuevas respuestas que respondan a las necesidades y exigencias del medio laboral en el que les corresponda insertarse.

Perfil de ingreso

- Posee un patrón de hábitos deestudio y es capaz de autorregular de manera básicasus capacidades cognitivas.
- Expresión escrita: Redacta textos aplicando normasformales, comprendiendo el sentido de las argumentaciones y conclusiones a las que pueda llegar.
- Expresión oral: Posee articulación lógica y coherente, demostrando aptitud para una comunicación oral fluida y con sentido.
- Posee aptitudes para explorar, discriminar, aplicar y crear conocimientos relacionados a las ciencias sociales, ciencias fácticas y sus aplicaciones.
- Posee habilidades relacionales ytiene disposición para el trabajo colaborativo y en equipo, evaluando, aceptando y valorando los aportes de los demás.

Perfil de egreso

- Gestiona y autorregula inteligencias múltiples y capacidades cognitivas, para desarrollar el aprendizaje continuo y sostenible.
- Comparte ideas, argumentos, exposiciones, presentaciones y actividades formativas de manera oral, escrita y audiovisual, demostrando expresión correcta, lógica, con sustento, en la que se evidencie, competencias de observación, selección, estructuración, desarrollo y calidad.
- Investiga para crear conocimiento científico y/o tecnológico, buscando su divulgación y aplicación en dar respuestas, enfrentar retos y responder a requerimientos profesionales y empresariales.
- Promueve y se involucra enun accionar basado en la libre asociación y en el trabajo en comunidad, buscando el diálogo de saberes y experiencias innovadoras y positivas que aporten soluciones y alternativas de acción y respuestas.
- Emprende proyectos que contribuyan a la realización personal y la de sus semejantes, aprovechando y/o creando oportunidades con un sentido de responsabilidad y sostenibilidad.
- Asume la vida con una proyección más allá del éxito individual, contribuyendo a la realización plena del ser humano.
- Se esfuerza por vivir y poner en práctica los valores de la fraternidad, el servicio, la solidaridad, la responsabilidad y el irrestricto respeto por la dignidad de las personas, la libertad, la justicia y equidad de derechos y oportunidades.

Nominación de grado y/o título

- BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÍON
- Título profesional: LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Requisitos para egresar

Haber aprobado 209 créditos curriculares del plan de estudios de la carrera profesional.

Plan Curricular

SEMESTRE	CÓDIGO	CURSO	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			TIPO DE CURSO	ÁREA	PRE-REQUISITO
				HT	HP	TH	HT	HP	TH			
PRIMERO	8.1.1.24	Comunicación I	3	32	32	64	2	2	4	O	EG	
	8.1.2.24	Metodología del estudio	3	32	32	64	2	2	4	O	EG	
	8.1.3.24	Expresión Artística	3	32	32	64	2	2	4	O	EG	
	8.1.4.24	El proceso de la comunicación y la Revolución Horizontal	4	64	0	64	4	0	4	O	EE	
	8.1.5.24	Medios de Comunicación, Tecnología y Sociedad	4	64	0	64	4	0	4	O	EE	
	8.1.6.24	Redacción de textos y mensajes creativos	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	
		TOTAL	20	256	128	384	16	8	24		TC	**20**

SEMESTRE	CÓDIGO	CURSO	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			TIPO DE CURSO	ÁREA	PRE-REQUISITO
				HT	HP	TH	HT	HP	TH			
SEGUNDO	8.2.1.24	Comunicación II	3	32	32	64	2	2	4	O	EG	Comunicación I
	8.2.2.24	Doctrina Social de la Iglesia	3	48	0	48	3	0	3	O	EG	
	8.2.3.24	Economía Política	3	32	32	64	2	2	4	O	EG	
	8.2.4.24	Lenguaje de los Medios de Comunicación Social	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Medios de Comunicación, Tecnología y Sociedad
	8.2.5.24	Estética y Composición Visual	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Expresión Artística
	8.2.6.24	Investigación Académica I	4	64	0	64	4	0	4	O	EE	Metodología del Estudio
		TOTAL	19	240	128	368	15	8	23		TC	**39**

SEMESTRE	CÓDIGO	CURSO	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			TIPO DE CURSO	ÁREA	PRE-REQUISITO
				HT	HP	TH	HT	HP	TH			
TERCERO	8.3.1.24	Informática	3	32	32	64	2	2	4	O	EG	
	8.3.2.24	Formación Cristiana	3	48	0	48	3	0	3	O	EG	
	8.3.3.24	Epistemología	3	32	32	64	2	2	4	O	EG	
	8.3.4.24	Fundamentos Teóricos y Prácticos de la Publicidad	4	64	0	64	4	0	4	O	EE	Comunicación II
	8.3.5.24	Influencia de los Medios de Comunicación Social: Tradicionales y Digitales	4	64	0	64	4	0	4	O	EE	
	8.3.6.24	Investigación Académica II	4	64	0	64	4	0	4	O	EE	Investigación Académica I
		TOTAL	21	304	64	368	19	4	23		TC	**60**

SEMESTRE	CÓDIGO	CURSO	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			TIPO DE CURSO	ÁREA	PRE-REQUISITO
				HT	HP	TH	HT	HP	TH			
CUARTO	8.4.1.24	Derechos Humanos	3	48	0	48	2	2	4	O	EG	
	8.4.2.24	Liderazgo y Trabajo en Equipo	3	48	0	48	2	2	4	O	EG	
	8.4.3.24	Regulación y Ética en las Comunicaciones	3	48	0	48	3	0	3	O	EE	
	8.4.4.24	Evolución de las Relaciones Públicas hacia la Comunicación	4	64	0	64	4	0	4	O	EE	
	8.4.5.24	Lenguaje y Técnica de la Imagen Fotográfica	4	48	32	80	3	2	5	O	EE	Estética y Composición Visual
	8.4.6.24	Fundamentos y Principios de las Relaciones Públicas	4	64	0	64	4	0	4	O	EE	
		TOTAL	21	320	32	352	18	6	24		TC	**81**

SEMESTRE	CÓDIGO	CURSO	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			TIPO DE CURSO	ÁREA	PRE-REQUISITO
				HT	HP	TH	HT	HP	TH			
QUINTO	8.5.1.24	Historia Global de la Publicidad	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	
	8.5.2.24	Fundamentos y Principios de la Comunicación Periodística	4	64	0	64	4	0	4	O	EE	
	8.5.3.24	Marketing Estratégico y Digital I	4	48	32	80	3	2	5	O	EE	
	8.5.4.24	Cultura Corporativa, Identidad y Gestión de Marca	4	64	0	64	4	0	4	O	EE	Evolución de las Relaciones Públicas hacia la Comunicación
	8.5.5.24	Investigación de Audiencias y Mercados	4	48	32	80	3	2	5	O	EE	
	8.5.6.24	Soportes transmedia y su Proceso de Comunicación	4	64	0	64	4	0	4	O	EE	Influencia de los Medios de Comunicación Social: Tradicionales y Digitales
		TOTAL	23	320	96	416	20	6	26		TC	**104**

SEMESTRE	CÓDIGO	CURSO	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			TIPO DE CURSO	ÁREA	PRE-REQUISITO
				HT	HP	TH	HT	HP	TH			
SEXTO	8.6.1.24	Psicología de la Comunicación	3	48	0	48	3	0	3	O	EE	
	8.6.2.26	Inglés Aplicado I	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	
	8.6.3.24	Marketing Estratégico y Digital II	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Marketing Estratégico y Digital I
	8.6.4.24	Técnicas y Producción Radiofónica	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	
	8.6.5.24	Técnicas y Producción para Televisión	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	
	8.6.6.24	Redacción Periodística y Desarrollo de Proyectos Periodísticos	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Fundamentos y Principios de la Comunicación Periodística
		Electivo I	3	32	32	64	2	2	4	E	EE	
		TOTAL	21	240	192	432	15	12	27		**TC**	**125**

SEMESTRE	CÓDIGO	CURSO	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			TIPO DE CURSO	ÁREA	PRE-REQUISITO
				HT	HP	TH	HT	HP	TH			
SÉPTIMO	8.7.1.24	Teorías y Técnicas de las Relaciones Públicas	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Cultura Corporativa, Identidad y Gestión de Marca
	8.7.2.24	Producción Audiovisual y Fotográfica I	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	
	8.7.3.24	Producción de contenidos Transmedia I	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Soportes Transmedia y su Proceso de Comunicación
	8.7.4.24	Creatividad y Redacción Publicitaria	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Fundamentos Teóricos y Prácticos de Publicidad
	8.7.5.24	Diseño Gráfico	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Estética y Composición Visual
	8.7.6.24	Inglés Aplicado II	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Inglés Aplicado I
		Electivo II	3	32	32	64	2	2	4	E	EE	
		TOTAL	21	224	224	448	14	14	28		**TC**	**146**

SEMESTRE	CÓDIGO	CURSO	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			TIPO DE CURSO	ÁREA	PRE-REQUISITO
				HT	HP	TH	HT	HP	TH			
OCTAVO	8.8.1.24	Ética General y Aplicada	3	32	16	48	3	0	3	O	EG	
	8.8.2.24	Producción audiovisual y Fotográfica II	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Producción Audiovisual y Fotográfica I
	8.8.3.24	Producción de contenidos Transmedia II	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Producción de Contenidos Transmedia I
	8.8.4.24	Diseño Gráfico Publicitario	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Diseño Gráfico
	8.8.5.24	Gestión de Agencias de Publicidad	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Historia Global de la Publicidad

	8.8.6.24	Gestión de Agencias de Relaciones Públicas	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	Evolución de las Relaciones Públicas hacia la Comunicación
	8.8.7.24	Desarrollo Estratégico, Inversión y Optimización en Medios Publicitarios	3	32	32	64	2	2	4	O	EE	
		TOTAL	21	224	208	432	15	12	27		**TC**	**167**

SEMESTRE	CÓDIGO	CURSO	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			TIPO DE CURSO	ÁREA	PRE-REQUISITO
				HT	HP	TH	HT	HP	TH			
NOVENO	8.9.2.24	Seminario de Tesis	4	48	32	80	3	2	5	O	EE	
	8.9.1.24	Electivo III	17	160	224	384	10	14	24	E	EE	
		TOTAL	21	112	448	560	13	16	29		**TC**	**188**

SEMESTRE	CÓDIGO	CURSO	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			TIPO DE CURSO	ÁREA	PRE-REQUISITO
				HT	HP	TH	HT	HP	TH			
DECIMO	8.10.2.24	Curso trabajo de investigación	4	48	32	80	3	2	5	O	EE	Seminario de Tesis
	8.10.1.24	Electivo IV	17	160	224	384	10	14	24	E	EE	
		TOTAL	21	112	448	560	13	16	29		TC	**209**

SEMESTRE	CODIGO	CURSO ELECTIVO	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			TIPO DE CURSO	ÁREA	CURSO
				HT	HP	TH	HT	HP	TH			
SEXTO	8.6.7.24	1. Planner y Planning en Publicidad. 2. El Storytelling y las Marcas.	3	32	32	64	2	2	4	E	EE	Electivo I
SEPTIMO	8.7.7.24	1. Estrategia de Medios digitales y Social Media. 2. Community Manager	3	32	32	64	2	2	4	E	EE	Electivo II
NOVENO	8.9.1.24	Taller de Comunicación Corporativa y Publicitaria I	17	160	224	384	10	14	24	E	EE	Electivo III
	8.9.1.24	Taller de Comunicación Audiovisual I (TV / Radio)	17	160	224	384	10	14	24	E	EE	
	8.9.1.24	Taller de Comunicación Transmedia y Periodística I	17	160	224	384	10	14	24	E	EE	
DECIMO	8.10.1.24	Taller de Comunicación Corporativa y Publicitaria II	17	160	224	384	10	14	24	E	EE	Electivo IV
	8.10.1.24	Taller de Comunicación Audiovisual II (TV / Radio)	17	160	224	384	10	14	24	E	EE	
	8.10.1.24	Taller de Comunicación Transmedia y Periodística II	17	160	224	384	10	14	24	E	EE	

Resumen del Plan de Estudios

DETALLE	CRÉDITOS	SEMESTRAL			SEMANAL			% Créditos	Número de Cursos
		HT	HP	TH	HT	HP	TH		
Total General	**209**	**2528**	**1632**	**4160**	**158**	**102**	**260**	**100%**	**55**
Estudios Generales	36	432	288	720	27	18	45	17.22%	12
Estudios de Especialidad	133	2096	1344	3440	131	84	215	63.64%	43
Cursos Electivos	40	384	512	896	24	32	56	19.14%	4

Tipo de curso	
O	Obligatorio
E	Electivo

Área	
EG	Estudio General
EE	Estudio de Especialización

Horas	
HT	Horas Teóricas
HP	Horas de práctica
TH	Total de Horas