

SÍLABO

Introducción a las Comunicaciones

Código	24UC01144	Carácter	Obligatorio	
Requisito	Ninguno			
Créditos	5			
Horas	Teóricas	4	Prácticas	2
Año académico	2025			

I. Introducción

Introducción a las Comunicaciones es una asignatura de especialidad, de carácter obligatorio para la Escuela Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación, que se ubica en el primer ciclo. Esta asignatura contribuye a desarrollar la competencia Investigación desde las Comunicaciones, en el nivel 1. Por su naturaleza, incluye componentes teóricos y prácticos que permiten conocer los ámbitos de aplicación de la comunicación social, el origen y evolución de los medios de comunicación y su impacto para poder explicar el significado de la profesión, su importancia en la sociedad y el desarrollo del conocimiento. Asimismo, debido a la naturaleza de los contenidos que desarrolla, la asignatura puede tener un formato presencial, virtual o *blended*.

Los contenidos generales que la asignatura desarrolla son los siguientes: el proceso de la comunicación social y sus ámbitos de aplicación; medios de comunicación masivos: origen y evolución; impacto de los medios de comunicación en las sociedades modernas; y función social del profesional en ciencias y tecnologías de la comunicación.

II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, cada estudiante será capaz de explicar el rol de las ciencias y tecnologías de la comunicación en el desarrollo de la sociedad y el conocimiento a partir de la recopilación, organización y análisis de información.

III. Organización de los aprendizajes

Unidad 1		Duración en horas	24
El proceso de la comunicación social y sus ámbitos de aplicación			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, cada estudiante será capaz de identificar el proceso de comunicación, sus ámbitos y dimensiones fundamentales en la comunicación, con criterio lógico.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. El comunicador de la Universidad Continental. Requisitos y perfil 2. Comunicación y sociedad 3. Proceso comunicacional, elementos 4. Comunicación verbal, no verbal y metacomunicación 5. Tipos de comunicación y su influencia en nuestro entorno social 6. Ámbitos de la comunicación 		
Unidad 2		Duración en horas	24
Medios de comunicación masivos: origen y evolución			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, cada estudiante será capaz de diferenciar los diversos momentos del desarrollo de los medios de comunicación, ubicándose en el contexto sociocultural actual.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evolución de los medios masivos: industria 1.0 a 4.0 2. Periodismo <i>online</i>. Medios 1.0 y 2.0 3. Comunicación 360°: el DirCom 4. <i>Community manager</i> y redes sociales al servicio de las instituciones 5. <i>Match</i> sostenible, <i>shorts</i>, <i>reels</i> como aliados de la comunicación interna y externa 		
Unidad 3		Duración en horas	24
Impacto de los medios de comunicación en las sociedades modernas			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, cada estudiante será capaz de explicar el impacto que tienen los medios masivos en la sociedad de forma crítica.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. La sociedad y la comunicación como objetos de estudio 2. La comunicación como proceso social, histórico y cultural 3. Teorías sobre la evolución de la comunicación humana 4. Nuevas tendencias de la comunicación en la era digital y revolución de la información 		
Unidad 4		Duración en horas	24
Función social del profesional en ciencias y tecnologías de la comunicación			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, cada estudiante será capaz de explicar la función social del comunicador, mediante un trabajo grupal.		

Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Funciones de la comunicación social: informativa, de entretenimiento y educativa 2. Efectos de la comunicación social: la manipulación y el sensacionalismo 3. Libertad, regulación y ética en los medios 4. La investigación como vehículo contra la corrupción
-----------------------	--

IV. Metodología

Se priorizarán las siguientes estrategias que permitirán el logro del resultado de aprendizaje de la asignatura:

Modalidad Presencial

- **Aprendizaje colaborativo:** fomenta la participación colaborativa de los estudiantes, integrando de manera efectiva la teoría y la práctica. Durante el proceso de aprendizaje, se emplearán estrategias como la exposición dialogada, el debate y el análisis.
- **Aprendizaje gamificado:** a través de dos plataformas libres como son Mentimeter, para preguntas y respuestas sencillas y dinámicas; y YouTube, para observar y analizar videos de contenidos propios de la naturaleza del curso.
- **Método de casos:** los estudiantes construyen su propio aprendizaje, mediante la casuística con temas de vigencia y contexto social, analizando los casos propuestos.

Modalidad Presencial

Rubros	Unidad por evaluar	Entregable	Instrumento	Peso parcial (%)	Peso total (%)
Evaluación de entrada	Requisito	- Evaluación individual teórica	Prueba objetiva	0	
Consolidado 1 C1	Unidad 1 Semana 4	- Trabajo práctico grupal: exposición modelo de proceso comunicacional	Lista de cotejo	50	20
	Unidad 2 Semana 7	- Trabajo práctico individual: video de Identificar hitos de la comunicación masiva	Lista de cotejo	50	
Evaluación parcial EP	Unidad 1 y 2 Semana 8	- Evaluación individual teórico-práctica	Prueba de desarrollo	20	
Consolidado 2 C2	Unidad 3 Semana 12	- Trabajo práctico individual: video de diferencias sobre la era digital: Google, Facebook, IA	Lista de cotejo	50	20
	Unidad 4 Semana 15	- Trabajo grupal: Exposición sobre la manipulación de los medios de comunicación	Lista de cotejo	50	

Evaluación final EF	Todas las unidades Semana 16	- Presentación de trabajo grupal: monografía y exposición de un ámbito de la comunicación con recursos audiovisuales	Rúbrica de evaluación	40
Evaluación sustitutoria		No aplica		

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20 \%) + EP (20 \%) + C2 (20 \%) + EF (40 \%)$$

V. Atención a la diversidad

En la Universidad Continental generamos espacios de aprendizaje seguros para todas y todos nuestros estudiantes, en los cuales puedan desarrollar su potencial al máximo. En función de ello, si un(a) estudiante tiene alguna necesidad, debe comunicarlo al o la docente. Si el estudiante es una persona con discapacidad y requiere de algún ajuste razonable en la forma en que se imparten las clases o en las evaluaciones, puede comunicar ello a la Unidad de Inclusión de Estudiantes con Discapacidad. Por otro lado, si el nombre legal del estudiante no corresponde con su identidad de género, puede comunicarse directamente con el o la docente de la asignatura para que utilice su nombre social. En caso hubiera algún inconveniente en el cumplimiento de estos lineamientos, se puede acudir al(la) director(a) o al(la) coordinador(a) de carrera o a la Defensoría Universitaria, lo que está sujeto a la normativa interna de la Universidad.

VI. Bibliografía

Básica

De Moragas, M. (2022). *La comunicación y sus cambios. De los orígenes al móvil.* Universitat de Valencia.

Complementaria

Berlo, D. (2008). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y práctica* (3.ª ed.). El Ateneo. <https://cutt.ly/7wV803Rc>

Dobkin, A. y Pace, R. (2007). *Comunicación en el mundo cambiante* (2.ª ed.). McGraw-Hill. <https://cutt.ly/NwV82oOp>

Fernández, C. y Galquera, L. (2004). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo* (3.ª ed.). McGraw-Hill. <https://shorturl.at/QUW35>

Martín, M. (2007). *Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad*. McGraw-Hill. <https://acortar.link/M4ZD64>

VII. Recursos digitales

AprenderCine.com. (20 de julio de 2020). *COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL: ¿Merece la pena la carrera?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HyTcGZMziZg>

DW Español. (5 de julio de 2023). *El futuro de la comunicación a debate* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=NMFbtP_phXk

Gabelas, J. y Lazo, C. (2016). *Comunicación digital : Un modelo basado en el factor relacional*. Editorial UOC. https://ucontinental.primo.exlibrisgroup.com/permalink/51UCC1_INST/jpf22t/alma990000346740107836

Molina, N. (2018). *Taller de redacción de artículos para estudiantes universitarios*. Ediciones Unisalle. https://ucontinental.primo.exlibrisgroup.com/permalink/51UCC1_INST/1fki58q/alma99460598007836

Nuevo-López, A., López-Martínez, F. y Delgado-Peña, J. (2023). Bulos, redes sociales, derechos, seguridad y salud pública: dos casos de estudio relacionados. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 28, 120-147. <https://doi.org/10.35742/rcci.2023.28.e286>

Santos, D. (2023, 6 de marzo). Qué es la publicidad: tipos, características y ejemplos. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-publicidad>