

SÍLABOS DEL NOVENO CICLO

60. SEMINARIO ACTUALIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL II

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Asignatura	: SEMINARIO ACTUALIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL II
1.2. Código de la asignatura	: PO1060
1.3. Ciclo académico	: Noveno
1.4. Número de horas semanales	:
- Teoría	: 0
- Práctica	: 2
- Total	: 2
1.5. Créditos	: 1
1.6. Requisitos	: Ninguno
1.7. Área	: FG
1.8. Duración del ciclo en semanas	: 17
1.9. Profesor	:

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El Seminario de Actualidad Nacional e Internacional II se ha diseñado de tal manera que el estudiante logre sobre la base de un estudio analítico y crítico, una visión integral de los principales hechos y problemas nacionales e internacionales que se expresan en el campo social, económico, cultural y científico de la sociedad contemporánea.

3. OBJETIVO TERMINAL

El estudiante, al término del seminario, será capaz de analizar y explicar los principales hechos y problemas nacionales e internacionales que influyen en el desarrollo integral de la sociedad contemporánea.

4. OBJETIVOS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1. Establecer la situación, las relaciones e influencias entre los EE.UU. y los países del mundo.
- 4.2. Analizar el estado y las perspectivas del multilateralismo en la región.
- 4.3. Comprender las causas por la que rebrota los fundamentalismo religioso y recrudece la violencia terrorista en el mundo.
- 4.4. Establecer la importancia del desarrollo científico y tecnológico de los países en el incremento de su poder respecto unos de otros.

5. CONTENIDO CURRICULAR

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1
LOS ESTADOS UNIDOS EN EL MUNDO GLOBAL

Primera semana

Estados Unidos y el problema del Medio Oriente

Segunda semana

Estados Unidos y el problema del medio oriente.

Tercera semana

Estados unidos y America Latina.

Cuarta semana.

Estados Unidos y América Latina

Quinta semana.

Papel de la NN.UU. En el mantenimiento de la paz y la defensa de los Derechos Humanos (DD.HH.)

PRACTICA CALIFICADA 1

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2.
MULTILATERALISMO EN AMÉRICA

Sexta semana

Papel de la OEA en el mantenimiento de la paz y la defensa de los DD.HH.

Séptima semana

Papel de la OEA en el mantenimiento de la paz y la defensa de los DD.HH.

Octava semana

EXAMEN PARCIAL 1

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3
PLAGAS Y FANTASMAS DEL SIGLO XXI Y XXI

Décima semana.

Terrorismo internacional: nacionalismos y fundamentalismos religiosos.

Décima primera semana

Narcotráfico en América Latina

Décimo segunda semana

Perú: empleo, marginalidad y pobreza.

Décimo tercera semana.

Continuación del tema de la semana anterior: Perú, empleo, marginalidad y pobreza.

PRACTICA CALIFICADA 2

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4

EL DEARROLLO CIENTIFICO TECNOLOGICO EN EL MUNDO

Decimocuarta semana

Discriminación de raza y género

Decimoquinta semana

Desarrollo científico y tecnológico: energía nuclear, biotecnología, comunicaciones instantáneas. Efectos sobre las sociedades.

Decimosexta semana

.Desarrollo científico y tecnológico: energía nuclear, biotecnología, comunicaciones instantáneas. Efectos sobre las sociedades.

Decimoséptima semana.

EXAMEN FINAL

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

6.1 Métodos y técnicas.

- 5.1.1. Exposición-diálogo y taller.
- 5.1.2. Lectura de materiales seleccionados .
- 5.1.3. Bibliografía complementaria.
- 5.1.4. Redacción de trabajos grupales e individuales.

6.2. Medios y materiales

- 5.2.1. Retroproyector.
- 5.2.2. Multimedia y transparencias.
- 5.2.3. Audiovisuales.

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.

7.1. CRITERIOS

- 6.1.1. Evaluación es integral, flexible, periódica y permanente.
- 6.1.2. Participación en las sesiones de aprendizaje.
- 6.1.3. Elaboración individual o grupal de trabajos monográficos; y
- 6.1.4. Asistencia y puntualidad.

7.2. MODALIDADES

- 6.2.1. Pruebas objetivas y de ensayo.
- 6.2.2. Intervenciones orales.
- 6.2.3. Exposición individual o grupal de monografías.

7.3. REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- 6.3.1. Asistencia a las sesiones de aprendizaje: 70 % mínimo; y
- 6.3.2. Obtener nota mínima aprobatoria: 11 puntos.

8. BIBLIOGRAFÍA

Blondet, Cecilia y Montero, Carmen. *La situación de la mujer en el Perú* Lima, Instituto de Estudios Sociales, 1994.

Pontificia Universidad Católica del Perú y Universidad Del Pacífico. *Estado y sociedad en el Perú*. Semana social del Perú Lima, Facultad de Teología Pontificia y Civil de Lima, 1990.

Santuc, Vicente, s.j. et al. *Democracia, sociedad civil y solidaridad*. Instituto de Ética y Desarrollo de la Escuela Superior Antonio Ruiz de Montoya, Lima, 1999.

Senado de La República. *Comisión Especial sobre las causas de la violencia y alternativas de pacificación en el Perú*. Lima, DESCO y Comisión Andina de Juristas, 1989.

Thesing, Josef y Priess, Frank (editores). *Globalización, democracia y medios de comunicación* Buenos Aires, CIEDLA, 1999.

Jesús María marzo, 2011.

61. DERECHO DE LA INFORMACIÓN

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Denominación de la asignatura	: DERECHO DE LA INFORMACIÓN
1.2 Código de la asignatura	: PO1061
1.3 Ciclo académico	: Noveno
1.4 Número de horas semanales	:
- Teoría	: 4
- Práctica	: 0
- Total	: 4
1.5 Créditos	: 4
1.6 Requisitos	: 54
1.7 Área	: FPB
1.8 Duración del ciclo en semanas	: 17
1.9. Profesor	:

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura aborda el estudio de los principios generales referidos a la libertad de expresión, así como el conocimiento y el análisis jurídico-doctrinario de las principales normas legales, nacionales e internacionales, que la regulan, amparan y protejan.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el estudiante será capaz de explicar los principios que regulan el derecho a la información como derecho fundamental de la libertad de expresión, de los principios generales y esenciales y de las normas jurídicas nacionales e internacionales que regulan el ejercicio de la actividad periodística.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1. Precisar el contenido y la naturaleza del derecho de la información, las cláusulas protectoras del ejercicio profesional, así como los límites constitucionales y legales sobre el derecho a la información.
- 4.2. Fijar con precisión los fundamentos y la naturaleza jurídica de la libertad de expresión, información y de opinión y la relación de los medios de comunicación con el derecho a la información.
- 4.3. Explicar correctamente las normas legales y constitucionales que regulan el derecho a la información, así como las responsabilidades que se asume en el ejercicio efectivo del derecho a la información.

4.4.Reconocer y explicar con claridad las diferentes normas constitucionales y legales nacionales sobre las instituciones periodísticas y las principales leyes que protegen y promocionan al periodista profesional; así como la doctrina y jurisprudencia aplicada en el ejercicio del derecho a la información.

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1

PRINCIPIOS GENERALES SOBRE EL DERECHO DE LA INFORMACIÓN

Primera semana

Introducción. Contenido del derecho a la información. La información como derecho fundamental. La información en el Estado de Derecho.

Segunda semana

Límites de la información. Fundamentos constitucionales de la protección a la vida privada, a la intimidad y a la propia imagen y el derecho al honor y la buena reputación. Lectura y comentario de textos que determina el profesor de la asignatura.

Tercera semana

Cláusulas profesionales protectoras del ejercicio profesional. La cláusula de conciencia. El secreto profesional. El secreto profesional como derecho u obligación. La seguridad de los periodistas. Organizaciones internacionales de protección. El derecho de autor.

Cuarta semana

Principios constitucionales sobre relaciones laborales. Derecho a la igualdad. La irrenunciabilidad de los derechos. La interpretación favorable al trabajador. El respeto de la libertad de información y la seguridad profesional en los convenios colectivos. Lectura y comentario de textos que determina el profesor de la asignatura.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2

LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Quinta semana

La libertad de expresión en la Constitución política del Perú. Antecedentes de la libertad de expresión. Derechos que consagra la libertad de expresión. La libertad de expresión como derecho fundamental.

Sexta semana

Libertad de información. Concepto de información. Importancia. Libertad de información y derecho a la información. Objeto del derecho de la información. Los sujetos en el derecho de información. El contenido de la información. Libre acceso a las fuentes de información. Limitaciones al derecho de información. La propaganda y la publicidad. Limitaciones a la

información. El derecho de rectificarse y la réplica. Censura y auto censura. Lectura y comentario de textos que determina el profesor de la asignatura.

Séptima semana

Libertad de opinión. Concepto. Importancia. Opinión y libertad. Fundamento constitucional de la libertad de opinión. Límites de la libertad de opinión. La opinión en relación a la libertad de conciencia y de religión. Existe delito de opinión.

Octava semana

La libertad de expresión y los medios de comunicación. Libertad de empresa. Monopolio de los medios de comunicación. la libertad de información en los regímenes de excepción. Los medios de comunicación social como controladores del poder político.

Novena semana

EXAMEN PARCIAL.

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 3 LA RESPONSABILIDAD EN EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

Décima semana

Tipos de responsabilidad. Responsabilidad civil. El derecho de la persona humana. El abuso del derecho. Derecho al honor. La responsabilidad civil conforme a nuestra legislación Civil. Acciones civiles que pueden interponer los agraviados.

Undécima semana

Responsabilidad penal. Concepto. El delito y la Constitución. Concepto de delito. El delito y la pena. Delitos relacionados con el ejercicio de la profesión periodística: Delitos contra el honor, delito de violación a la intimidad, delitos de violación al secreto de las comunicaciones, delitos de ofensa al pudor público, delitos contra el derecho de autor. Delito de atentado contra la libre competencia. Delito de publicidad engañosa. Delito de pánico financiero. Apología del delito. Delito de apología del terrorismo. Delito de ultraje a los símbolos y valores de la patria. Delito de ejercicio ilegal de la profesión.

Duodécima semana

Delitos contra el derecho a la información. Fundamento constitucional. Defensa del derecho a la información y a las comunicaciones. Delito de violación de la libertad de prensa. Delito económico. Delito de exposición en peligro de los medios de comunicación pública. Lectura y comentario de textos que determina el profesor de la asignatura.

Decimotercera semana

Análisis de la doctrina y jurisprudencia sobre casos concretos de aplicación de las normas legales en el ejercicio de la libertad a la información.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4
LEGISLACIÓN SOBRE EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

Decimocuarta semana

Instituciones representativas de los periodistas en el Perú. Quién es periodista en el Perú. La naturaleza jurídica del trabajo periodístico. El Colegio Profesional de Periodistas. La Colegiación. Requisitos para la colegiación. Fines del Colegio de Periodistas. Los miembros del Colegio de Periodistas. Organización del Colegio de Periodistas. El código de ética profesional. El Tribunal de Honor. Organización. Sanciones. La Asociación Nacional de Periodistas del Perú (ANP). Fines. Organización. La Federación de Periodistas del Perú (FPP), fines y organización. Lectura y comentario de textos que determina el profesor de la asignatura.

Decimoquinta semana

Leyes de protección y promoción del periodista profesional. Ley del salario mínimo. Ley sobre la jornada ordinaria de trabajo. Ley sobre accidentes de trabajo. Ley sobre jubilación. Ley sobre las jefaturas de prensa en las instituciones públicas. Normas de protección al trabajador: Compensación por tiempo de servicios. Vacaciones. Descanso semanal. Sistema nacional de pensiones. Prestaciones de salud.

Decimosexta semana

Legislación internacional sobre el derecho a la información. La Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano. Declaración Universal de Derechos Humanos. Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Declaración Americana de Derechos y Deberes del Hombre. La Convención Americana de Derechos Humanos. Convención Europea de Derechos Humanos. Doctrina y jurisprudencia internacional sobre derecho a la información. Lectura y comentario de textos que determina el profesor de la asignatura.

Decimoséptima semana

EXAMEN FINAL.

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- 6.1. Exposición y diálogo.
- 6.2. Deductivo e inductivo.
- 6.3. Dinámica grupal
- 6.4. Lectura y comentario de textos.

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIOS

- 7.1.1. Evaluación por objetivos.
- 7.1.2. Evaluación integral, flexible y permanente.
- 7.1.3. Espíritu de investigación.

7.2 INSTRUMENTOS

- 7.2.1. Pruebas escritas de los períodos parcial y final.
- 7.2.2. Intervenciones orales.
- 7.2.3. Trabajo-exposiciones.
- 7.2.4. Control de asistencia y control de lecturas.
- 7.2.5. Prácticas calificadas.

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- 7.3.1. Asistencia a clases: 70 % o más.
- 7.3.2. Obtención de promedio: 11 o más.
- 7.3.3. Presentación y exposición oportuna y eficiente de trabajos de investigación.
- 7.3.4. Cumplimiento de los instrumentos de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Alzamora Valdez, Mario. *Deberes y derechos fundamentales de la persona. En: La Constitución y su aplicación legal.* F. Campodónico, Lima, 1980.
- Bernales Ballesteros, Enrique y Otros. *La Constitución, diez años después.* Lima, Ed. Hepatia S.A., 1989.
- Fernández, M. *Introducción al Derecho de la Información.* Barcelona, Ed. Juventud, 1977.
- García, Domingo y Fernández, Francisco. *La Constitución peruana de 1993.* Lima, Editora Jurídica Grij-Ley, 1994.
- Idrugo Delgado: Teófilo. *Derecho procesal civil.* Marsol Perú Ed., Trujillo, Perú, 1988.
- León Barandiarán, J. *Tratado de Derecho Civil.* Título preliminar y derecho de las personas, Walter Gutiérrez Editor, Lima, 1991.
- Miró Quesada Rada, F. *Estado de Derecho y Libertad de Expresión.* En: Cuadernos de Periodismo, Ed. «La Gaceta», Lima, 1994.
- Novoa, Eduardo. *Derecho a la vida privada y libertad de información.* México, Siglo XXI Editores, 1979.
- Ortecho V., Víctor. *Derecho y Constitución.* Marsol Perú Editores, Trujillo-Perú, 1985.
- Peña Cabrera, R. *Código Penal.* Ed. San Marcos, Lima, 1994.
- Rubio, Marcial y Bernales, Enrique. *Perú: Constitución y sociedad política.* Lima, Deseo, 1979.
- Rubio Correa, Marcial. *Título preliminar (Código Civil).* Fondo Ed. PUCP, Lima, 1990.
- Sumavia, Juan. *Democratización de las comunicaciones. Una perspectiva latinoamericana.* Instituto Latinoamericano de Estudios, México, 1979.
- Terrones Negrete, E. *Diccionario de periodismo.* A.F.A. Ed. Importadores, Lima, 1996.
- Terrones Negrete, E. *Perfil del periodista.* ANP. Ed. «La Gaceta», Lima, 1995.
- Vignolo Maldonado, A. *La libertad de información y el derecho a la intimidad.* En: Cuaderno de periodismo, Lima, Ed. «La Gaceta», 1994.

Jesús María, marzo, 2011.

62. SEMINARIO DE TESIS I

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Denominación	:	SEMINARIO DE TESIS I
1.2. Código	:	PO1062
1.3. Ciclo	:	Noveno
1.4. Número de horas semanales	:	:
- Teoría	:	1
- Práctica	:	2
- Total	:	3
1.5. Créditos	:	2
1.6. Requisitos	:	Ninguno
1.7. Área	:	FPB
1.8. Duración del ciclo en semanas	:	17
1.9. Profesor	:	:

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura es de carácter teórico y práctico, el propósito es desarrollar en el estudiante capacidades y competencias para llevar a cabo proyectos de investigación científica. En el Seminario de Tesis I, el estudiante asume una postura científica para desarrollar un proyecto de investigación, fundamentalmente, en la formulación y el desarrollo del problema de la investigación, el marco teórico conceptual y la parte metodológica. De este modo el estudiante obtendrá un conocimiento sobre metodología de la investigación, ampliará su saber a través de la práctica de la investigación y enriquecerá su experiencia para un mejor desempeño profesional y laboral. Bajo estos fundamentos, la asignatura contribuye a elevar el nivel de formación académica del futuro profesional del periodismo.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura el estudiante será capaz de presentar su proyecto de investigación e iniciar el desarrollo de su tesis.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJES

- 4.1. Aplicar los principios fundamentales del método científico para la elaboración del proyecto de investigación.
- 4.2. Describir e implementar el marco teórico del proyecto de investigación.
- 4.3. Establecer e identificar la metodología relevante para el proyecto de investigación

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1 EL PROYECTO Y PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Primera semana

Búsqueda y selección del tema de investigación.

Segunda semana

Esquema del proyecto de investigación y la tesis. Normas de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

Tercera semana

Estructuración del proyecto de investigación. Evaluación y aprobación del tema de investigación. Juicio de expertos.

Cuarta semana

El planteamiento del problema. Descripción de la realidad problemática. Antecedentes relacionados con la investigación. Formulación del problema. Delimitaciones de la investigación. Alcances de la investigación.

Quinta semana

Objetivos general y específico de la investigación. Justificación, importancia y limitaciones de la investigación.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Sexta semana

Marco teórico: Marco histórico, marco legal y marco filosófico.

Séptima semana

Las bases teóricas. Marco conceptual. Definición de términos.

Octava semana

Articulación entre el planteamiento del problema y el marco teórico.

Novena semana

EXAMEN PARCIAL

Décima semana

Revisión de la estructura temática y del contenido.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Undécima semana

Articulación entre el marco teórico y la metodología de la investigación. Tipo y nivel de la investigación. Métodos. Diseños.

Duodécima semana

La hipótesis de la investigación. Relación entre el marco teórico y las hipótesis.

Decimotercera semana

Operacionalización de las variables. Población y muestra.

Decimocuarta semana

Las técnicas de recolección de datos.

Decimoquinta semana

Los instrumentos de recolección de datos. Coherencia entre los objetivos y los instrumentos de recolección de datos. Aprobación de los instrumentos de recolección y análisis de datos.

Decimosexta semana

Procesamiento de la información. Distribución, clasificación y codificación de datos. Diseño estadístico para el tratamiento de datos. Cronograma de actividades y presupuestos.

Decimoséptima semana

Presentación del proyecto de investigación.
EXAMEN FINAL.

6. ESTRATEGÍAS METODOLÓGICAS:

- 6.1. Participación activa de los alumnos: Taller.
- 6.2. Exposición de trabajos (avances).
- 6.3. Presentación de informes.
- 6.4. Búsqueda de Información bibliográfica.
- 6.5. Asesoramiento individual.
- 6.6. Los estudiantes se agrupan para revisar y criticar los proyectos de investigación.
- 6.7. Aplicación de lecturas dirigidas.

7. EVALUACION DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIO

- 7.1.1. Evaluación por objetivos.
- 7.1.2. Evaluación integral, flexible y permanente.
- 7.1.3. Asistencia y puntualidad.
- 7.1.4. Trabajo-exposiciones.

7.2 INSTRUMENTOS

- 7.2.1. Evaluación escrita. Presentación de informes
- 7.2.2. Exposición sobre el avance del proyecto de investigación
- 7.2.3. Presentación del Informe final de investigación
- 7.2.4. Cuestionario.

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- 7.3.1. Asistencia a clases: 70 % o más.
- 7.3.2. Presentación de informes preliminares e Informe Final de Investigación.
- 7.3.3. Obtener la nota de 11 o más.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, Reynaldo. *Métodos y diseños de Investigación del comportamiento*. Fondo Ed. Universidad Peruana Cayetano Heredia-Lima, Perú, 1991.
- Asti Vera, Armando. *Metodología de la investigación*. Ed. Kapeluz. Buenos Aires, Argentina, 1993.
- Ávila, Raúl. *Introducción a la metodología de la investigación. La Tesis Profesional*. Ed. RA, Lima- Perú, 1997.
- Barriga, Carlos. *Elementos de la investigación científica*. Ed. Aula Nueva, Lima-Perú, 1990.
- Bunge, Mario. *Investigación científica. Estrategias y su filosofía*. Ed. Ariel, España, 1979.
- Caballero R., A. *Metodología de la investigación científica explicativa*. Lima-Perú.,2004.
- Delgado, Juan. *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en CC. SS*. Ed. Síntesis S.A. Madrid- España, 1988.
- Echevarría, Javier. *Introducción a la metodología de la ciencia. Filosofía de la ciencia en el siglo XX*. Ed. Cátedra, Madrid, España, 1999.
- Flores, José. *La investigación educativa*. Ed. Desirée, Lima, 2002.
- Foures, G. *La construcción del conocimiento Científico. Filosofía y Ética de la Ciencia*. Ed. Narsea , Madrid – España, 1994.
- Goode W, Hatt P. *Métodos de la investigación social*. Ed, Trillas- México, 1992.
- Hernández Sampieri, R. et al. *Metodología de la investigación*. Ed. McGraw Hill, México, 2003.
- Kerlinger, Fred. *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en CC.SS*. Ed. McGraw Hill- México, 2001.
- Lerma, H. *Metodología de la investigación*, ECOE, Bogotá, Colombia, 2004.
- León, Orfelio. *Diseño de investigaciones*. Ed.Mc Graw Hill, 1993.
- Méndez, E.. *Metodología para elaborar un proyecto de investigación*. Mc Graw Hill-Colombia, 1990.
- Pardinas, Felipe. *Metodologías y técnicas de investigación*. Ed. Trillas- México, 1990.
- Popper Karl (1980) *Lógica de la investigación científica*. Ed. Tecnos- Madrid, España, 1980.
- Piñerez Ballesteros, F. *Tipos de Investigación científica*. Bogotá. D. C., 2008.
- Rojas , Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales*. Ed. Plaza- Valdez. México, 1993.
- Schemelkes, Corina. *Manual para la presentación de proyectos e informes de investigación*. Ed. Harla. México, 1992.
- Salomón, Paulo *Guía para redactar informes de investigación*. Ed. Trillas México, 1998.
- Taborga, H. *Cómo hacer la tesis*. Ed.Trillas. México, 1982.
- Terrones, E. *Diccionario de Investigación científica*. A.F.A Editores. Lima, 1998.
- Norma de Vancouver. *Publicación de trabajos de investigación*. En: <http://www.upch.edu.pe/vrinve/doc/nvanco.htm>.

Jesús María, marzo, 2011.

63. DISEÑO DE PROYECTOS PERIODÍSTICOS

1. INFORMACIÓN GENERAL.

1.1. Denominación de asignatura	: DISEÑO DE PROYECTOS PERIODÍSTICOS
1.2. Código de asignatura	: PO1063
1.3. Número de horas semanales	
- Teoría	: 1
- Práctica	: 2
- Total	: 3
1.4. Número de créditos	: 2
1.5. Ciclo académico	: Noveno
1.6. Requisito	: Ninguno
1.7. Área	: FPB
1.8. Duración del ciclo en semanas	: 17
1.9. Profesores	:

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura desarrolla un esquema para la elaboración de una idea de negocio o un perfil de proyecto sencillo, ya sea para la creación de un medio de comunicación o para el establecimiento de nuevas áreas. Se revisa el diseño de programas de trabajo, aplicables al quehacer periodístico y otros campos, constituyéndose en una especie de guía para la presentación de un proyecto. Incluye aspectos referidos a la naturaleza y función de los medios de comunicación, así como temas para establecer un medio de comunicación, como: el estudio de mercado, los aspectos legales, el estudio técnico, el estudio financiero y otros que son necesarios para decidir la puesta en marcha del proyecto.

3. OBJETIVO TERMINAL

El estudiante al término del aprendizaje de la asignatura será capaz de reconocer, preparar y explicar una serie de instrumentos para el diseño y evaluación de proyectos, enfatizando los referidos a la creación de medios de comunicación, plasmándose todo esto en un proyecto sencillo de creación de una empresa.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1. Analizar y explicar la naturaleza y función de los medios de comunicación.
- 4.2. Identificar esquemas de ideas de negocio, perfiles y proyectos de inversión.
- 4.3. Manejar herramientas para diseñar y ejecutar un estudio de mercado e interpretar sus resultados, en función a la toma de decisiones para establecer un negocio en el campo de la comunicación social.
- 4.4. Identificar los aspectos legales vigentes referidos al establecimiento de una empresa de comunicación social y afines, así como hacer

estimaciones sobre los aspectos técnicos y administrativos que son pertinentes para el diseño del proyecto.

- 4.5. Calcular costos y presupuestos, así como identificar las mejores fuentes de financiamiento para viabilizar la puesta en marcha de una empresa de comunicación social y afines. Evaluar la rentabilidad de la inversión.

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1

LAS EMPRESAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LAS IDEAS DE NEGOCIO

Primera semana

Los medios de comunicación como negocio. Los negocios afines y los complementarios. Los tipos de empresas periodísticas. El empresario, el pensamiento estratégico, el enfoque sistémico y la gestión del conocimiento.

Segunda semana

La idea de negocio. Los perfiles y los proyectos de inversión y los medios de comunicación.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2

ESTUDIO DE MERCADO

Tercera semana

Objetivos del estudio de mercado. El análisis de la demanda.

Cuarta semana

El análisis de la oferta. El análisis de los precios..

Quinta semana

El producto. Estrategias de ingreso al mercado. Atención al cliente.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3

ASPECTOS LEGALES, TÉCNICOS Y ADMINISTRATIVOS

Sexta semana

Estudios básicos sobre el tamaño y la localización para la creación de una empresa de comunicación social.

Séptima semana

Aspectos legales en la constitución de medios de comunicación.

Octava semana

Los aspectos técnicos y administrativos en las empresas de comunicación social.

Novena semana
EXAMEN PARCIAL

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4
ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN ECONOMICA

Décima semana
La inversión. La inversión fija. El capital de trabajo.

Undécima semana
Los flujos de caja como instrumento de proyección y de análisis de ingresos y salidas de efectivo.

Duodécima semana
El balance general y el estado de ganancias y pérdidas. Sus componentes básicos y su interpretación.

Decimotercera semana
El financiamiento. Fuentes. Intereses. Amortizaciones.

Decimocuarta semana
La evaluación de proyectos. Evaluación económica. Evaluación financiera.

Decimoquinta semana
Cronograma de puesta en marcha del proyecto aprobado, incluyendo los estudios preliminares.

Decimosexta semana
Exposición de proyectos.

Decimoséptima semana
EXAMEN FINAL

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- 6.1. Exposición y diálogo
- 6.2. Talleres
- 6.3. Dinámica grupal
- 6.4. Lectura y comentario de textos
- 6.5. Estudio de casos
- 6.6. Proyección de audiovisuales
- 6.7. Desarrollo de trabajo de investigación

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1. CRITERIOS

- 7.1.1. Evaluación por objetivos
- 7.1.2. Evaluación integral, flexible y permanente
- 7.1.3. Control de lecturas
- 7.1.4. Capacidad para el trabajo en equipo
- 7.1.5. Aplicación de la información desarrollada
- 7.1.6. Participación individual y grupal

7.2. INSTRUMENTOS

- 7.2.1. Prácticas calificadas 1 y 2
- 7.2.2. Pruebas escritas de evaluación de los periodos parcial y fina
- 7.2.3. Intervenciones orales.
- 7.2.4. Resolución de casos
- 7.2.5. Pruebas de control de lectura
- 7.2.6. Trabajos individuales y grupales
- 7.2.7. Plan Lector Empresarial.

7.3. REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- 7.3.1. Asistencia a clases: 70 % o más.
- 7.3.2. Presentación y sustentación oportuna y eficiente de trabajos de investigación.
- 7.3.3. Rendir oportuna y satisfactoriamente las evaluaciones de prácticas.
- 7.3.4. Controles de lectura y exámenes.
- 7.3.5. Alcanzar un promedio de 11 o más.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Arellano, Rolando. *Al medio hay sitio*. Grupo Planeta. Lima-Perú, 2010
- Balanko Dickson, Greg. *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. Ed. Empresa y Computación, España
- Beltrán, Arlette y Cueva, Hanni *Evaluación privada de proyectos*. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Lima-Perú.,2003
- Carbajal D'Angelo. *Serie elementos de proyectos de inversión*. Perú. UNI - IPL., Lima, 1987.
- Collazos C., Jesús. *El estudio de mercado en los proyectos de inversión*. Ed. San Marcos, Lima, 2002
- Gallego, Fabio. *El pensamiento estratégico*. Ed. Paidos Plural, 2004
- Godoy, Sergio. *Gestión de radio y TV*. Ediciones Universidad Católica de Chile, Chile, 1999
- Guerra García N. *Los secretos del carajo*. Grupo Ed. Norma, Lima-Perú. 2006.
- Harrington, James. *Mejoramiento de los procesos de la empresa*. Ed. McGraw-Hill, Colombia, 1993
- Huamán, Laura y Rios, Franklin. *Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa*. UPC, Lima, 2008
- Iglesias, Francisco y Verdeja, Sam. *Marketing y Gestión de Periódicos*. Ed. Universidad de Navarra. S.A., España.,1997.
- O'Connor, Joseph. *Introducción al pensamiento sistémico*. Ed. Urano. España, 1998.
- Orjeda, Antonio *Mujeres batalla*. Grupo Ed. Norma, Lima-Perú, 2007

64. PERIODISMO INSTITUCIONAL

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Denominación de la asignatura	: PERIODISMO INSTITUCIONAL
1.2. Código de la asignatura	: PO1064
1.3. Ciclo académico	: Noveno
1.4. Número de horas semanales	:
- Teoría	: 2
- Práctica	: 2
- Total	: 4
1.5. Créditos	: 3
1.6. Requisitos	: Ninguno
1.7. Área	: FPE
1.8. Duración del ciclo en semanas	: 17
1.9. Profesor	:

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El estudiante participa en generar conocimientos teóricos y prácticos sobre los lineamientos básicos, finalidades y funcionamiento de la gestión comunicacional en una empresa o institución. Se incluye en el temario contenidos como prensa, relaciones públicas y opinión pública. En el transcurso del desarrollo de la asignatura se tratan temas como: el enfrentamiento de situaciones de crisis, la dinámica del rumor, la realización e implicancias de una conferencia de prensa, el análisis de la información, la relación con los medios de comunicación, la comunicación interna y externa, la imagen e identidad corporativa. Finalmente, el rol y las funciones de la Dirección de Comunicaciones, ideología y ética de la comunicación, la planificación estratégica, el discurso institucional y las comunicaciones integradas.

2. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el desarrollo de la asignatura el estudiante será capaz de desempeñarse con eficiencia en la gestión empresarial o institucional, como profesional de la comunicación interna y externa, y elaborar diversos productos comunicacionales con el objeto de favorecer el crecimiento de las organizaciones y hacer frente a las situaciones de crisis en la empresa o institución.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1. Gestionar campañas y planes de intervención en los medios de comunicación para promover instancias y procesos de representación de la imagen empresarial o institucional.

- 4.2. Programar, implementar y desarrollar actividades como ruedas de prensa y organización de eventos, etc., que conlleven a la mejora de la imagen empresarial o institucional.
- 4.3. Dar el concepto claro y preciso de imagen corporativa, plan institucional, opinión pública, rumor y negociación del conflicto, así mismo elaborar y desarrollar el plan de imagen institucional y manejar correctamente el rumor en el campo periodístico.
- 4.4. Diseñar correctamente políticas de responsabilidad social empresarial, diseñar campañas sociales y elaborar un video institucional.

5. CONTENIDO

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1 COMUNICACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, COMUNICACIÓN INTERNA, EXTERNA Y AUDITORÍA

Primera semana

La comunicación. Concepto. Importancia. Proceso. Elementos. Funciones. Comunicación organizacional. Concepto. Importancia. valor estratégico de la comunicación organizacional dentro de la empresa. Condiciones para una buena comunicación organizacional. Costos de una comunicación eficiente y deficiente.

Segunda semana

La comunicación interna. Conceptos. Objetivos. Actores dentro de la empresa. Funciones. Tipos. Canales. Herramientas y soportes para una adecuada comunicación interna. Auditoria de la comunicación interna. Importancia. Pasos a seguir. La Dirección de Comunicación. Ubicación en el organigrama de una empresa. Funciones.

Tercera semana

Comunicación y desarrollo del estilo de gestión. El estilo de gestión. El sistema de comunicaciones. Etapas. Diseño. La guía de comunicación. Diagnóstico. Comunicación y conflicto. Técnicas de comunicación. Negociación eficaz. Proyecto de comunicación interna.

Cuarta semana

La comunicación externa. Concepto. Importancia. Tipos de comunicación externa: publicidad, relaciones públicas, marketing, responsabilidad social empresarial. Objetivos. El manual de identidad corporativa y su importancia en la organización.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2 PÚBLICO OBJETIVO, GRUPOS DE INTERÉS . LA COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE CRISIS.

Quinta semana

Públicos objetivos o stakeholders. Tipos de públicos: internos (personal, accionistas, proveedores, distribuidores, etc.), externos (clientes, líderes de

opinión, medios de comunicación, gobiernos, grupos de presión, entes no gubernamentales, etc.).

Sexta semana

Concepto de crisis. Situaciones de crisis en las organizaciones. El enfrentamiento de situaciones de crisis. Estrategia anticrisis. Etapas para el manejo de crisis. Establecimiento de acciones correctivas. Herramientas. Casos.

Séptima semana

La comunicación en situaciones de crisis. El media training o entrenamiento para voceros. Resolución y exposición de casos prácticos.

Octava semana

EXAMEN PARCIAL

Novena semana

El plan de comunicaciones. Cómo elaborar un plan de comunicaciones para el manejo de crisis y de situaciones en general. Fases. Elaboración de estrategias de comunicación. Puntos principales de una campaña de comunicación. Creación de mensajes. La investigación, objetivos, acción y evaluación. La nota de prensa.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3

LA IMAGEN CORPORATIVA, LA OPINIÓN PÚBLICA Y EL RUMOR

Décima semana

La imagen. Imagen Corporativa. Imagen institucional. Componentes de la imagen institucional. La identidad de la imagen de la empresa. El plan de imagen institucional. Análisis de la imagen. Casos.

Undécima semana

Opinión pública. Elementos de la opinión pública. El rol de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública. La publicidad, la propaganda y sus efectos en la opinión pública. El rol de la opinión pública en la construcción de la imagen Institucional.

Duodécima semana

El rumor. Manejo del rumor. El conflicto. Manejo del conflicto. La negociación. La mediación en tiempo de crisis. Casos.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, MARKETING SOCIAL E INSTRUMENTOS DE DIFUSIÓN

Decimotercera semana

La Responsabilidad social empresarial. Responsabilidad social y relaciones públicas. Diseño de políticas de responsabilidad social empresarial. La sostenibilidad. La responsabilidad social en el Perú.

Decimocuarta semana

Marketing social. Definición. Evolución del concepto de marketing social. Importancia. Diseño de campañas sociales. Comportamiento del público objetivo. Factores que influyen en el proceso de adopción de una idea. La oferta en una campaña social.

Decimoquinta semana

Instrumentos de difusión externos e internos: conferencias de prensa, eventos, reuniones culturales y sociales, reuniones uno a uno, conversatorios, etc. La revista interna. La memoria anual. El buzón de sugerencias. El periódico. El video institucional como herramienta de difusión de imagen interna y externa. Modalidades y funciones.

Decimoséptima semana

EXAMEN FINAL.

6. ESTRATEGIA METODOLOGICA

- 6.1. Exposición y participación permanente.
- 6.2. Análisis y diálogo de casos específicos.
- 6.3. Dinámica grupal.
- 6.4. Investigación y sustentación de trabajos académicos.

7. EVALUACIÓN

7.1. CRITERIOS:

- 7.1.1. Evaluación por objetivos.
- 7.1.2. Participación permanente.
- 7.1.3. Presentación oportuna.
- 7.1.4. Análisis crítico y espíritu de investigación.
- 7.1.5. Creatividad y efectividad.
- 7.1.6. Puntualidad en la asistencia.

7.2 INSTRUMENTOS

- 7.2.1. Pruebas escritas
- 7.2.2. Trabajos prácticos individual y grupal.
- 7.2.3. Control de lectura
- 7.2.4. Organización de eventos.

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACION

- 7.3.1. Asistencia a clases: 70 % o más.
- 7.3.2. Presentación y sustentación de trabajos de investigación.
- 7.3.3. Rendir las evaluaciones de prácticas.
- 7.3.4. Controles de lectura y exámenes.
- 7.3.5. Alcanzar un promedio de 11 o más.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Sánchez Herrera, Joaquín; Pintado Blanco, Teresa. *Imagen corporativa: influencia en la gestión empresarial*, Madrid, ESIC, 2009.
- Rodríguez Mansilla, Darío; Opazo Bretón, María Pilar. *Comunicaciones de la organización*. México, D.F., Alfaomega, 2009.
- Harvard Business Press. Serie Pocket Mentor. *Manejo de Crisis: soluciones prácticas para los desafíos del día a día*. Harvard Business School Publishing Corporation, Chile, 2009.
- Eckhardt, Karen. *Empresas mineras y población: estrategias de comunicación y relacionamiento*. Lima, Universidad ESAN, 2009.
- Costa, Joan. DirCom, *Estrategia de la complejidad: nuevos paradigmas para la dirección de la comunicación*. U. de Valencia, Valencia, 2009.
- Garrido, Francisco Javier. *Comunicación de la estrategia: la efectividad está en la dirección*. Barcelona, Deusto, 2008.
- Pérez, Rafael Alberto. *Estrategias de comunicación*. Barcelona, Ariel, 2008.
- Aguilera, J., Camacho, N. *Gerencia integral de comunicaciones: claves para estructurar los nuevos departamentos de comunicación*. Bogotá, ECOE, 2007.
- Libaert, Thierry. *El plan de comunicación organizacional: cómo definir y organizar la estrategia de comunicación*. México, D.F.: Limusa Noriega, 2006.
- Almenara Aloy, Jaume. *Comunicación interna en la empresa*. Barcelona: UOC, 2005.
- Andrade, Horacio. *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina técnica*. La Coruña, Netbiblo, 2005.
- Adler, Ronald B.; Elmhorst, Jeanne Marquardt. *Comunicación organizacional: principios y prácticas para negocios y profesiones*. México, D.F., McGraw Hill, 2005.
- Rowden, Mark. *El arte de la identidad: creación y manejo de una identidad corporativa exitosa*. México, D.F., McGraw-Hill, 2004.
- Laermer, Richard; Prichinello, Michael. *Relaciones públicas: ataque integral: consiga que todos hablen de usted, de su negocio y de su producto*. México, D.F.: McGraw-Hill, 2004.
- Niño Rojas, Víctor. *Competencias en la comunicación: hacia las prácticas del discurso*. Bogotá, D.C., ECOE, 2003.
- Elías, Joan; Mascaray, José. *Más allá de la comunicación interna: la intracomunicación*. Barcelona, Gestión. 2000,
- Putnam, Linda L.; Costa, Joan; Garrido, Francisco Javier. *Comunicación empresarial: nuevas tendencias en comunicación para potenciar la estrategia empresarial*. Barcelona, Gestión, 2002.
- Scheinsohn, Daniel. *Más de la imagen corporativa; como crear valor a través de la comunicación estratégica*. 2a. ed. Buenos Aires, Ed. Macchi, 2000.
- Scheinsohn, Daniel. *Comunicación estratégica; Management y fundamentos de la imagen corporativa*. Buenos Aires, Ed. Macchi, 1999.
- Villafañe, Justo. *Gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid, Pirámide, 1999.
- Lacasa y Blay, Antonio S. *Gestión de la comunicación empresarial*. Barcelona, Gestión 2000, 1998.
- Villafañe, Justo. *Imagen positiva; gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid, Pirámide, 1993.

Jesús María, marzo, 2011.

65. ÉTICA PERIODÍSTICA

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Denominación de la asignatura	: ÉTICA PERIODÍSTICA
1.2. Código de la asignatura	: PO1065
1.3. Ciclo académico	: Noveno
1.4. Número de horas semanales	:
- Teoría	: 2
- Práctica	: 2
- Total	: 4
1.5. Créditos	: 3
1.6. Requisitos	: Ninguno
1.7. Área	: FPE
1.8. Duración del ciclo en semanas	: 17
1.9. Profesor	:

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Ética periodística se orienta a suministrar la información necesaria para el logro de un comportamiento profesional con sentido ético y social en el campo del periodismo.

Comprende temas relativos a la ética, la deontología y la axiología, la ética en la prensa escrita, en las noticias, en la radio, en la televisión, en la política, en el fotoperiodismo, en la investigación periodística y en Internet. Asimismo se analiza críticamente los problemas y dilemas éticos en los multimedios de comunicación, el secreto profesional, la cláusula de conciencia y los principales códigos de ética periodística a nivel nacional e internacional.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el estudiante será capaz de explicar la ética periodística, la deontología y la axiología en sus diversos aspectos, dimensiones y problemas; asumir una conducta ética y social con fiel respeto a la dignidad y los derechos humanos y en concordancia con los códigos de la profesión y las exigencias de desarrollo de la sociedad peruana.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1 Explicar correctamente la evolución histórica de la ética, sus características como ciencia y sus relaciones con otras ciencias, así como las principales teorías éticas y la axiología en su problemática, tendencias y jerarquía de valores.
- 4.2 Explicar claramente las cualidades éticas del periodista, las faltas graves que se cometen en el ejercicio de la profesión, las causas y consecuencias de la mala reputación de la prensa, los

- fundamentos éticos del buen periodismo y la ética en los medios de comunicación.
- 4.3 Explicar con propiedad los dilemas éticos en los medios de comunicación, el secreto profesional y la cláusula de conciencia en sus limitaciones, ventajas y consecuencias.
 - 4.4. Caracterizar y valorar comparativamente los principales códigos de ética periodística (nacionales e internacionales) y asumir una conducta positiva respecto a los principios y valores éticos-sociales.

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 1 INTRODUCCIÓN A LA ÉTICA Y LA AXIOLOGÍA

Primera semana

Introducción a la asignatura. Definiciones de ética y ética periodística. Objeto de la ética. Importancia de la ética. La ética como ciencia teórica y ciencia práctica. División de la ética.

Segunda semana

Los métodos de la ética. La ética y sus relaciones con otras ciencias. Reseña histórica de la ética.

Tercera semana

.Principales teorías éticas. Importancia. Diferencias. Aplicación en el campo del periodismo.

Cuarta semana

La axiología. Problemática. Características. La axiología en el periodismo. La jerarquía de los valores. Tendencias axiológicas.

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 2 LA ÉTICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA DEONTOLOGÍA

Quinta semana

Problemas éticos en el periodismo. Causas y consecuencias de la mala reputación de la prensa. Atentados contra la ética informativa. Fundamentos éticos del buen periodismo.

Sexta semana

La ética en los medios de comunicación: prensa escrita, fotoperiodismo, radio, televisión e Internet.

Séptima semana

La ética en el periodismo de investigación. La ética en la publicidad. La ética en las relaciones públicas.

Octava semana

La deontología informativa. Concepto. Origen. Objeto. Importancia. Fuentes de conocimiento. Principios deontológicos.. Deberes del periodista. Derechos del periodista. El Consejo de la Prensa Peruana.

Novena semana
EXAMEN PARCIAL.

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 3
DILEMAS ÉTICOS, LIBERTAD DE PRENSA, SECRETO PROFESIONAL Y CLÁUSULA DE CONCIENCIA

Décima semana

Los dilemas éticos en el periodismo. Caracterización. Importancia. Ejemplos de dilemas éticos en el periodismo. Práctica de decisiones éticas sobre dilemas éticos en el periodismo.

Undécima semana

La libertad de prensa. Origen y significado. Requisitos para la existencia de una prensa libre. Límites de la libertad de prensa. Dimensión ética de la libertad de prensa.

Duodécima semana

El secreto profesional. Limitaciones. Restricciones. La divulgación de la fuente informativa y sus consecuencias. El secreto profesional en los códigos de ética de los diversos países del mundo.

Decimotercera semana

La cláusula de conciencia. Concepto. Casos en que se aplica la cláusula de conciencia. Limitaciones. Ventajas y desventajas. Comentario crítico de la cláusula de conciencia en los códigos de ética periodística.

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 4
LOS CÓDIGOS DE ÉTICA PERIODÍSTICA

Decimocuarta semana

El código de ética periodística. Concepto. Características. Importancia. Reseña histórica. Estructura. Problemática.

Decimoquinta semana

Lectura y comentario de los códigos de ética en el Perú. Código de ética del periodista bausatino (Propuesta). Código de ética del Colegio de Periodistas del Perú. Carta ética de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú. Código de ética de la Federación de Periodistas del Perú.

Decimosexta semana

Lectura y comentario de los códigos de ética periodística internacionales: Nuevo Código Internacional de Ética Periodística (UNESCO). Código de ética de la Federación Internacional de Periodistas (FIP). Código

Latinoamericano de Ética Periodística. Código de ética de la Organización Internacional de Periodistas (OIP).

Decimoséptima semana
EXAMEN FINAL.

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- 6.1. Exposición y diálogo.
- 6.2. Lectura y comentario de textos.
- 6.3. Dinámica grupal.
- 6.4. Estudio de casos.
- 6.5. Proyección de audiovisuales.
- 6.6. Análisis, comparación, abstracción, generalización, ejemplificación y sinopsis.

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIOS

- 7.1.1. Evaluación por objetivos.
- 7.1.2. Evaluación integral, flexible y permanente. –
- 7.1.3. Espíritu de integración, cooperación e investigación.
- 7.1.4. Comportamiento ético.
- 7.1.5. Presentación de trabajos de investigación.
- 7.1.6. Asistencia a clases.

7.2 INSTRUMENTOS

- 7.2.1. Pruebas escritas de los períodos parcial y final.
- 7.2.2. Pruebas de control de lectura.
- 7.2.3. Prácticas calificadas.
- 7.2.4. Trabajos de investigación.
- 7.2.5. Exposición de trabajos de investigación.
- 7.2.6. Intervenciones orales.

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- 7.3.1. Asistencia a clases: más de 70 %.
- 7.3.2. Obtención de promedio: 11 o más.
- 7.3.3. Presentación de trabajos de investigación.
- 7.3.4. Cumplimiento de los instrumentos de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Barroso Asenjo, Porfirio. *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*. Ediciones Paulina, Ed. Verbo Divino, España, 1984.
- Desantes, José María. *El autocontrol de la actividad informativa*. Edicusa, Madrid, 1973.
- Escobar Valenzuela, G. *Ética. Introducción a su problemática y su historia*. McGraw-Hill, México, 1992.
- Estudiantes de Periodismo. *Fundamentos de la ética periodística*. Talleres Gráficos del Fondo Editorial de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Lima, junio, 2010.
- Fronzizi, Risieri. *¿Qué son los valores?* Breviarios FCE, México, 1986.
- Goodwin, Eugene. *A la búsqueda de una ética en el periodismo*. México, Gernika, 1987.

- Iglesias, Francisco. *Guía de los estudios universitarios. Ciencias de la Información*. Ed. Universidad de Navarra, S.A., Pamplona, España, 1984.
- Lopera, Alfonso. *Ética del periodismo y la comunicación*. Colección de periodismo, Ed. Universidad de Antioquia, Colombia, 1990.
- Terrones Negrete, Eudoro. *Perfil del periodista*. Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza. Editorial "La Gaceta", Lima, 1994.
- Diccionario de periodismo*. A.F.A. Editores Importadores, S.A., Lima, 1996.
- Periodismo ético y deontológico*. A.F.A. Editores Importadores, S.A., Lima, 2000.
- *La ética en los multimedios de comunicación*. Imprenta BASIGRAF, 1ª. Edición, Lima, 2008.
- *Cien códigos de ética periodística*. Universidad Jaime Bausate y Meza. Lima, 2009. www.bausate.edu.pe
- Vásquez Fernández, Francisco. *Ética y deontología de la información*. Editorial Paraninfo, S.A., Madrid, 1991.

Jesús María, marzo, 2011.

66. TALLER DE REPORTAJES

1. INFORMACIÓN GENERAL

- | | |
|------------------------------------|------------------------|
| 1.1. Denominación de la asignatura | : TALLER DE REPORTAJES |
| 1.2. Código de la asignatura | : PO1066 |
| 1.3. Ciclo académico | : Noveno |
| 1.4. Número de horas semanales | : |
| - Teoría | : 2 |
| - Práctica | : 2 |
| - Total | : 4 |
| 1.5. Créditos | : 3 |
| 1.6. Requisitos | : Ninguno |
| 1.7. Área | : FPE |
| 1.8. Duración del ciclo en semanas | : 17 |
| 1.9. Profesor | : |

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En la asignatura de Taller de Reportaje se abordará la aplicación de lo aprendido en las asignaturas afines previas, realizando un recorrido práctico por los instrumentos válidos en la investigación periodística, buscando motivar y perfeccionar las destrezas de investigación, el estilo en la redacción y la personalidad del alumno en cuanto a la elaboración de reportajes.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al culminar el desarrollo de la asignatura, el estudiante tendrá un amplio conocimiento de las técnicas y metodologías de la investigación periodística, siendo capaz de realizar reportajes en profundidad con amplia destreza y un estilo personal definido.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1. Proyectar la ejecución de diversos temas de investigación en los que el alumno seleccione sus propios tópicos y desarrolle su capacidad periodística en la búsqueda del interés periodístico.
- 4.2. Motivar los criterios en los alumnos para la realización de la edición dentro del periodismo de investigación.
- 4.3. Fomentar un mayor conocimiento y reconocimiento de las etapas de la investigación periodística.
- 4.4. Elaborar reportajes, respetando en cada caso el estilo personal del estudiante.

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 1 EL REPORTAJE PERIODÍSTICO

Primera semana

Introducción a la Asignatura. El reportaje. Nociones generales y conceptos de diversos autores. Tipos de Reportaje: informativo, interpretativo y gran reportaje. Lectura, identificación y análisis crítico de los diversos tipos de reportaje.

Segunda semana

El reportaje en los medios. El reportaje escrito. Diferencia y semejanzas entre reportaje escrito, radial y televisivo. Análisis de cada uno de ellos. Ejemplos prácticos.

Tercera semana

Estructura del reportaje. La entrada como primer elemento. El cuerpo. El remate. Lectura y ubicación de los distintos elementos.

Cuarta semana

Proceso de elaboración del reportaje. Proyecto. Búsqueda de datos. Clasificación y ordenamiento de la información. Elaboración de conclusiones. Redacción final. Edición. Trabajo de campo y definición de temas.

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 2 EL PROCESO DE INVESTIGACION

Quinta semana

Técnicas del reportaje. La observación como primer contacto. La investigación, documental. La investigación periodística propiamente dicha. Formas y técnicas de plantear el reportaje.

Sexta semana

Las fuentes. Tipos. Selección de las fuentes. Veracidad de las fuentes. Orden de importancia de las fuentes. Valoración. Áreas complementarias.

Séptima semana

Selección de los datos. Verificación de los datos. Pruebas documentales. Rol activo del periodista. Pistas y riesgos de la investigación.

Octava semana

Profundización de la investigación documental. Aspecto ético. Investigación de campo. Pasos. Ventajas y desventajas. Definición del estilo y la opinión del periodista.

Novena semana

EXAMEN PARCIAL

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3 PREPARACION DEL REPORTAJE

Décima semana

Otras formas de obtención de información. Importancia de la metodología. Las estadísticas y el sondeo como instrumento informativo dentro del reportaje. Sistematización de la información obtenida. La redacción.

Undécima semana

Construcción de la información. La imagen en el reportaje. El uso de la imagen en los medios. La ilustración en el texto de investigación. Imágenes testimoniales, documentales o ilustrativas. Fotografías de documentos. Los gráficos.

Duodécima semana

Características del reportero actual. Pasos que debe seguir. Temática. El lenguaje del reportaje. Casos prácticos. La identidad del periodista.

Decimotercera semana

El reportaje en el Perú. Discusión de algunos ejemplos clásicos de la historia del periodismo peruano. Revisión de algunos reportajes dentro del periodismo internacional. Análisis de reportajes actuales en el periodismo nacional.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4 PRESENTACION FINAL DEL REPORTAJE

Decimocuarta semana

Método del reportaje. La introducción. El tema. El esquema. Previsiones. Selección de las técnicas. Preparación de reportajes en profundidad o grandes reportajes.

Decimoquinta semana

Las conclusiones. La síntesis. El final como principio. Riesgos en la interpretación. El reportaje, la especie más completa del periodismo. El reportaje y sus repercusiones.

Decimosexta semana

Especies periodísticas al servicio del reportaje. La crónica. La entrevista. El testimonio. El artículo interpretativo. Redacción de cada uno de ellos en función del reportaje.

Decimoséptima semana

EXAMEN FINAL

6. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

- 6.1. Expositivo y dialogado.
- 6.2. Análisis crítico y comparativo de los diversos tipos de reportaje.
- 6.3. Prácticas individuales y grupales de investigación.
- 6.4. Prácticas individuales de técnicas de redacción.
- 6.5. Lecturas intensivas.

7. EVALUACION DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIOS

- 7.1.1. Evaluación por objetivos.
- 7.1.2. Profundidad en la investigación.
- 7.1.3. Evolución de la redacción.
- 7.1.4. Aplicación de las metodologías y técnicas del reportaje.

7.2 INSTRUMENTOS

- 7.2.1. Pruebas escritas.
- 7.2.2. Control de asistencia y puntualidad.
- 7.2.3. Participación en clase.
- 7.2.4. Redacción periódica de reportajes.

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- 7.3.1. Asistencia a clases: más de 70%.
- 7.3.2. Obtención de promedio: 11 o más.
- 7.3.3. Asistencia y participación en clase.
- 7.3.4. Entrega de trabajos prácticos.
- 7.3.5. Elaboración de reportajes.
- 7.3.6. Cumplimiento de los instrumentos de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Autores Varios. *El Perú de los periodistas, Premio Nacional de Periodismo* 1983. Ed. Colegio Departamental de Periodistas de Lima, 1984.
- Autores Varios. *Técnicas de Entrevista y Reportaje*. Fondo Editorial de la Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza, Lima, 1996.
- Baena Paz, G. *El discurso periodístico, Los géneros periodísticos hacia el siguiente milenio*. Editorial Trillas, México, 1999.
- Copple, Neale. *Un nuevo concepto del periodismo*. Editorial Pax-México., 1968.
- Del Río Reynaga, J. *Periodismo interpretativo: El reportaje*. Editorial Trillas, México, 1994.
- Gargurevich, Juan. *Nuevo manual de periodismo*. Ediciones Causachum, Lima, 1987.
- Ramos de la Flor, Jorge. *Periodismo e Investigación*. Fondo Editorial de la Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza, Lima, 2003.

Orbegozo, Manuel Jesús. *Periodismo (Texto de Teoría y Práctica)*. Fondo Editorial de la UNMSM, Lima, 2000.

Jesús María, marzo, 2011.

67. PERIODISMO ESPECIALIZADO III

1. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. Denominación de asignatura : PERIODISMO ESPECIALIZADO III
- 1.2. Código de la asignatura : PO1067
- 1.3. Ciclo académico : Noveno
- 1.4. Número de horas semanales :
 - Teoría : 2
 - Práctica : 2
 - Total : 4
- 1.5. Créditos : 3
- 1.6. Requisitos : 59
- 1.7. Área : FPE
- 1.8. Duración del ciclo en semanas : 17
- 1.9. Profesor :

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Periodismo Especializado III comprende el estudio y la aplicación de conocimientos, técnicas y valores profesionales en el ejercicio del periodismo científico y tecnológico, político, económico e internacional, a través de la prensa, la radio y la televisión.

El desarrollo teórico y práctico de la materia profundiza las experiencias recogidas en las asignaturas de periodismo general y completa la visión del estudiante en las áreas de especialización.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el estudiante será capaz de distinguir el perfil profesional, las modalidades de trabajo y fuentes informativas del periodista científico y tecnológico, político, económico e internacional; identificar, investigar, redactar y editar temas especializados y distinguir y aplicar las modernas técnicas del procesamiento de noticias especializadas en la prensa, la radio y la televisión.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE:

- 4.1. Aplicar los conocimientos especializados en periodismo científico, político, económico e internacional; así como sus técnicas, valores y trascendencia en el desarrollo humano.
- 4.2. Desarrollar las técnicas y los valores para la investigación, redacción y edición del periodismo político.

4.3 Desarrollar las técnicas y los valores para la investigación, redacción y edición del periodismo económico.

4.4 Desarrollar las técnicas y los valores para la investigación, redacción y edición del periodismo internacional.

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 1 PERIODISMO CIENTÍFICO

Primera semana

Periodismo, ciencia y tecnología. Concepto. Características. Relación con el desarrollo social. Misión del periodista científico. Fuentes informativas. Cualidades distintivas del periodista científico.

Segunda semana

La ciencia. Concepto. Características. Importancia. Objeto. Clases. Temas y campos de la ciencia. La investigación y la ciencia. Recursos y materiales de la investigación. Lectura, análisis y debate de temas científicos.

Tercera semana

Diseño de la investigación periodística científica. Identificación, análisis y debate de temas periodísticos científicos en los medios de difusión. Programación de trabajos prácticos de investigación.

Cuarta semana

Redacción de informaciones. Errores frecuentes del periodista científico. Vocabulario científico. Problemas del lenguaje especializado. Lectura, análisis y debate de temas periodísticos científicos.

Quinta semana

Problemas entre la ciencia y la divulgación. Conflicto entre el periodista y el científico. Conflicto entre la rapidez y la exactitud. Conflicto entre la información científica y el sensacionalismo. Selección de temas científicos, redacción, ilustración y diseño de páginas y programas periodísticos. Avance y supervisión de trabajos de investigación. Exposiciones.

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 2 PERIODISMO POLÍTICO

Sexta semana

Periodismo político. Concepto. Características. Temas informativos del periodismo político. Prácticas guiadas de redacción. Combinación de especies periodísticas.

Séptima semana

Fuentes informativas. Cualidades distintivas del periodista político. Lectura, análisis y debate de temas políticos.

Octava semana
EXAMEN PARCIAL.

Novena semana

La línea informativa, editorial o política de los medios de difusión. Análisis y crítica sobre la línea informativa de los medios en lo político.

Décima semana

Estilo de la redacción política. Terminología especializada. Vicios frecuentes. Lectura, análisis y debate de temas políticos. Fotografía e ilustración del periodismo político. Práctica grupal de edición de una página política.

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 3
PERIODISMO ECONÓMICO

Undécima semana

Periodismo económico. Concepto. Características. Temas informativos del periodismo económico. Fuentes informativas. Características distintivas del trabajo en cada una de las fuentes.

Duodécima semana

Cualidades distintivas del periodista económico. Estilo de redacción. Prácticas de redacción. Terminología especializada. Vicios frecuentes. Fotografías e ilustraciones de las informaciones económicas. Tratamiento de las informaciones económicas en la prensa, la radio y la televisión.

Decimotercera semana

Cualidades distintivas del periodista económico. Estilo de redacción. Prácticas de redacción. Terminología especializada. Vicios frecuentes. Fotografías e ilustraciones de las informaciones económicas. Tratamiento de las informaciones económicas en la prensa, la radio y la televisión.

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 4
PERIODISMO INTERNACIONAL

Decimocuarta semana

Periodismo internacional. Concepto. Características. La agencia internacional de noticias. Estructura y funcionamiento. El corresponsal. Modalidad de trabajo y fuentes informativas del corresponsal. El enviado especial. Modalidad de trabajo y fuentes informativas del enviado especial.

Decimoquinta semana

Características distintivas del periodista internacional. Tratamiento de las informaciones internacionales en la prensa, la radio y la televisión.

Decimosexta semana

Lectura, análisis y debate de temas internacionales. Estilo de redacción. Prácticas de redacción. Combinación de especies periodísticas. Fotografías e ilustraciones de las informaciones internacionales. Práctica de edición de una página policial.

Decimoséptima semana

EXAMEN FINAL.

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- 6.1. Exposición y diálogo.
- 6.2. Dinámica grupal.
- 6.3. Lectura y comentario de textos.
- 6.4. Prácticas de aula y de campo
- 6.5. Visita a medios de comunicación
- 6.6. Prácticas de redacción.

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIOS

- 7.1.1. Evaluación por objetivos.
- 7.1.2. Evaluación integral, flexible y permanente.
- 7.1.3. Aptitudes para la identificación e investigación de temas especializados de valor noticioso.
- 7.1.4. Destrezas en la aplicación del estilo periodístico y gramatical de cada especialidad.
- 7.1.5. Desarrollo de los valores profesionales.

7.2 INSTRUMENTOS

- 7.2.1. Pruebas escritas de los períodos parcial y final.
- 7.2.2. Control de asistencia y puntualidad.
- 7.2.3. Control de trabajos prácticos de clase y de campo.
- 7.2.4. Participación y exposición de trabajos en clase.

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- 7.3.1. Asistencia a clases: 70 % o más.
- 7.3.2. Obtención de promedio: 11 o más.
- 7.3.3. Presentación de trabajos de investigación.
- 7.3.4. Cumplimiento de los instrumentos de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA

Berganza Conde, María Rosa. *Periodismo Especializado*. Internacionales Universitarias, Madrid, 2005.

CINPEC, OEA. *Periodismo educativo y científico*. Época, Quito, 1976.

Córdova, Gonzalo. *Formación del periodista científico*. CIESPAL, Quito, 1982.

Comisión permanente del Consejo Interamericano para la Educación y la Cultura.

Esteve Ramírez, Francisco y Moncholi, Miguel Angel. *Teoría y técnicas del Periodismo Especializado*. Madrid, Fragua, 2007.

Fernández del Moral, Javier. *Periodismo Especializado*. Barcelona, Ariel, 2004.

Terrones Negrete, Eudoro. *Diccionario de periodismo*. A.F.A. Editores Importadores, Lima, 1996.

Vidaurre Güiza, Carmen. *Periodismo Especializado II*. Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza, Fondo Editorial, Lima, 2003.

Vidaurre Güiza, Carmen. *Periodismo Especializado*. Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza, Fondo Editorial, Lima, 2003.

Jesús María, marzo, 2011.