



UNIVERSIDAD
JAIME BAUSATE Y MEZA

ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO
Programa Académico de Educación Presencial

PLAN DE ESTUDIOS 2001

SÍLABO
DEL SETIMO CICLO

LIMA- PERÚ

46. RELACIONES PÚBLICAS

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Denominación de la asignatura	:	RELACIONES PÚBLICAS
1.2 Código de la asignatura	:	PO1046
1.3 Ciclo académico	:	Séptimo
1.4 N° de horas semanales:		
- Teoría	:	2
- Práctica	:	2
- Total	:	4
1.5 Créditos	:	3
1.6 Requisitos	:	Ninguno
1.7 Área	:	FPB
1.8 Duración de semanas del ciclo	:	17 (diecisiete)

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Relaciones Públicas proporciona los conceptos fundamentales y especializados sobre relaciones públicas, que motivan al estudiante a un desarrollo profesional eficiente, poniendo en práctica los medios y las técnicas de investigación en RR.PP.

Aborda temas relativos al marco conceptual e histórico de las relaciones públicas; el profesional de las relaciones públicas y su perfil aptitudinal y vocacional; las relaciones públicas y la atención al público; la planificación e investigación en Relaciones Públicas; los métodos y las técnicas de investigación en Relaciones Públicas; la organización de eventos e implementación de un programa de posicionamiento de la imagen corporativa de una institución educativa.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el estudiante será capaz de mostrar una personalidad definida, que cultive valores para la aprehensión de su realidad, cultura y buen comportamiento en el desarrollo de sus quehaceres cotidianos. Será capaz de explicar correctamente el marco conceptual e histórico de las relaciones públicas y los significados del lenguaje en el proceso de la comunicación. Así también planificar, investigar y formular programas de relaciones públicas, para un mejor logro de sus propósitos en la búsqueda y transmisión de la información.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

4.1 Explicar adecuadamente la evolución histórica, importancia, características, etapas de las relaciones públicas y sus campos de acción y definir su naturaleza e su incidencia en la conformación de los públicos.

4.2 Establecer la relación que existe entre desarrollo organizacional e identidad corporativa y definir el rol de las comunicaciones y los medios de apoyo, así como los significados del lenguaje en el proceso de la comunicación.

4.3 Explicar a) el proceso de planificación e investigación en Relaciones Públicas; b) las Relaciones Públicas como instrumento de la política de mercado y elaborar un programa de relaciones públicas y aplicarlo en el campo del marketing y, finalmente, c) los métodos y las técnicas de investigación que le permitan enfrentar la competencia.

4.4 Explicar correctamente las técnicas de organización de eventos y aplicarlas mediante el desarrollo de un evento o programa de relaciones públicas.

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES SOBRE RELACIONES PÚBLICAS

Primera semana

1. Introducción a la asignatura. Las Relaciones Públicas. Reseña histórica. Concepto. Importancia. Objetivos. Características. Etapas.

Segunda semana

2. El profesional de las Relaciones Públicas. Perfil de aptitud. Perfil vocacional. Organización de grupos de trabajo para la planificación y el desarrollo de eventos de relaciones públicas e implementación de un programa de posicionamiento de la imagen corporativa de la Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza.

Tercera semana

3. Relaciones humanas. Concepto. Ramas. La Personalidad. Las actitudes: elementos, conflictos emocionales, test de actitudes. Frustraciones. Confianza y colaboración. La motivación.

Cuarta semana

4. Concepto de proveedor. Etiqueta, la clave del éxito. Liderazgo: Filosofía de excelencia.

Instituir la calidad.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2 LA ORGANIZACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

Quinta semana

5. Desarrollo organizacional. El clima de la organización. Jerarquía en la organización de las relaciones públicas. Estructura. Funciones.

Sexta semana

6. La identidad corporativa como un proceso de adquisición de una personalidad empresarial. Cómo se construye la identidad de una empresa.

Séptima semana

7. El sistema de identidad. Las Relaciones Públicas como instrumento de la política de mercados. La propaganda. La publicidad. Información comercial: campos de aplicación visual. Elementos y rasgos que comporta. El símbolo. El logotipo. El nombre comunicativo. El color. La tipografía. La señalética. La construcción de la identidad corporativa en el aspecto visual.

Octava semana

8. Comunicaciones en las organizaciones. Importancia. Mandamientos de las buenas comunicaciones. La información en la empresa periodística. Las Relaciones Públicas para periódicos. Las Relaciones Públicas para emisoras de radio y canales de televisión. Las Relaciones Públicas para asociaciones de gremios periodísticos.

Novena semana

9. EXAMEN PARCIAL

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3 LAS RELACIONES PÚBLICAS: PLANIFICACIÓN, INVESTIGACIÓN. MEDIOS Y TÉCNICAS

Décima semana

10. Planeamiento y desarrollo de programas de Relaciones Públicas. El plan de Relaciones Públicas. El presupuesto de Relaciones Públicas. Investigación y medición de las Relaciones Públicas. Tipos de investigación en Relaciones Públicas: a) El sondeo de los grupos de público; b) la encuesta de valorización de la «imagen» de la empresa; c) la apreciación comparativa de la opinión pública; d) la investigación de influencias básicas; e) Medición del cambio de la «imagen»; f) Indagación de motivos; g) examen de efectividad.

Undécima semana

11. Los métodos y las técnicas de investigación en Relaciones Públicas. Publicaciones en la empresa: Objetivos, Manual, Boletín, Prospectos. El periódico mural. La dinámica de grupo. El buzón de sugerencias. Relaciones con la prensa. Contactos. Periódicos locales.

Radio. Televisión. Internet.

Duodécima semana

12. Las relaciones públicas como instrumento de la política de mercados. La propaganda. La publicidad. Información comercial: campos de aplicación. Las vías de sugestión. Modelos culturales. Relaciones entre empresas y agencias de publicidad. Políticas y metodologías.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4

EVENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PRÁCTICA DE CASOS

Decimotercera semana

13. Eventos de relaciones públicas. Concepto. Políticas. Protocolo. Ceremonial. Relación de eventos: Reuniones de información, integración laboral. Eventos de prensa. Reuniones de motivación laboral. Eventos públicos. Visitas guiadas. Atención al público.

Decimocuarta semana

14. Metodología de la administración del evento: Objetivos. Finalidad. Alcance. Clasificación. Selección. Recursos disponibles. Exigencias o preferencias especiales. Control. Cronogramas. Coordinaciones. Presupuesto.

Decimoquinta semana

15. Aplicación de los conocimientos aprendidos sobre Relaciones Públicas:

a) Los estudiantes, organizados en grupos de trabajo, deberán diseñar e implementar un programa de posicionamiento de la imagen corporativa de la Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza.

Decimosexta semana

15. Aplicación de los conocimientos aprendidos sobre Relaciones Públicas:

b) Los estudiantes, organizados en grupos de trabajo, deberán diseñar e implementar un programa de posicionamiento de la imagen corporativa de la Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza.:

- Realizar charlas en colegios de educación secundaria a los alumnos del quinto año.

- Realizar visitas guiadas a estudiantes de colegios secundarios en el local central de la Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza.

Decimoséptima semana

17. EXAMEN FINAL

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

6.1 Exposición y diálogo.

6.2 Dinámica de grupos.

6.3 Lectura y comentario de textos.

6.4 Visita a oficinas de Relaciones Públicas.

6.5 Aplicación de test.

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIOS

- Evaluación por objetivos.
- Educación en valores: Puntualidad, responsabilidad, honestidad, etc.
- Evaluación integral, flexible y permanente.

7.2 INSTRUMENTOS

- Pruebas escritas.
- Prácticas calificadas.
- Control de lecturas
- Intervenciones orales.
- Trabajos monográficos.

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- Asistencia a clases: Más de 70 %.
- Obtención de promedio: 11 o más.
- Organización de un evento sobre relaciones públicas.
- Planificación y desarrollo de un programa de posicionamiento de imagen corporativa de una institución educativa.
- Cumplimiento de los instrumentos de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Collette, Marcel. *Relaciones Públicas. Fundamentos y Técnicas.* Editorial Universidad de Ciencias Comerciales, Buenos Aires, 1965.

Cornejo y Rosado, Miguel Ángel. *Dirección de excelencia. El reto del III milenio.* Editorial Grade, México, 1993.

Del Solar Rojas, Francisco José. *Evolución histórica de las Relaciones Públicas.* En curso de Protocolo. Ed. Ferper, Lima, 1989.

Dex Urzais, Jaime. *Teoría y técnica de las Relaciones Públicas.* San Martín, Madrid, 1971.

Flores Bao, Francisco. *Relaciones Públicas. Ciencia de la Integración Humana.* Editorial Imprenta Desa, Lima, 1981.

Lesly, Philip. *Manual de Relaciones Públicas (Tomos I y II)* Ediciones Martínez Roca, S.A., Barcelona, 1969.

Martos, John E. *Relaciones Públicas Modernas.* Libros Mc Graw Hill, México, 1981.

Moore, Frazier y Candfield, Bertrand *Relaciones Públicas, Principios, casos y problemas.* Editorial Continental, S.A., México, 2a. reimpresión, 1982.

Nielander, W.A. y Millar, R.W. *Relaciones Públicas.* Editorial Hispano Europea, Barcelona, España, 1964.

Scott, Cutlip y Center, Allen *Relaciones públicas.* Ediciones Rialp, Madrid, 1972.

Tejada Palacios, Luis. *Gestión de la imagen corporativa.* Editorial Norma, España, 1987.

Toffler, Alvin. *La tercera ola.* Editorial Plaza & Janes, España, 1996.

Wal Ton, Mary y Deming, Edwards. *Cómo administrar con el método deming.* Editorial Norma, Colombia, 1990.

47. GESTIÓN DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1. INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura	:	GESTIÓN DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Código de la asignatura	:	PO1047
Ciclo académico	:	Séptimo
Nº de horas semanales:		
- Teoría	:	3
- Práctica	:	0
- Total	:	3
Créditos	:	3
Requisitos	:	Ninguno
Área	:	FPB
Duración de semanas del ciclo	:	17 (diecisiete)

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura comprende el estudio de las actividades de las empresas dedicadas a la comunicación social, así como las interrelaciones entre ellas y con los elementos del entorno. Se trata de las actividades sustantivas de los medios de comunicación escrita, radial y televisiva y de las que recaen en las áreas de personal, logística, finanzas, comercialización y marketing, racionalización, planeamiento, control, información y otras.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el estudiante será capaz de aplicar el enfoque de sistemas para el análisis de la gestión de empresas de comunicación social.

Asimismo, describir las actividades de la empresa e interrelacionarlas entre sí y con los elementos del ambiente externo en que se desenvuelve.

Podrá elaborar documentos administrativos básicos, como son comunicaciones escritas, descripciones de puestos, cuadros de necesidades de bienes, presupuestos, listas de verificación con fines de control administrativo, manuales de funciones y de procedimientos, entre otros.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

Explicar con propiedad el enfoque sistemático de la administración como criterio de análisis de la gestión empresarial, tanto al interior de las empresas de comunicación social como en su relación con el ambiente en el que se desenvuelven.

Identificar y explicar las formas básicas de organización de las empresas de comunicación social, así como sus procesos y puestos de trabajo fundamentales con sus respectivas tareas u obligaciones.

Identificar y explicar las actividades de apoyo en la gestión de los medios de comunicación social. Los recursos humanos. La logística. Las finanzas.

Comprender qué es el marketing de medios de comunicación social y aplicar técnicas básicas de investigación de mercados.

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1 LAS EMPRESAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL BAJO EL ENFOQUE SISTEMICO

Primera semana

1. Concepto del sistema como categoría de análisis de la empresa de comunicación social. Relaciones de los elementos internos. Interacción. Relaciones de los medios con el ambiente externo. Características de los sistemas en las empresas periodísticas. Tipos de sistemas.

Segunda semana

2. Empresas de comunicación social y afines. El direccionamiento estratégico en las empresas de comunicación social. Los públicos de las empresas de comunicación social.

Tercera semana

3. Los procesos en las empresas de comunicación social. Diseño de procesos. Descripción literal y diagramas de flujo. Necesidad de mejoramiento continuo.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2 LA GESTIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Cuarta semana

4. Organización de un medio escrito de comunicación social. Las áreas básicas de un diario

y de una revista, Procesos sustantivos, Tareas de los puestos de un medio escrito. índices de lectoría. Los anunciantes. El marketing de prensa. El tiraje. La impresión por cuenta propia o de terceros. La distribución de ejemplares. Los vendedores. Las promociones. Precios de los ejemplares. Las suscripciones. Venta de anuncios.

Quinta semana

5. Organización de una empresa radiodifusora. Procesos sustantivos. La pre-producción. La producción. Programación y distribución. Los puestos básicos de una radiodifusora y sus tareas. Servicios externos. El marketing radial. La producción y venta de spots. Alquiler de espacios radiales. La medición de audiencia. Las cadenas radiales.

Sexta semana

6. Organización de una empresa de televisión. Las áreas básicas de una televisora. Procesos sustantivos. Las tareas de los puestos de una televisora. Las filiales. Servicios de terceros, El rating. El marketing televisivo. Venta de espacios y de publicidad. a La televisión y los medios digitales. Las cadenas de televisión. Televisión abierta y por cable.

Séptima semana

7. Las agencias informativas. Los free lances. Productoras independientes. Otros negocios afines y complementarios a los medios periodísticos.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3 **LA GESTION DE SISTEMAS DE APOYO EN LA EMPRESA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Octava semana

8. Recursos humanos en las empresas de comunicación social. Las relaciones humanas y las relaciones laborales. El área de personal. Descripción de puestos. Lectura y comentario de un texto.

Novena semana

EXAMEN PARCIAL

Décima semana

10. Necesidad de personal. Reclutamiento. Selección, Casting. Contratación. Capacitación. Motivación. Promociones. Traslados. Control y registro de personal. Evaluación del desempeño. Remuneraciones. Bienestar y cese de personal.

Undécima semana

11. La logística. Determinación de necesidades de bienes. Programación de las adquisiciones. Compras., Almacenamiento. Distribución. Inventarios. Baja de bienes. Servicios auxiliares.

Duodécima semana

12. Las finanzas. El dinero. Los valores. Los impuestos. Estados financieros fundamentales, Balances, Estados de ganancias y pérdidas. Flujo de caja. Presupuestos: Programación, control de la ejecución, evaluación.

Decimotercera semana

13. La informática en las empresas de comunicación social. Sistemas de información gerencial. Toma de decisiones.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4

EL MARKETING EN LAS EMPRESAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Decimocuarta semana

14. El marketing mix y el marketing relacional. Producto. Plaza. Precio. Promoción y Publicidad. La segmentación del mercado. Los nichos. La relación de los medios con la comunidad. Las entidades gubernamentales y los medios de comunicación social.

Decimoquinta semana

15. Las investigaciones de mercado. El plan de marketing. Evaluación de resultados de la gestión del medio de comunicación social.

Decimosexta semana

16. Revisión general de la asignatura.

Decimoséptima semana

17. EXAMEN FINAL

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

6.1 Exposición y diálogo

6.2 Talleres

6.3 Estudios de casos

6.4 Dinámica de grupo

6.5 Lectura y comentario de textos

6.6 Proyección de audiovisuales sobre temas empresariales

6.7 Prácticas dirigidas

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

CRITERIOS

- Evaluación por objetivos
- Evaluación integral, flexible y permanente
- Creatividad, resolución de casos y espíritu empresarial
- Espíritu de integración, cooperación e investigación.

INSTRUMENTOS

- Control de asistencia.
- Pruebas escritas.
- Control de lecturas
- Intervenciones orales
- Trabajos individuales y grupales

REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- Asistencia a clases: mínimo 70 %
- Obtención de promedio: 11 ó más
- Cumplimiento de los instrumentos de evaluación

8. BIBLIOGRAFÍA

Byard, L. *Administración de recursos humanos: Conceptos y aplicaciones.* México. Editorial Interamericana.

Certo, Samuel. *Administración moderna.* México. Editorial Cámara Nacional Industrial.

Harrington, James. *Mejoramiento de los procesos de la empresa.* Editorial Mc Graw-Hill.

Iglesias, Francisco y Verdeja, Sam. *Márketing y Gestión de Periódicos.* España. Ediciones Universidad de Navarra S.A.

Gooyo, Sergio *Gestión de radio y TV.* Chile. Ediciones Universidad Católica de Chile.

Jiménez H., Juan Ignacio. *Teoría general de la administración (La ciencia administrativa a la luz del análisis sistémico).* España. Editorial Tecnos.

Kotler, P. *Fundamentos de mercadotecnia.* México. Editorial Prentice Hall.

Stevenson, J. *Fundamentos de finanzas.* México. Editorial Mc Graw-Hill.

48. TALLER DE PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Denominación de la asignatura	:	TALLER DE PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN
1.2 Código de la asignatura	:	PO1048
1.3 Ciclo académico	:	Séptimo
1.4 N° de horas semanales:		
- Teoría	:	2
- Práctica	:	2
- Total	:	4
1.5 Créditos	:	3
1.6 Requisitos	:	44
1.7 Área	:	FPE
1.8 Duración de semanas del ciclo	:	17 (diecisiete)

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura comprende la teoría general del periodismo de investigación, el sistema de trabajo de periodismo de investigación en los medios de comunicación social, el proceso de investigación en el periodismo investigativo y el proceso de elaboración del reportaje de investigación para medios periodísticos escritos y televisivos. Se trata de una asignatura predominantemente aplicada, práctica.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el alumno estará en condiciones de aplicar la teoría general del periodismo de investigación; reconocer los trabajos de periodismo de

investigación; constituir unidades o equipos de investigación; desarrollar temas o casos de periodismo de investigación; y elaborar reportajes de investigación para medios periodísticos escritos y televisivos.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1 Comprender, identificar y aplicar la teoría general del periodismo de investigación.
- 4.2 Comprender, identificar y aplicar el sistema de trabajo de periodismo de investigación en los medios de comunicación social, así como identificar y analizar los trabajos de periodismo de investigación difundidos por los medios periodísticos escritos y televisivos.
- 4.3 Comprender, identificar y aplicar el proceso de investigación en el periodismo investigativo, así como desarrollar casos de periodismo de investigación para medios periodísticos escritos y televisivos.
- 4.4 Elaborar reportajes de investigación para medios periodísticos escritos y televisivos;

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1 EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

Primera semana

1. El periodismo de investigación: definición, características, importancia, breve reseña histórica, casos más importantes de periodismo de investigación en el Perú y en el mundo.

Segunda semana

2. El periodismo de investigación y las demás manifestaciones periodísticas. El periodismo de investigación y el periodismo interpretativo: relación diferencias.

Tercera semana

3.- Limitaciones o dificultades en el desarrollo del periodismo de investigación. Cualidades y condiciones del periodista de investigación.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2 EL SISTEMA DE TRABAJO EN EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

Cuarta semana

4.- El sistema de trabajo en el periodismo de investigación. Las Unidades de Investigación. Las estrategias. Los objetivos en el periodismo de investigación. Los temas

Quinta semana

5.- Las fuentes en el periodismo de investigación. Las estrategias. El periodista y la fuente. Identificación de fuentes.

Sexta semana

6.- Identificación y análisis de trabajos de periodismo de investigación en medios periodísticos escritos y televisivos.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3

EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN EN EL PERIODISMO INVESTIGATIVO

Séptima semana

7.- El periodismo de investigación y el proceso de investigación. Las etapas del proceso de investigación: definición de temas y casos. Práctica guiada.

Octava semana

8.- Las etapas del proceso de-investigación: el desarrollo de temas y casos. Práctica guiada por cada etapa.

Novena semana

9.- EXAMEN PARCIAL

Décima semana

10.- Las etapas del proceso de investigación: el desarrollo de temas y casos. Práctica guiada por cada etapa.

Undécima semana

11.- Desarrollo y seguimiento de casos de periodismo de investigación. Práctica guiada.

Duodécima semana

12.- Desarrollo y seguimiento de casos de periodismo de investigación. Práctica guiada. Exposición de casos.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4 EL REPORTAJE DE INVESTIGACIÓN

Decimotercera semana

13.- El periodismo de investigación y las especies periodísticas. El reportaje de investigación. Elaboración del reportaje de investigación para medios periodísticos escritos y televisivos. Técnicas de elaboración y redacción.

Decimocuarta semana

14.- Elaboración del reportaje de investigación para medios periodísticos escritos y televisivos. Técnicas de elaboración y redacción.

Decimoquinta semana

15.- Identificación y análisis de reportajes de investigación difundidos por medios periodísticos escritos y televisivos. Identificación y análisis de técnicas. Práctica guiada.

Decimosexta semana

16.- Redacción final de reportajes de investigación para medios periodísticos escritos y televisivos. Práctica guiada. Presentación de reportajes de investigación.

Decimoséptima semana

17.- EXAMEN FINAL

6. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

- 6.1 Exposición y diálogo
- 6.2 Dinámica grupal
- 6.3 Ejercicios de aplicación
- 6.4 Práctica de identificación
- 6.5 Práctica de redacción
- 6.6 Análisis de casos y trabajos de periodismo de investigación
- 6.7 Desarrollo de trabajos de periodismo de investigación
- 6.8 Análisis de resultados de trabajos de periodismo de investigación
- 6.9 Lectura, análisis y comentarios de textos (lectura dirigida)

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIOS

- Evaluación por objetivos
- Evaluación integral, flexible y permanente
- Aptitudes para la investigación y el análisis
- Destrezas para redactar
- Responsabilidad académica
- Desarrollo de valores profesionales

7.2 INSTRUMENTOS

- Pruebas escritas
- Prácticas en clase
- Trabajos prácticos
- Trabajos de periodismo de investigación
- Trabajos de investigación
- Control de lectura
- Participación
- Asistencia

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- Asistencia a clases: más de 70%
- Obtención de promedio: 11 ó más
- Presentación puntual y eficiente de trabajos de investigación
- Cumplimiento de los instrumentos de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Bernstein, Carl y **Woodward**, Bob, "Todos los hombres del Presidente". Editorial La Oveja Negra, Colombia, 1984.

Bradlee; Benjamín, "La vida de un periodista" . Editorial E I País / Aguilar, España, 1998.

Bonilla Vélez, Jorge Iván. "Violencia, medios y comunicación: otras pistas en la investigación". Editorial Trillas - FELAFACS, México 1995.

Dader, José Luis. "Periodismo de precisión: vía socio-informática de descubrir noticias". Editorial, Síntesis, Madrid, España, 1997

- Fagoaga, Concha.** "Periodismo interpretativo". Editorial Mitre, Barcelona, España, 1982.
- Copple, Neale.** "Un nuevo concepto del periodismo". Editorial Fax, México, 1978.
- Checa, Fernando.** "Denunciar, deshacer entuertos". Revista Chasqui, N° 48, **Ciespal**, Quito, Ecuador, 1994.
- Charnley, Mitchell.** "Periodismo informativo". Editorial Troquel S.A., Buenos Aires, Argentina, 1971
- Del Río Reynaga, Julio.** "Periodismo Interpretativo: el reportaje". Editorial Trillas, México, 1994 .
- Fundación Konrad Adenauer.** "Medios de comunicación, democracia y poder". CIEDLA, Buenos Aires, Argentina, 1995.
- Gaines, William.** "Periodismo investigativo para prensa y televisión". Editorial TM Editores, Bogotá, Colombia, México, 1996 .
- Lambeth, Edmund.** "Periodismo comprometido: un código de ética para una profesión". Editorial LIMUSA, México, 1992.
- López Chang, Miguel.** "Periodismo de investigación: entre la credibilidad y la duda". Coordinadora Nacional de Radio, Lima, 1995
- MacDougall, Curtis.** "Reportaje interpretativo". Editorial Diana, México, 1983.
- Martínez Albertos, José Luis.** "Curso general de redacción periodística". Editorial ATE, Barcelona, España, 1974.
- Rodríguez, Pepe.** "Periodismo de investigación: técnicas y estrategias". Editorial Paidós, Barcelona, España, 1994.
- Secanella, Petra María.** "El Lid, fórmula inicial de la noticia". Editorial ATE, Barcelona, España, 1981.
- Secanella, Petra María.** "Periodismo de investigación". Editorial ATE, Barcelona, España, 1981.

49. PERIODISMO ESCRITO

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Denominación de la asignatura	:	PERIODISMO ESCRITO
1.2 Código de la asignatura	:	PO1049
1.3 Ciclo académico	:	Séptimo
1.4 N° de horas semanales:		
- Teoría	:	2
- Práctica	:	2
- Total	:	4
1.5 Créditos	:	3
1.6 Requisitos	:	Ninguno
1.7 Área	:	FPE
1.8 Duración de semanas del ciclo	:	17 (diecisiete)

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En el desarrollo de la asignatura se aborda aspectos teóricos del proceso de producción periodística en los medios escritos; siendo exigencia, para el mayor conocimiento y dominio de los mismos, la práctica en la búsqueda y tratamiento de la información con una validez profesional, redacción, diagramación e impresión final. Generar expectativa por el oficio del periodista en condiciones verdaderas de trabajo. Lograr adiestramiento profesional en la realización de los géneros del periodismo impreso.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura el estudiante será capaz de identificar y explicar claramente las fases que conlleva la producción de un medio escrito, aplicar las técnicas de búsqueda, proceso y edición de la información para medios impresos y, finalmente, desempeñar con eficiencia y eficacia cualquiera de las tareas propias de un periódico o

revista impresa.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1 Explicar en forma clara y precisa los principios básicos de toda publicación impresa.
- 4.2 Planificar y desarrollar correctamente temas noticiosos.
Corregir y editar un suplemento.
- 4.3 Diagramar y diseñar boletines institucionales.

5. CONTENIDO

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1

RECONOCIMIENTO DE UN MEDIO ESCRITO

Primera semana

1. El periodismo escrito, componentes e interacciones. Elementos que componen publicaciones impresas. Folio, paginación, filetes y recuadros, blancos, fondos o tramas, elementos decorativos, viñetas, plecas y arias.

Segunda semana

2. La fotografía en los periódicos. Tipos de fotografías: Spot, Planeada y Retrato. Selección de fotografías originales y su tratamiento.

Tercera semana

3. La tipografía. Clasificación. Partes del tipo, variedades de letra, tipología. El texto y sus características tipográficas. Partes del texto: líneas, párrafos y columnas. Características del texto: medida, interlineado, espaciado e interletraje, justificación y alineación. Los caracteres tipográficos. Tamaño de caracteres por texto y titulares.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2

PLANIFICACIÓN y DESARROLLO DE TEMAS NOTICIOSOS

Cuarta semana

4. El cuadro de comisiones y la especialidad en el periodismo. Práctica N° 01.

Quinta semana

5. Elaboración de publicaciones grupales cortas (periódicos). Gestión laboral (determinar cargos laborales), búsqueda de noticias, edición y publicación. Práctica N° 02.

Sexta semana

6. Elaboración de publicaciones grupales cortas (periódicos). Gestión laboral (rotación de los cargos laborales), búsqueda de noticias, edición y publicación. Práctica N° 03.

Séptima semana

7. Elaboración de publicaciones grupales cortas (periódicos). Gestión laboral (rotación de los cargos laborales), edición y publicación. Práctica N° 04.

Octava semana

8. Evaluación crítica de los trabajos presentados. Progreso y dificultades de los alumnos en la edición y el trabajo final de las prácticas.

Novena semana

9. EXAMEN DEL PERÍODO PARCIAL

**UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3
DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO DE UN SUPLEMENTO**

Décima semana

10. La infografía. Característica y tratamiento de la infografía. Color. El color de las publicaciones impresas, criterios para establecer el color de los periódicos. Práctica N° 04.

Undécima semana

11. Definición de grupos de trabajo e integrantes, elaboración de publicaciones grupales cortas (suplemento). Gestión laboral (determinación de cargos laborales), búsqueda de noticias, edición y publicación. Práctica N° 05. Trabajo del género interpretativo y de opinión.

Duodécima semana

12. Definición de grupos de trabajo e integrantes, elaboración de publicaciones grupales cortas (suplemento). Gestión laboral (rotación de los cargos laborales), búsqueda de noticias, edición y publicación. Práctica N° 06.

Decimotercera semana

13. Evaluación crítica de los trabajos presentados. Progreso y dificultades de los alumnos en la edición y el trabajo final de las prácticas.

**UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4
DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO DE UNA SECCIÓN
ESPECIALIZADA**

Decimocuarta semana

14. Factores técnico-económicos del medio escrito. Cantidad de ejemplares editados, tamaño, calidad, distribución. Costos del espacio publicitario, el tarifario.

Decimoquinta semana

15. Elaboración de boletines institucionales. Práctica N° 07

Decimosexta semana

16. Elaboración de boletines institucionales. Práctica N° 08

Decimoséptima semana

17. EXAMEN FINAL

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- 6.1 Exposición y diálogo.
- 6.2 Dinámica grupal
- 6.3 Clases demostrativas prácticas.
- 6.4 Práctica dirigida: individual y grupal
- 6.5 Estudio dirigido.

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIOS

- Evaluación por objetivos.
- Evaluación integral, flexible y permanente.
- Rapidez y eficacia en el manejo de la computadora (ordenador) y del software adecuado para elaborar materiales de tiraje corto.
- Utilización de las herramientas que proporciona.
- Investigación y redacción de notas.
- Trabajo prácticos en clase.
- Limpieza y orden en el trabajo práctico.
- Entrega puntal de los trabajos requeridos.

7.2 INSTRUMENTOS

- Prácticas dirigidas
- Prácticas calificadas
- Exámenes parcial y final en la computadora (ordenador).

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- Asistencia a clases: más de 70%
- Realización mínima del 70% de prácticas en su fecha correspondiente.
- Obtener la nota de 11 o más.
- Cumplimiento con los instrumentos de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Arnold, Edmund C.** *Diseño Total de un Periódico*. Editorial Edamex. México, 1986.
- Cotton, B.** *La Nueva Guía del Diseño Gráfico*, Editora Blume, Barcelona, Primera edición, 1994.
- Diario La Prensa.** *Manual de Estilo del Diario La Prensa Gráfica*. El Salvador, 2002.
- Diario El Comercio.** *Libro de Estilo de El Comercio*. Lima - Perú 1998
- Martín Aguado, José Antonio, Armentia Vizueté, José Ignacio.** *Tecnología de la Información Escrita*. España.
- Martínez Albertos, José Luis.** *Curso General de Redacción Periodística*. Editora Paraninfo S.A.1993.

50. PERIODISMO RADIAL

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Denominación de la asignatura	:	PERIODISMO RADIAL
1.2 Código de la asignatura	:	PO1050
1.3 Ciclo académico	:	Séptimo
1.4 N° de horas semanales:		
- Teoría	:	2
- Práctica	:	2
- Total	:	4
1.5 Créditos	:	3
1.6 Requisitos	:	Ninguno
1.7 Área	:	FPE
1.8 Duración de semanas del ciclo	:	17 (diecisiete)

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Periodismo Radial permite al estudiante conocer e investigar los contenidos conceptuales teóricos y prácticos, así como los detalles técnicos del funcionamiento de la radio como un medio de comunicación masiva, donde la inmediatez y el cambio vertiginoso de los acontecimientos sociales se transformen en mensajes sonoros de fácil descripción y decodificación, la que permita involucrarse al suceso.

El manejo del lenguaje, las técnicas y géneros periodísticos radiales serán transformados al manejo digital, de tal manera que, el ejercicio del periodismo radial sea también a través de Internet y otros medios que ofrece la telemática.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura el alumno estará en la capacidad de explicar, desarrollar, ejecutar, producir y evaluar proyectos periodísticos radiales para los medios de comunicación masiva e Internet apropiados a las condiciones de competitividad y demandas de audiencia.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1 Conocer, diferenciar y explicar los contenidos y características fundamentales de la radiodifusión, el sistema semiótico radial y las funciones de la radio como un medio de comunicación e información y su relación con Internet.
- 4.2 Definir y conocer los formatos radiales para efectuar la producción radial informativa mediante recursos técnicos y periodísticos analizando la demanda de audiencia y sus efectos en Internet.
- 4.3 Producir correctamente un micro - noticiero radial, un noticiero radial y un programa de entrevista radial.
- 4.4 Conocer, desarrollar y producir programas radiales informativos conteniendo bloques y segmentos de acuerdo al estilo del medio radial y de la página web de Internet utilizando recursos del periodismo radial.

5. CONTENIDOS

Primera semana

1. Introducción: características y fundamentos de la asignatura, Historia de la radiodifusión mundial, latinoamericana y nacional. Principales aspectos técnicos de la radio: señal, frecuencia, la acústica radial, la percepción sensitiva. Formas sonoras: ruido, sonido, silencio.

Segunda semana

2. Sistema semiótica radiofónico: Lenguaje radiofónico, tecnología radiofónica, público objetivo - oyente, características, modelos de selección. La palabra, música, silencio, efectos sonoros. Timbre, tono, intensidad, melodía, armonía, ritmo. Características del lenguaje radiofónico. Práctica: Grabación de párrafos radiales aplicando el lenguaje radial.

Tercera semana

3. Funciones de la radio. La radio comercial, radiodifusión libre, radiodifusión pirata, radio consumo, audiencia, análisis, alcance. Media mix: radio-TV, radio-Internet. Elementos cualitativos de la radio: Imagen - credibilidad, patrocinio, afinidad con las franjas de audiencia. La creatividad radial.

Cuarta semana

4. Seminario sobre la radio limeña y de provincias, la cobertura local, nacional e internacional. Las cadenas de radio. La especialización: radioemisoras informativas y musicales. La radio en Internet, recursos básicos de hardware y software. La tecnologización de la radio. Audiencia selectiva.

Quinta semana

5. Ventajas de la radio, Características de la radio. El periodismo radial: Los géneros periodísticos para radio e Internet. La Producción radial: preproducción, producción y post-producción radial. El programa y la programación: Etapas, características, diferencias. Práctica: Presentar el guión radial de un programa de su preferencia y de un programa informativo radial.

Sexta semana

6. Diseño y Estructura de programas radiales, El guión radial, Libreto radial. Tipos y características, elementos fundamentales. La rentabilidad de la radio, la publicidad y la propaganda. El marketing radial.

Séptima semana

7. El potencial humano en radio: Estructura, funciones y roles del personal radial, distribución de tareas y comisiones. Práctica: Grabación de Micro noticiero de 20 minutos utilizando los recursos radiales.

Octava semana

8. La redacción periodística para radio. Características, reglas de redacción, diferencias entre información y noticia, formatos radial y electrónico, El gorro radial. Locución radial. El presentador de noticias, el narrador de noticias. Estilo radial.

Novena semana

9. EXAMEN PARCIAL.

Décima semana

10. La Producción radial informativa: características, elementos. Quién, cómo y qué se produce en radio. Análisis de la audiencia, el rating radial. Práctica: Análisis de la preferencia radial, segmentación de audiencia.

Undécima semana

11. La noticia radial, elementos y características, redacción de noticias para radio. La crónica radial, elementos y características. La opinión radial: Crítica, comentario, editorial, elementos y características. La encuesta vox populi. Práctica:, Análisis y crítica de los programas radiales de noticias.

Duodécima semana

12. El reportaje Radial: Características, clases y elementos de selección. El informe radial: características y elementos del informe. Práctica: Redacción y selección de temas para la presentación de reportajes e informes radiales.

Decimotercera semana

13. La entrevista radial: características, tipos, selección del tema e invitados, documentación previa. Práctica: Grabación en Cabina de programas de entrevista radial por grupos.

Decimocuarta semana

14. Los Boletines radiales, El Micro-noticiero radial, El Flash radial, Noticia de último

minuto. Ampliación de la noticia: Definición, características y contenido. El volteo de la información. Los informes en directo. La improvisación responsable. El spot radial. Práctica: Edición de boletines, micro noticieros y selección de Flash informativo.

Decimoquinta semana

15. Las páginas web de radiodifusión. La radio en Internet y la telemática, Software necesario, grabación digital, Uso de recursos del Lenguaje radial en la Telemática.

Decimosexta semana

16. Exposición grupal de Trabajos de Investigación sobre temas de coyuntura radial: La radio e Internet, La radio informativa y musical, La empresa y micro-empresa radial, La agencia de Noticias para radio e Internet (Info-data), La oferta radial: laboral e informativa.

Decimoséptima semana

17. EXAMEN FINAL.

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- 6.1 Expositivo y participativo.
- 6.2 Dinámica de grupos.
- 6.3 Análisis y crítica de producción radial.
- 6.4 Investigación y comparación de campo.
- 6.5 Estudio y análisis de casos.
- 6.6 Grabación de prácticas

7. EVALUACION DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIOS

- Evaluación por objetivos y capacidades.
- Evaluación integral, flexible y permanente.
- Manejo adecuado de los recursos radiales.
- Claridad, coherencia y profundidad en el análisis y la conclusión.
- Responsabilidad, eficiencia y espíritu de investigación.
- Creatividad y originalidad en las propuestas y participación
- Autocontrol y auto-confianza.

7.2 INSTRUMENTOS

- Control de asistencia y puntualidad.
- Intervenciones orales y escritas responsables.
- Pruebas escritas.
- Grabaciones magnetofónicas y electrónica - digitales.
- Trabajos de investigación o trabajos monográficos.

7.3 REQUISITOS DE APROBACIÓN

- Asistencia a clases más de 70%.
- Obtención de un promedio de 11 o mayor de 11.
- Presentación oportuna de trabajos y grabaciones.

- Cumplimiento oportuno de los instrumentos de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Alegría**, Alonso. O.A.X.: crónica de la radio en el Perú (1925 - 1990) Editorial: Lima: Radio programas Año: 1993.
- Casanellas O'callaghan**, Alfredo Breve manual de locución. Editorial: Lima: Causachum, Año: 1991
- Cebrián Herreros**, Mariano; Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación. Edit. Síntesis, Madrid 1994.
- Dary**, David; Manual de Noticias Radiofónicas, Editorial Diana, México 1980
- Faus Belau**, Ángel; La Radio, introducción a un medio desconocido. Edit. Latina. Colección Latina Universitaria. Madrid, 1981.
- Huertas Bailén**, A; **Perona Páez**, J. J. Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio, Editorial: Barcelona: Bosch, Año: 1999
- INTE-Ministerio de Educación**, Cómo hacer programas tele-educativos por radio, una propuesta metodológica, Ediciones INTE, Ministerio de Educación del Perú, Lima 1978.
- Londoño Libreros**, Héctor; Marketing Radial, Editorial Mc Graw Hill. Colombia 2000.
- Merayo Pérez**, Arturo; Para entender la radio: estructura del proceso informativo radiofónico. Editorial: Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca. Departamento de Ediciones y Publicaciones, Año: 1992.
- Ortiz**, Miguel Ángel y **Marchamalo**, Jesús- Técnicas de comunicación en radio: la realización radiofónica Autor; Editorial: Barcelona: Paidós (5) Año: 1994.
- Ramírez Cortez**, Enrique; 3 temas de radio, los 3 temas menos conocidos de la radiodifusión mundial, Editorial Universidad de Piura, Piura 2000.
- Rodríguez Ángel**; La dimensión Sonora del Lenguaje audiovisual, Editorial Paidós, Barcelona 1998.
- Seminario Nacional**: Periodismo radial y derechos humanos; Periodismo radial y derechos humanos, 23 - 24 oct. Lima, 1998.
- Terrones Negrete**, Eudoro; Diccionario de Periodismo, Editores Importados, Lima 1996.
- Tubau**, Iván, Periodismo oral: hablar y escribir para radio y televisión.
- Vitoria**, Pilar; Producción Radiofónica, Técnicas básicas, Editorial Trillas, Serie Periodismo .Latinoamericano, México 1998.

51. PERIODISMO TELEVISIVO

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Denominación de la asignatura	:	PERIODISMO TELEVISIVO
1.2 Código de la asignatura	:	PO1051
1.3 Ciclo académico	:	Séptimo
1.4 N° de horas semanales:		
- Teoría	:	2
- Práctica	:	2
- Total	:	4
1.5 Créditos	:	3
1.6 Requisitos	:	37
1.7 Área	:	FPE
1.8 Duración de semanas del ciclo	:	17 (diecisiete)

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura tiene como propósito introducir al estudiante en el campo tecnológico de la televisión y en la realización periodística en este medio. Facilitará el conocimiento y la aplicación de las técnicas fundamentales que rigen la concepción noticiosa y la producción de programas informativos en televisión.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura el estudiante estará en condiciones de conocer cómo opera la búsqueda informativa en una canal de televisión, realizar coberturas noticiosas y producir informes y noticieros de acuerdo con los principios televisivos.

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1 Conocer y aplicar los recursos tecnológicos más utilizados en la televisión informativa.
- 4.2 Obtener el dominio de los principios básicos acerca de la noticia y sus características televisivas.
- 4.3 Aplicar los conceptos fundamentales sobre la concepción y búsqueda noticiosas en la televisión y realizar informes reporteriles de acuerdo con las exigencias informativas de la televisión.
- 4.4 Dominar los procedimientos para el diseño y realización de un noticiero de televisión.

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1 EL LENGUAJE DE LA TELEVISIÓN EN LA INFORMACIÓN

Primera semana

1. Introducción a la asignatura. Televisión: Breve. Reseña histórica y conceptos básicos. El proceso electrónico de la televisión. Los componentes de un sistema televisivo. Los sistemas y normas de televisión. La televisión digital y la alta definición.

Segunda semana

2. Los formatos técnicos de video. Equipos básicos para las tareas informativas en Equipos ENG (Electronic News Gathering); ESG (Electronic Satellite Gathering) y EFP (Electronic Field Production).

Tercera semana

3. El lenguaje de la televisión. La Imagen. Uso de la cámara de televisión: Ángulos, planos y movimientos. El Sonido. Importancia de la correspondencia del sonido con la imagen. La edición en video. Tratamiento de la imagen.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2 LA NOTICIA EN LA TELEVISIÓN

Cuarta semana

4. La Noticia. Definiciones. Relatividad en su consideración (por el medio, por la oportunidad, por el panorama del día). Clases de noticias: hardnews y softnews. El sentido de la noticia. Requisitos: Actualidad, Novedad e Interés General. Factores del Interés General.

La producción periodística: Etapas: A) la búsqueda informativa; B) edición C) la producción o presentación de los resultados de esa búsqueda.

Quinta semana

5. Fases de la búsqueda: a) la concepción informativa, y b) la acción en el campo. El precuadro. El Cuadro de Comisiones. Contenido: a) esperadas o planeadas, b) inesperadas.

El Jefe de Mesa, Asignaciones o Informaciones. Importancia en la búsqueda noticiosa. Obligaciones: elaboración del Cuadro y coordinación permanente con los equipos. Requisitos para un Jefe de Mesa.

Sexta semana

6. Ejecución del Cuadro de Comisiones. El Reportero de Televisión. Descripción. Cualidades básicas.

Técnicas Reporteriles. Su aplicación en los diferentes momentos de la gestión reporteril. Recursos Reporteriles. Necesidad y justificación para aplicarlos.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3 LOS INFORMES NOTICIOSOS EN LA TELEVISIÓN

Séptima semana

7. La redacción audiovisual. Características. Diferencias. Aspectos estilísticos: redacción coloquial; uso de palabras familiares y sencillas; frases cortas, directas, activas y positivas; empleo mínimo de adjetivos; evitar los vicios generales de redacción. El guión del informe de televisión. Tipos de guiones.

Octava semana

8. Técnicas de los Informes. Conceptos básicos: Informar con imágenes, Correspondencia de texto con imágenes, Evitar descripciones o narraciones redundantes, Usar sonido ambiental, Aplicar silencios.

Novena semana

EXAMEN PARCIAL

Décima semana

10. Clases de Informes: Directos (en vivo y diferidos), post-producidos. Técnica de los Informes Especiales de los grandes casos. Recursos audiovisuales del informe.

Coberturas tipo: Conferencias de prensa, discursos y largas exposiciones; entrevistas exclusivas, la encuesta.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4 EL NOTICIERO DE TELEVISIÓN

Undécima semana

11. Definición del noticiario. Ubicación organizativa. Factores a considerar para su análisis de sintonía: horizontal y vertical. Rol del director y el productor. Personal necesario. Fases en la elaboración de un noticiario.

La Edición. El editor: Rol y exigencias. El visionado: Sus técnicas y procedimientos. Las pautas: detalles y criterios. Exigencias periodísticas y técnicas.

Duodécima semana

12. Características básicas de la redacción especializada. Estilo de los textos del libreto. Formatos principales.

Narración. Tipos de narración: formal o textual, informal o semi-improvisada, conversada o dialogada. El narrador o conductor del noticiario.

Decimotercera semana

13. Producción del Noticiero televisivo. La estructura y estilo. La presentación. Los titulares, los avances, las promociones, el cierre. Técnicas y soluciones visuales a aplicarse.

Decimocuarta semana

14. Selección y Distribución del material. Secciones. Técnicas de las Unidades informativas. Los bloques noticiosos.

Decimoquinta semana

15. El índice de Edición. Contenido: orden, tema. Imágenes. Tiempo parcial, tiempo acumulado. Exigencias: ritmo y personalidad. Rol en la coordinación general del programa.

Decimosexta semana

Personal del noticiero. Equipo del Noticiero: de campo y de estudio. Revisión general de la asignatura.

Decimoséptima semana.

EXAMEN FINAL

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.

- 6.1 Exposición y diálogo.
- 6.2 Proyección de audiovisuales.
- 6.3 Análisis crítico de informes y noticieros televisivos nacionales y extranjeros.
- 6.4 Seminario, con presencia de periodistas profesionales, productores y camarógrafos de los canales de televisión.
- 6.5 Práctica dirigida a través de talleres.
- 6.6 Dinámica grupal.
- 6.7 Lectura y comentario de textos. Uso de Internet.

7. EVALUACION DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIOS

- Evaluación por objetivos.
- Evaluación integral, flexible y permanente.
- Asistencia a clases y puntualidad.
- Espíritu de integración, cooperación e investigación.
- Creatividad y dominio de técnicas.

7.2 INSTRUMENTOS

- Pruebas escritas.
- Intervenciones orales.
- Entrevistas por grupos.
- Trabajos de investigación.

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- Asistencia a clases. Más de 70 %.
- Obtención de promedio: 11 o más.
- Presentación oportuno y eficiente de trabajos de investigación periodística.
- Producción y realización de programas periodísticos.
- Cumplimiento de instrumentos de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Beauvais**, Daniel. *Producir en Video*. Ed. IPAL - VideoTiers-Monde, Canadá, 1989.
- Benites**, José. *Cómo Hacer Periodismo en Radio y Televisión*. Ed. Causachum, Lima, 1981.
- Blumler**, Jay G. *Televisión de Interés Público*. Bosch, Barcelona, 1993.
- CBS News**. *Técnicas de las Noticias en TV*. Trillas, México, 1968.
- Fang**, Irving. *Noticias por televisión*. Ediciones Marymar, Buenos Aires, 1977.
- Fernández Díaz** y **Martínez**, Abadía. *Manual Básico de Lenguaje y Narrativa Audio visual*. Paidós-Barcelona, 1999.
- Gutiérrez**, Mónica. *Manual de Periodismo Televisivo*. Trillas, México, 1997.
- Fuenzalida**, Valerio. *La Televisión Pública en América Latina*.
- Millerson**, Gerald. *Técnicas de Realización y Producción de Televisión*. IORTVE Madrid, 1989.
- Porter**, Philip. *El Reportero y las Noticias*. Habana cultural, 1943
- Willanson**, Daniel. *Técnica y Arte de la Nota periodística*. Buenos Aires, 1977.
- Viva**, Miko. *El Director de Televisión*. Trillas, México, 1994
- Wood**, William. *Periodismo Electrónico*. Editorial Letras, México, 1969.
- Yorke**, Ivor. *La Técnica de las Noticias por TV*. Focal Press, 1991.

52. PERIODISMO ESPECIALIZADO I

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Denominación de la asignatura	:	PERIODISMO ESPECIALIZADO I
1.2 Código de la asignatura	:	PO1052
1.3 Ciclo académico	:	Séptimo
1.4 N° de horas semanales:		
- Teoría	:	2
- Práctica	:	2
- Total	:	
1.5 Créditos	:	3
1.6 Requisitos	:	Ninguno
1.7 Área	:	FPE
1.8 Duración de semanas del ciclo	:	17 (diecisiete)

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura introduce al estudio de las áreas del periodismo especializado, incluyendo sus fuentes, contenidos y formas de procesamiento noticioso. Se aborda la importancia de la especialización del lenguaje y el contenido temático, así como su relación con los públicos específicos del periodismo local, policial y judicial.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el estudiante será capaz de: Diferenciar las modalidades de procesamiento del periodismo especializado, de comportamiento ante los públicos específicos y de vinculación con los campos de la investigación, el conocimiento y el desarrollo; diferenciar el perfil profesional y las características del trabajo, temas y fuentes informativas del periodista policial y del judicial; 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 Identificar y explicar con claridad y precisión las necesidades informativas de los públicos específicos y las exigencias de la especialización del periodismo moderno, así como las conveniencias e inconveniencias de la especialización.
- 4.2 Distinguir y explicar correctamente la estructura organizativa de la sala de redacción y la estrategia distributiva por áreas de especialidad, selección de contenidos, fuentes e instrumentos de contacto informativo.
- 4.3 Desarrollar actitudes para la investigación, redacción, ilustración y edición del periodismo policial.
- 4.4 Desarrollar habilidades para la investigación, redacción, ilustración y edición del periodismo judicial.

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1 EL PERIODISTA ESPECIALIZADO

Primera semana

1. El periodista especializado. Concepto. Características. El diario, fuente de especialización. Estructura organizativa de la sala de redacción. Secciones especializadas. Contenidos. Fuentes. Contactos. La multifacética labor del reportero de radio y de televisión.

Segunda semana

2. Exigencias de la especialización. Públicos específicos. Compaginación de las secciones especializadas de un diario. Publicaciones especializadas.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2 PERIODISMO LOCAL, EJE DE LA ESPECIALIZACIÓN

Tercera semana

3. Periodismo local. Concepto. Características. Temas locales. Fuentes informativas del periodismo local. Cualidades distintivas del periodista local.

Cuarta semana

4. Tratamiento de la información local en la prensa, radio y televisión. Lectura, análisis y debate de temas locales. Práctica guiada de redacción. Combinación de especies periodísticas.

Quinta semana

5. Ilustración y fotografía de noticias locales. Lectura, análisis y debate de temas locales.

Práctica grupal de campo.

Sexta semana

6. Práctica de edición de una página local. Terminología y vicios frecuentes.

Séptima semana

7. Avance y entrega de trabajos grupales.

Octava semana

8. Reciclaje de las unidades de aprendizaje N° 1 y 2. Práctica - calificada individual.

Novena semana

9. EXAMEN PARCIAL.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3
PERIODISMO POLICIAL

Décima semana

10. Periodismo policial. Concepto. Características. Temas policiales. Fuentes informativas del periodismo policial. Cualidades distintivas del periodista policial.

Undécima semana

11. Tratamiento de la información local en la prensa, radio y televisión. Lectura, análisis y debate de temas policiales. Práctica guiada de redacción. Combinación de especies periodísticas.

Duodécima semana

12. Fotografía e ilustración de la noticia policial. Lectura, análisis y debate de temas policiales. Práctica grupal de campo.

Decimotercera semana

13. Práctica de edición de una página policial. Avance de trabajos grupales. Terminología especializada. Vicios del lenguaje. Avance de trabajos y presentación.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4
PERIODISMO JUDICIAL

Decimocuarta semana

14. Periodismo judicial. Concepto. Características. Lectura, análisis y debate de temas judiciales. Fuentes informativas del periodismo judicial. Cualidades del periodista judicial.

Decimoquinta semana

15. Tratamiento de la información judicial en la prensa, radio y televisión. Lectura, análisis y debate de temas judiciales. Práctica guiada de redacción. Combinación de especies periodísticas. Ilustración y fotografía de las informaciones judiciales.

Decimosexta semana

16. Terminología especializada y vicios frecuentes. Avance y presentación de trabajos.

Decimoséptima semana

17. EXAMEN FINAL.

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

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

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIOS

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

7.2 INSTRUMENTOS

- Control de asistencia y puntualidad.
- Trabajos prácticos en clase.
- Trabajos prácticos de campo.
- Participación y exposiciones en clase.
- Pruebas escritas de los períodos parcial y final.

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- Asistencia a clases: 70 % o más.
- Obtención de promedio: 11 o más.
- Presentación oportuna y eficiente de trabajos prácticos de campo.
- Cumplimiento de los instrumentos de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA

Editorial Arte. *Periodismo judicial.* En Seminario nacional de periodismo judicial. Bogotá, 1983.

Hach, Clarence. *Periodismo académico.* Editorial Edamex, México, 1988.

Martín Vivaldi, Gonzalo. *Curso de redacción.* Editorial Paraninfo, España, 1980.

Martínez Albertos, José. *Redacción periodística.* Ediciones ATE, España, 1980.

Miró Quesada G., Alejandro. *El periodismo.* Servicio de Ediciones Especiales. Editorial SED, Lima, 1991.

Podestá, Luis. *El estilo periodístico.* Editorial Promotores y Consultores Andinos, Lima, 1981.

Quiroz Sánchez, Eduardo. *Patología de la redacción periodística.* Editorial Promotores y Consultores Andinos, Lima, 1984.

Terron-Es Negrete, Eudoro. *Diccionario de periodismo.* A.F.A. Editores Importadores S.A., Lima, 1996.

Warren, Carl. *Géneros periodísticos informativos.* Editorial ATE, Barcelona, 1981.