

# SÍLABOS DEL SEXTO CICLO

## 40. FUNDAMENTOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL

### 1. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. Denominación de asignatura: FUNDAMENTOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL
- 1.2. Código de la asignatura : P01040
- 1.3. Número de hrs. Semanales :
- Teoría : 3
  - Práctica : 0
  - Total : 3
- 1.4. Número de créditos : 3
- 1.5. Ciclo académico : Sexto
- 1.6. Requisito : Ninguno
- 1.7. Área : FPB
- 1.8. Duración del ciclo en semanas: 17
- 1.9. Profesor :

### 2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura comprende el desarrollo de los aspectos fundamentales de la gestión empresarial, partiendo de los conceptos de empresa y de administración, para tratar, luego, las etapas del proceso administrativo: Planeamiento, organización, dirección y control. En cada una de estas etapas se desarrolla el diseño y el manejo de técnicas básicas, tales como diagramas de Gantt, organigramas, árboles de decisión, etc. Se propicia el desarrollo de la mentalidad empresarial en el alumno y se analiza casos concretos de emprendedores exitosos.

### 3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el estudiante será capaz de explicar y aplicar los conceptos básicos de gestión empresarial, así como describir correctamente el proceso administrativo, en general, y cada una de sus etapas, en particular, incluyendo los criterios para la aplicación de los principios administrativos, así como el manejo de técnicas básicas de la ciencia administrativa.

### 4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1. Describir con claridad y precisión la naturaleza, el propósito, el ámbito y los enfoques de la administración empresarial, y explicar el proceso administrativo y la interrelación de sus fases. Explicar el concepto y las fases de la calidad total.
- 4.2. Explicar correctamente las fases de planeamiento y control en la empresa y su importancia, y elaborar programas sencillos, incluyendo programas de Gantt.

- 4.3. Explicar el proceso de organización, desde la definición, misión, diseño de objetivos, funciones, estructura orgánica, procedimientos, etc., hasta la determinación de los recursos a asignarse.
- 4.4. Identificar y explicar los estilos de dirección empresarial, la importancia de los niveles de relaciones humanas, liderazgo, motivación, integración, coordinación y toma de decisiones.

## 5. CONTENIDOS

### UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 1 LA GESTIÓN DE LA EMPRESA

#### **Primera semana**

La empresa los recursos. Los productos. La gestión empresarial. La eficiencia. La eficacia. La efectividad. La productividad. La rentabilidad.

#### **Segunda semana**

Roles en la gestión empresarial. La administración como ciencia, técnica y arte.  
El proceso administrativo.

#### **Tercera semana**

La empresa como sistema. Elementos. Interrelaciones. Características. El ambiente externo.

#### **Cuarta semana**

Los principios administrativos. Los valores en la empresa.

### UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 2 EL PLANEAMIENTO Y EL CONTROL EMPRESARIALES

#### **Quinta semana**

La misión y los propósitos organizacionales. Visión de la empresa. La calidad total.

#### **Sexta semana**

El diagnóstico de la situación de la empresa: Fortalezas, debilidades, riesgos y oportunidades. La matriz DOFA.

#### **Sétima semana**

Determinación de objetivos y planes. Corto, mediano y largo plazos. Principios de planeamiento. Planeamiento operativo y estratégico. Elaboración de cronogramas y diagramas de Gantt.

#### **Octava semana**

El control. Tipos. Etapas. Principios de control. Las auditorías, administrativa y financiera. Instrumentos de control.

**Novena semana**

Examen parcial

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 3  
**LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

**Décima semana**

La organización. Organización formal y organización informal. Principios de organización. Etapas de los procesos de organización y reorganización. Los organigramas.

**Undécima semana**

El quehacer de la empresa. Las funciones y tareas: Metodología para el diseño de funciones. Los procesos.

**Duodécima semana**

Componentes organizacionales. Criterios de departamentalización. La estructura orgánica. Los puestos de trabajo. Organigramas.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4  
**LA DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**Decimotercera semana**

La dirección. La autoridad. y la responsabilidad. Atribuciones. Estilos de dirección. El liderazgo.

**Decimocuarta semana**

La motivación. La jerarquía de necesidades humanas. Acción de la empresa. La coordinación. Las comunicaciones en la empresa. Relaciones orgánicas y funcionales. El asesoramiento.

**Decimoquinta semana**

Metodología para la solución de problemas. Toma de decisiones.

**Decimosexta semana**

Exposición de trabajos

**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 final
- 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**

- Aramayo P., Armando. *Planeamiento Estratégico Empresarial* Ed. UPSMP. 2007
- Arellano, Rolando. *Al medio hay sitio*. Grupo Planeta. Perú, 2010
- Chiavenato, Idalberto. *Introducción a la teoría general de la administración*. Mc Graw Hill. Colombia. 2005.
- Fischman, David. *Cuando el liderazgo no es suficiente*. UPC – El Comercio. 1era Edición – Perú, 2007.
- Freire, Andy. *Pasión por emprender* Grupo. Ed. Norma, España, 2004.
- Guerra García, Hernán. *Secretos del carajo*. Ed. Norma, Perú, 2006.
- Klopp, Hap y Tarcy, Brian. *Sea un buen gerente*. México, Ed. Prentice Hall, S.A., 1999.
- Koestenbaum, Meter. *Liderazgo*. Ed. Pearson Educación, México, 1999.
- Koontz, Harold y Heinz Weinrich. *Administración. (Una perspectiva global)*. México, Ed. Mc Graw – Hill, 2008.
- Orjeda, Antonio. *Mujeres batalla* . Grupo Ed. Norma., Perú, 2007.
- Stoner, James y Eduardo Freeman. *Administración*. México, Ed. Prentice Hall, 1996.
- Valeriano O, Luis F. *Planeamiento empresarial*. Ed. San Marcos, Perú, 1998.
- Valeriano O, Luis F. *Organización empresarial* .Ed. San Marcos, Perú, 2002.
- Vereda, Antonio. *Emprendedores, microempresas y microcréditos* Ed. Fundación Iberoamericana para el Desarrollo, Perú, 2001.

## 41. PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

### 1. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. Denominación de asignatura : **PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**
- 1.2. Código de la asignatura : PO1041
- 1.3. Número de hrs. semana :
  - Teoría : 2
  - Práctica : 2
  - Total : 4
- 1.4. Número de créditos : 3
- 1.5. Ciclo académico : Sexto
- 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 motiva el interés del estudiante por la publicidad, y las estrategias de comunicación persuasivas colectivas, impulsadas por un anunciante, cuyo fin es la difusión de los bienes y servicios.

Esta asignatura analiza los conceptos claves sobre la publicidad y su relación con el marketing; revisa los conceptos de mercado, producto, comportamiento del consumidor, la investigación publicitaria, el uso de la psicología en publicidad, los tipos de publicidad, la creatividad en publicidad, y planificación publicitaria, el anuncio y su estructura según el medio publicitario, la selección del medio y la evaluación de campañas publicitarias enmarcadas en planes estratégicos. Se inicia al estudiante en el conocimiento, la interpretación y el análisis de la legislación que regula la publicidad.

### 3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir la asignatura, el estudiante será capaz de distinguir los términos respectivos, aplicar la publicidad y la propaganda, diseñar y evaluar un plan de estrategia publicitaria.

### 4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1. Precisar y explicar adecuadamente el rol de la publicidad dentro el marketing, estableciendo su diferencia de la propaganda.
- 4.2. Identificar y explicar con precisión las motivaciones y el comportamiento del consumidor.
- 4.3. Identificar y explicar los tipos de publicidad y su aplicación según el medio publicitario.
- 4.4. Planificar, diseñar y evaluar un plan de estrategia publicitaria, respetando las normas que la regulan.

## **5. CONTENIDOS**

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1 CONCEPTOS SOBRE PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y MARKETING**

#### **Primera semana**

Noción y etimología de la publicidad y de la propaganda. Semejanzas y diferencias entre las dos disciplinas. Breve reseña histórica de la publicidad y la propaganda en el Perú y el mundo. La publicidad, hoy en día. Relación con diversas ciencias y técnicas. Rol del publicista. La publicidad como sistema de comunicación. El mensaje publicitario.

#### **Segunda semana**

La publicidad y el periodismo. La publicidad y las redes sociales. Legislación sobre publicidad.

#### **Tercera semana**

El mercado y la segmentación del mercado. Técnicas de investigación de mercado. La mezcla de mercadeo: producto, plaza, precio y promoción (Publicidad, promoción). Merchandising. Sponsors. Lectura y comentarios de textos.

#### **Cuarta semana**

Definición de producto. Características. Utilidad. El nombre del producto. Cualidades del producto. Ciclo de vida. Medidas para extender su ciclo de vida en el mercado. El logotipo. El slogan. Imagen de marca. Razón Why. Análisis objetivo subjetivo del producto.

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 2 PSICOLOGÍA EN PUBLICIDAD Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

#### **Quinta semana**

Teoría del comportamiento del consumidor. Motivación. Jerarquía de necesidades. Las actitudes del consumidor. Características y funciones del consumidor. Formación y cambio de actitud del consumidor. Influencias de grupo: modelos culturales. Lectura comentario de textos.

#### **Sexta semana**

El marketing mix. Variables del marketing mix. La publicidad como variable del marketing. Desarrollo de productos o servicios. Estrategias de marketing según el ciclo de vida del producto. Estudio de casos nacionales de empresas exitosas.

#### **Séptima semana**

La percepción. Naturaleza. Estructura. Formación de imágenes de marca.

#### **Octava semana**

El anuncio. Componentes. Composición. Uso de la tipografía. Uso del color. El tamaño. La línea, etc. El spot publicitario. Anatomía del anuncio

televisivo. Desglose de planos. El guión técnico. Realización y producción de un spot. El anuncio televisivo. Glosario de términos básicos en publicidad y marketing.

### **Novena semana**

Examen parcial

## **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 3 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA**

### **Décima semana**

Relaciones importantes: los anunciantes. Tipos de anunciantes. Características de los anunciantes. Clasificación de la publicidad según el anunciante. Los medios. Naturaleza. Características. Ventajas y desventajas. Clasificación de la publicidad según el medio soporte que la contenga. Las agencias, organización y servicios que ofrecen. El departamento de clientes.

### **Undécima semana**

Plan de estrategia publicitaria: planificación, diseño y estructura. La campaña publicitaria. Clasificación de la publicidad según el objetivo y el tipo de campaña. El presupuesto en publicidad. Análisis de casos. Valor de la investigación.

### **Duodécima semana**

La estrategia creativa. Factores. Posicionamiento. El mensaje. La producción. El departamento creativo. Métodos y ejercicios de formulación de estrategias.

### **Decimotercera semana**

La estrategia de medios. La pauta publicitaria. La selección y evaluación del medio. Conceptos afines. La investigación publicitaria: cualitativa y cuantitativa.

## **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 4 DISEÑO Y EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS**

### **Decimocuarta semana**

Trabajo grupal. Diseño de una campaña publicitaria de un producto de consumo masivo real o ficticio para medio impreso y/o radial. La publicidad política, religiosa, educativa, patriótica, etc.

### **Decimoquinta semana**

Ética y legislación publicitaria. Principios éticos. Derechos de autor. Marcas. Patentes. Normas e instituciones que regulan la actividad publicitaria en el Perú.

### **Decimosexta semana**

Exposición de trabajos de campaña. Prueba escrita sobre las lecturas y comentarios de textos realizados hasta la fecha.

## **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. Proyección de audiovisuales y audios
- 6.5. Evaluación de piezas publicitarias en clase
- 6.6. Observación y análisis crítico de espacios publicitarios

### **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 y creatividad.
- 7.1.4 Participación individual y grupal
- 7.1.5 Capacidad para el trabajo en equipo
- 7.1.6 Aplicación de la información desarrollada

#### **7.2. INSTRUMENTOS**

- 7.2.1 Prácticas calificadas 1 y 2
- 7.2.2 Pruebas escritas de evaluación de los periodos parcial y final
- 7.2.3 Edición de comercial
- 7.2.4 Control de lecturas
- 7.2.5 Trabajos prácticos individual y grupal.

#### **7.3. REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN**

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

### **8. BIBLIOGRAFÍA**

- Alonso R., Javier y Esteban Grande I. *Comportamiento del consumidor* Ed. ESIC, España, 2004.
- Beckwith, Sandra. *Planes completos de publicidad* Ed. Deusto S.A., 2004.
- Bolio, Antonio Paolo. *Comunicación publicitaria*. Trillas, México, 1993.
- Cárdenas, Luchin. *Creator y la publicidad* . Ed. Jaime Campodónico, Editor Perú, 1994.
- De Toro, J.M. y S. Ramas. *Mejorar la eficacia de la Publicidad en TV*. Ed. Gestión, España, 2000.
- León, Schiffman y Leslie Lazar Kanuk. *Comportamiento consumidor*. Prentice Hall Hispanoamericans, México, 1991.
- Ortega M., Enrique. *La comunicación publicitaria* Ed. Pirámide, España, 2004.
- Otto, Kleppners. *Publicidad*. Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, México, 1988.

- Pacheco R., Marta. *La publicidad en el contexto digital. Viejos retos y nuevas oportunidades*. Comunicación Social, Ed. y publicaciones, España, 2009.
- Peña Huapaya, Pedro. *Rotulación publicitaria*. Ed. Esepe, Perú, 1997.
- Tamayo San Román, A. *El spot publicitario. Realización y producción*. Fondo de Desarrollo Editorial Universidad de Lima, Lima, 2000.
- Torin, Douglas. *Guía completa de la publicidad*. Ed. Blume, España, 1986.
- Villajuana, C. *Los 7 tejidos estratégicos*. Fondo Ed. UCH, Perú, 2009.
- Watson, Dunn. *La publicidad y su papel en la mercadotecnia*. UTHEA, México, 1966.

Jesús María, marzo 2011.

## **42. TALLER DE EXPRESIÓN ORAL Y LOCUCIÓN**

### **1. INFORMACIÓN GENERAL**

- 1.1. Denominación de la asignatura : TALLER DE EXPRESIÓN ORAL  
Y LOCUCIÓN
- 1.2. Código de la asignatura : PO1042
- 1.3. Número de horas semanales :
- Teoría : 2
  - Práctica : 2
  - Total : 4
- 1.4. Número de créditos : 3
- 1.5. Ciclo académico : Sexto
- 1.6. Requisito : Ninguno
- 1.7. Área : FPB
- 1.8. Duración del ciclo en semanas: 17
- 1.9. Profesores :

### **2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA**

Este curso taller es eminentemente práctico, informa y ayuda al estudiante respecto al conocimiento de la fisiología de la voz, la técnica de la impostación de la voz, las técnicas de redacción de un discurso, la locución de libretos de radio y televisión de distintos formatos y técnicas de teatro para mejorar la expresión oral.

### **3. OBJETIVO TERMINAL**

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el estudiante será capaz de reconocer y explicar correctamente la fisiología de la voz, la técnica de la impostación y la redacción y locución de libretos y técnicas de teatro aplicándolos en la producción y realización de programas radiales y/o televisivos, así como en la actuación personal como comunicador en las distintas actividades institucionales.

### **4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE.**

- 4.1. Conocer y aplicar correctamente las técnicas de impostación vocal ,para corregir problemas del habla. Valorar el cuidado de la voz hablada y de la voz cantada y aplicar los conocimientos de la emisión.

- 4.2. Conocer y aplicar correctamente las técnicas de locución radial, televisiva y locución en eventos con audiencias en vivo.
- 4.3. Desempeñar funciones de locución aplicando técnicas de interpretación: Dramatización radial y televisiva, montajes dramáticos por improvisación colectiva y pequeños montajes a partir de un texto dramático breve.
- 4.4. Aplicar técnicas básicas de libretaje en la creación y producción de algunos géneros radiales y/o televisivos.

## **5. CONTENIDOS**

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 1 EJERCICIOS PROPEDEÚTICOS PARA LOCUCIÓN**

#### **Primera semana**

1. Introducción a la asignatura. Relajación parcial. Relajación total. Relajación en posición de pie y tendido. La concentración y sus técnicas.

#### **Segunda semana**

2. Memoria y concentración. La respiración. Órganos de la respiración. Ejercicios de respiración correcta. Ejercicios de corrección del habla (fonoaudiología).

#### **Tercera semana**

3. La capacidad torácica. Ejercicios de corrección del habla (fonoaudiología)

#### **Cuarta semana**

4. Técnicas de la respiración costo abdominal diafragmática. Ejercicios de corrección del habla (fonoaudiología).

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 2 LOCUCIÓN, ESCENARIOS Y EVENTOS**

#### **Quinta semana**

5. El discurso oral. Formas. Estructura.

#### **Sexta semana**

6. El discurso y el espacio.

#### **Séptima semana**

7. El discurso escénico en radio y/o televisión.

#### **Octava semana**

8. El discurso en otras formas de comunicación formalizada (eventos). Ejercicios.

#### **Novena semana**

## 9. EXAMEN PARCIAL

### UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 3 LOCUCIÓN y PRÁCTICA ORIENTADA

#### **Décima semana**

10. Comunicación y formas de expresión artística.

#### **Undécima semana**

11. Lo descriptivo-figurativo y lo abstracto en el arte y la comunicación por imágenes y sonidos.

#### **Duodécima semana**

12. Funciones de la locución en la radio y/o TV. Formas de narración en noticieros, informes, reportajes, revista, documentales, publicidad y propaganda.

#### **Decimotercera semana**

13. Ejercicios de aplicación. Ejercicios de corrección del habla (fonoaudiología)

### UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 4 CREACIÓN Y LOCUCIÓN

#### **Decimocuarta semana**

14. Obra. Guión. Libreto. Formas. Estructura. Creación y locución de libretos.

#### **Decimoquinta semana**

15. Introducción a las poéticas del discurso. Leer y decir poemas.

#### **Decimosexta semana**

16. Introducción a la dramaturgia. Ejercicios. Creación e interpretación teatral.

#### **Decimoséptima semana**

17. EXAMEN FINAL

## 6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- 6.1 Exposición y diálogo.
- 6.2 Dinámica Grupal
- 6.3 Lectura y comentario de textos.
- 6.4. Prácticas dirigidas.
- 6.5 Juego de roles

## 7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

### 7.1. CRITERIOS

- 7.1.1 Evaluación por objetivos.
- 7.1.2 Evaluación integral, flexible y permanente.

- 7.1.3 Participación individual y grupal.
- 7.1.4 Elaboración individual o grupal de trabajos.
- 7.1.5 Asistencia y puntualidad.
- 7.2. INSTRUMENTOS
  - 7.2.1 Prácticas calificadas 1 y 2
  - 7.2.2 Pruebas escritas de evaluación de los periodos parcial y final.
  - 7.2.3 Discursos orales y poemas.
  - 7.2.4 Libretos periodísticos.
  - 7.2.5 Creaciones teatrales colectivas.
- 7.3. REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN
  - 7.3.1 Asistencia a clases: 70 % o más.
  - 7.3.2 Presentación oportuna y sustentación 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 Obtención de promedio: 11 o más.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Altube, Cristóbal. *Articulación de la voz humana*. Madrid, Publicaciones españolas s/f.
- Andaluz, Antonio. *El Yangunturo (Poesía)*. Lima, Ed. Proterra, 1992.
- Benites Bejarano, M. *El arte de la expresión oral. Lectura expresiva, declamación, oratoria*. Lima, sin ed. 1971.
- Bouton, Charles Pierre. *El desarrollo del lenguaje. Aspectos normales y patológicos*. Buenos Aires, Ed. Huemuld, 1976.
- Canuyt, George. *La técnica vocal. La voz hablada. El arte de la dicción. La palabra en público. Técnica vocal. El arte de la conferencia. La voz cantada. El arte de cantar. El arte de conservar la voz*. 5a. edición, Buenos Aires, Ed. Hachette, 1958.
- Carbones, Roberto. *Todos pueden hablar bien en público*. En los negocios. En la conversación privada. Método completo de expresión oral-corporal. Madrid, Edaf. ed., 1981.
- Carrillo Sevillano, Ángel. *La técnica de la voz*. Madrid, Ed. El Perpetuo Socorro, 1966.
- Casanellas O 'Callaghan, Alfredo. *Breve manual de locución para radio*. Lima, Ed. Causachun, 1991.
- Calvo Ochoa, Carlos. *Los fundamentos de la expresión oral. Las técnicas del teatro aplicadas al desarrollo de la personalidad*. Lima, sin edic, s/f. (Tomo 1). Cuartero, A. Voz libre. Madrid, Ed. Labor, sin año.
- Dacynger, Ken. *Libretos. Cómo escribir comedias, dramatizados, y documentos para radio y televisión*. Santa Fé de Bogotá, Ed. Voluntad, 1995.
- Dary, David. *Manual de noticias radiofónicas*. México, Ed. Diana, 1970.
- English, Earl Clarence HACH. *Periodismo académico*. México, Edamex, 1988.
- Guevara, Frank. *La locución: Técnica y práctica*. Santiago de Cuba. Ed. Oriente, 1984.
- Medina, Dante (Comandante Dante). *Locución al día*. New York, sin reg. ed, 1990.
- Paquin, Esther. *Educación de la voz. Dominio de sí mismo*. 3a. edición, Buenos Aires, Ed. El Ateneo, 1968.

Quills, Antonio y Joseph A. Fernández. *Curso de fonética y fonología españolas para estudiantes angloamericanos*. 7a. edición, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Instituto Miguel de Cervantes, 1973.

Romero, M.Á. y F. Ramírez. *El fascinante poder de la conversación*. 3a. edición, Lima, M.C, Prints Editores, 1984.

Sataloff, Robert. *La voz humana*. En: Investigación y ciencia. Fed., 1993.

Talledo, Marco Antonio. *Técnicas de expresión verbal*. Lima, sin ed., sin año.

Jesús María, marzo 2011.

## 43. PERIODISMO Y LITERATURA

### 1 INFORMACIÓN GENERAL

- |                                    |                           |
|------------------------------------|---------------------------|
| 1.1. Denominación de la asignatura | : PERIODISMO Y LITERATURA |
| 1.2. Código de la asignatura       | : P01043                  |
| 1.3. Número de horas semanales:    |                           |
| - Total                            | : 4                       |
| - Teoría                           | : 2                       |
| - Práctica                         | : 2                       |
| 1.4. Créditos                      | : 3                       |
| 1.5. Ciclo académico               | : Sexto                   |
| 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 se propone exponer los vínculos externos e internos entre el periodismo y la literatura. Para lo cual es necesario estudiar a escritores y trabajos modelos en ambos casos. La urdimbre de ambas vertientes se manifiesta en los trabajos de reportajes, crónica y el periodismo de creación, fuertemente influenciado por la literatura.

### 3. OBJETIVO TERMINAL

El estudiante al concluir sus estudios conceptuales, metodológicos y prácticos referidos a esta asignatura podrá identificar las relaciones internas y externas entre periodismo y literatura, será capaz de elaborar textos como reportajes y crónicas cuyo contenido y forma alcance valor en los campos periodísticos.

### 4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- 4.1. La asignatura se propone consolidar los vínculos que unen al periodismo con una de las manifestaciones artísticas vigentes en la sociedad actual: la literatura.
- 4.2. Aprender las principales circunstancias y realizaciones – a nivel nacional, latinoamericano y mundial – que han dado una feliz

asociación entre periodismo y literatura, por lo que se presta a estudiar a escritores y trabajos modelos en estos campos.

- 4.3. Manejar textos periodísticos y a la vez literarios y realizar prácticas que doten a quienes siguen la asignatura de las suficientes destrezas y habilidades respecto a la construcción de dichos textos.
- 4.4. Elaborar textos en los géneros del reportaje, la crónica y el periodismo de creación que constituyen síntesis de lo aprendido y practicado en la asignatura.

## **5. CONTENIDOS**

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 1 ASPECTOS GENERALES**

#### **Primera semana**

1. Los textos verbales y su relación con los lenguajes no verbales. El periodismo informativo y su relación con el periodismo literario. Práctica de identificación.

#### **Segunda semana**

2. Realidad y ficción en los discursos periodísticos y literarios. La participación de otras profesiones en la labor periodística. El periodismo cultural. Prácticas.

#### **Tercera semana**

3. Carácter y finalidad del periodismo de creación. El soporte periodístico como factor determinante de la estructura del mensaje. Prácticas.

#### **Cuarta semana**

4. El lenguaje popular y el lenguaje formal están en el periodismo. Como evitar el superficialismo y el modismo. El lenguaje literario. Propiedades. Características. Prácticas.

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 2 PERIODISMO LITERARIO: ENCUENTROS Y DESENCUENTROS**

#### **Quinta semana**

5. El nacimiento del periodismo de creación. La crónica moderna. Nuevos lenguajes para informar sobre el mundo. Análisis y comentarios. Réplicas.

#### **Sexta semana**

6. Paradigmas nacionales del vínculo entre periodismo y literatura. José Carlos Mariátegui, César Vallejo, Gonzalo More, Alfonso Tealdo. Estudio y recreación de textos.

#### **Séptima semana**

7. Paradigmas latinoamericanos del vínculo entre periodismo y literatura: Uslar Pietri, Gabriel García Márquez, Mario Vargas Llosa.

### **Octava semana**

8. Paradigmas mundiales del periodismo literario: Truman Capote, Ernesto Hemingway, Ernesto Moravia, Umberto Eco.

### **Novena semana**

9. EXAMEN PARCIAL

## UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 3 **FORMAS Y CONTENIDOS PERIODÍSTICOS LITERARIOS**

### **Décima semana**

10. Narrativa de mensajes de la vida cotidiana. El cuidado del lenguaje. El nuevo periodismo. Prácticas.

### **Undécima semana**

11. Transformaciones del periodismo y de la literatura en la crisis de la modernidad. Objetividad y subjetividad, diversos tratamientos. Prácticas.

### **Duodécima semana**

12. Influencia de técnicas y procesos en la creación literaria del siglo XX. La nota informativa. La reseña. Práctica.

### **Decimotercera semana**

13. El comentario, la nota crítica. El periodismo de investigación y sus aprovechamientos literarios. Prácticas.

## UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 4 **ELABORACIÓN DE TEXTOS PERIODÍSTICOS**

### **Decimocuarta semana**

14. Periodismo de creación. Escritores más importantes y sus técnicas. Análisis y prácticas.

### **Decimoquinta semana**

15. El arte del reportaje. El grado de realidad y ficción en el reportaje periodístico. Gabriel García Márquez, Manuel Jesús Orbezo, Hernán Velarde. Análisis y prácticas.

### **Decimosexta semana**

16. La crónica como género periodístico y literario. Presencia de la literatura y la crítica en el medio periodístico. Análisis y prácticas.

### **Decimoséptima semana.**

17. EXAMEN FINAL

## **6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

- 6.1. Exposición y diálogo.  
6.2. Dinámica grupal.

- 6.3. Lectura y comentario de textos.
- 6.4. Análisis lingüístico.
- 6.5. Estudio dirigido.
- 6.6. Otros que indique el docente.

## **7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

### **7.1. CRITERIOS:**

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

### **7.2. INSTRUMENTOS:**

- 7.2.1 Prácticas calificadas 1y 2.
- 7.2.2 Pruebas escritas de los períodos parcial y final.
- 7.2.3 Informe escrito y oral de la investigación teórico-práctica.

### **7.3. REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN**

- 7.3.1 Asistencia a clases: 70 % o más.
- 7.3.2 Presentación y sustentación 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 Obtención de promedio: 11 o más.

## **8. BIBLIOGRAFÍA**

- ACOSTA MONTORO, José. *Periodismo y literatura*. Madrid, Guadarrama, 1973.
- AGUILERA, Octavio. *La literatura en el periodismo y otros estudios en torno a la libertad y el mensaje informativo*. Barcelona, Paraninfo, 1992.
- AYALA, F. *La retórica del periodismo y otras retóricas*. Madrid, Espasa Calpe, 1985.
- BERNAL, Sebastián. *Periodismo informativo de creación*. Barcelona. Mitre. 1985.
- BERNAL RODRIGUEZ, M. *La crónica periodística: tres aproximaciones a su estudio*. Sevilla, Padilla, 1997.
- BERNAL RODRIGUEZ, M, et al. *Realidad y ficción en el discurso periodístico*. Sevilla, Padilla, 1997.
- CASASÚS, Josep. *Artículos que dejaron huella*. Barcelona, Ariel s/f.
- CELMA VALERO, María Pilar. *Literatura y periodismo en las revistas del fin de siglo*. Madrid, Júcar, 1992.
- CHICHARRO, Antonio. *Periodismo y crítica literaria hoy*. Sevilla, Alfar, 1996.
- CHILLON, Albert. *Literatura y periodismo*. Barcelona, González-RUANO, 1999.
- HUARANGA ROSS, Oscar. *Manual básico de periodismo*. Lima, Punto de oro,1991.

- LEON GROSS, Teodoro. *El artículo de opinión*. Barcelona, Ariel, 1996.
- MARTIN VIVALDI, Gonzalo. *Géneros Periodísticos*. Madrid, Paraninfo, 1987.
- MARTINEZ MONTON, Rosa. *Textos periodísticos de opinión*. Barcelona, Hermes, s/f.
- MOLINA, César. *Medio siglo de prensa literaria española*. Madrid, Endimión, 1990.
- NOORTWIJK, Annelis. *Periodismo y literatura*. Amsterdam., Rodopi, 1997.
- ORRILLO, Winston. *Periodismo, política y literatura*. Lima, Ed. Causachun, 1986.
- PALOMO, María del Pilar. *Movimientos literarios y periodismo en España*. Madrid, Síntesis., 1997.
- PINTO GAMBOA, W. *Periodismo, enciclopedia del reportaje*. Lima, Ciencia de la comunicación social, 2000.
- QUESADA, Montse. *La entrevista: obra creativa*. Barcelona, Mitre, 1984.
- ROMERO, M. *Periodismo cultural*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1999.
- VALLEJO MEJIA, L. *La crítica literaria como género periodístico*. Pamplona, EUNSA, 1993.
- WINASKI, M.C. Ricardo. *Periodismo: ficción y realidad*. Buenos Aires, Biblos, 1995.

Jesús María marzo de 2011

#### 44. TALLER DE REDACCIÓN PERIODÍSTICA III

##### 1. INFORMACIÓN GENERAL

- |                                    |  |
|------------------------------------|--|
| 1.1 Denominación de la asignatura  | : TALLER DE REDACCIÓN PERIODÍSTICA III |
| 1.2 Código de la asignatura        | : PO1044                               |
| 1.3 Ciclo académico                | : Sexto                                |
| 1.4 Número de horas semanales      | :                                      |
| - Teoría                           | : 2                                    |
| - Práctica                         | : 4                                    |
| - Total                            | : 6                                    |
| 1.5 Créditos                       | : 4                                    |
| 1.6 Requisitos                     | : 39                                   |
| 1.7 Área                           | : FPE                                  |
| 1.8. Duración del ciclo en semanas | : 17                                   |
| 1.9. Profesores                    | :                                      |

##### 2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Redacción periodística III comprende el estudio, análisis y aplicación de las técnicas que regulan el comentario, la crítica, el artículo, el

editorial y la columna, como especies de opinión periodística. El desarrollo de la materia refuerza el estudio comparativo teórico y práctico en relación con las especies informativas e interpretativas, así como las técnicas de investigación y los procedimientos de contenidos para el enjuiciamiento de temas de valor noticioso.

### **3. OBJETIVO TERMINAL**

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el estudiante será capaz de distinguir y explicar correctamente la estructura característica de cada una de las especies de opinión, aplicar las técnicas de investigación y el procesamiento para textos de enjuiciamiento noticioso y desarrollar aptitudes humanísticas y científicas a través de la elaboración de textos de función orientadora y educativa.

### **4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE**

- 4.1 Reconocer y diferenciar las técnicas de redacción entre los géneros informativos, interpretativo y de opinión, así como seleccionar y estructurar correctamente contenidos para elaborar diversos tipos de comentarios periodísticos.
- 4.2 Investigar, valorar y seleccionar correctamente contenidos para la estructuración de diversos tipos de críticas especializadas.
- 4.3 Procesar correctamente contenidos de valor noticioso para editoriales y artículos.
- 4.4 Estructurar correctamente contenidos de valor noticioso para columnas de opinión.

### **5. CONTENIDOS**

#### **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 1: EL COMENTARIO PERIODÍSTICO**

##### **Primera semana**

1. El periodismo de opinión y su aplicación escrita en los diversos medios de difusión masiva. Diferencias distintivas de la redacción de opinión y su relación con la informativa e interpretativa. Estructura y funciones de la redacción de opinión. Lectura de textos de opinión periodística, análisis y debate en clase.

##### **Segunda semana**

2. Técnicas de investigación para la redacción de comentarios y otras especies de opinión. El comentario y estructura. Cualidades del comentarista. Prácticas de elaboración del comentario.

##### **Tercera semana**

3. Lectura, análisis y debate de comentarios periodísticos. Prácticas de elaboración del comentario.

#### **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 2 LA CRÍTICA PERIODÍSTICA**

#### **Cuarta semana**

4. La crítica periodística. Concepto. Estructura. Exigencias de la crítica periodística. Características. Semejanzas y diferencias entre la crítica y el comentario. Crítica literaria. Estructura.

#### **Quinta semana**

5. Géneros literarios. Lectura de temas literarios. Análisis y debate. Presentar los diferentes objetos de crítica periodística.

#### **Sexta semana**

6. La crítica de televisión y de espectáculos (música, teatro). Variedades y estructura. Lectura de críticas televisivas y de espectáculos. Análisis y debate. Práctica de redacción.

#### **Séptima semana**

7. Crítica cinematográfica. Estructura. Cine. Estructura y lenguaje cinematográfico. Lectura de críticas cinematográficas. Análisis y debate.

#### **Octava semana**

8. Lectura de trabajos prácticos de crítica. Análisis y debate.

#### **Novena semana**

9. EXAMEN PARCIAL

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 3 EL EDITORIAL Y EL ARTÍCULO**

#### **Décima semana**

10. El editorial. Concepto. Estructura. Estilos del editorial. Lectura de editoriales. Análisis y debate. Práctica de redacción de editoriales.

#### **Undécima semana**

11. El artículo. Concepto. Características. Estructura. Clases. Lectura de artículos. Análisis y debate. Práctica de redacción de artículos.

#### **Duodécima semana**

12. Lectura de artículos. Análisis y debate. Práctica de redacción. Diseño de una edición periodística de opinión. Programación de trabajos grupales.

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 4 LA COLUMNA DE OPINIÓN**

#### **Decimotercera semana**

13. La columna de opinión. Concepto. Características. Estructura. Lectura de columnas de opinión. Análisis y debate. Práctica de redacción de columna.

#### **Decimocuarta semana**

14. Revisión de avances de trabajos grupales. Lectura de columnas. Análisis y debate. Prácticas de redacción comparativa: Especies informativas, interpretativas y de opinión.

#### **Decimoquinta semana**

15. Prácticas de redacción comparativa: Textos informativos, interpretativos y de opinión.

#### **Decimosexta semana**

16. Prácticas de redacción comparativa: Informativa, interpretativa y de opinión. Entrega final de trabajos grupales.

#### **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 dirigidas.

### **7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

#### **7.1. CRITERIOS**

- 7.1.1 Evaluación por objetivos.
- 7.1.2 Evaluación integral, flexible y permanente.
- 7.1.3 Asistencia puntual a clases.
- 7.1.4 Espíritu de investigación, integración y cooperación grupal.
- 7.1.5 Destrezas y habilidades para la redacción de especies de opinión.
- 7.1.6 Juicio responsable en los temas noticiosos.

#### **7.2. INSTRUMENTOS**

- 7.2.1 Pruebas escritas de los períodos parcial y final.
- 7.2.2 Trabajos de investigación.
- 7.2.3 Prácticas calificadas.
- 7.2.4 Participación y exposiciones 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 Cumplimiento de los instrumentos de evaluación.

### **8. BIBLIOGRAFÍA**

- Benítez, José. *Técnica periodística*. La Habana, 1983.
- Gargurevich, Juan. *Géneros periodísticos*. Ed. Libertad, Trujillo, 1982.
- Hohemberg, John. *El periodista profesional*. Ed. Letras, S.A., México, 1962.
- Martínez Albertos J. *Redacción periodística*. Ed. Ate, Barcelona, 1985.
- Martín Vivaldi, G. *Géneros Periodísticos*. Ed. Paraninfo, Madrid, España, 1973.
- Martín Vivaldi, G. *Curso de redacción*. Ed. Paraninfo, Madrid, España, 1974. .
- Mejía, Roberto. *El libro diario del periodista*. Talleres Gráficos UJBM, Lima , 2010.
- Peralta Dante .*La crónica periodística: Lectura crítica y redacción*. Ed. La Crujía,

- Buenos Aires, 2007.
- Parra Morzán, Carlos. *Periodismo de opinión*. Ed. Ama Llulla, Lima, 1990.
- Terrones Negrete, Eudoro. *Diccionario de periodismo*. A.F.A. Editores Importadores S.A., Lima, 1996.
- Vásquez Reyna, Diógenes. *Manual de periodismo moderno*. V.B., Lima, 1992.

Jesús María marzo de 2011

## **45. TALLER DE ESPECIALIZACIÓN: CAMARÓGRAFO Y EDITOR EN TV.**

### **1. INFORMACIÓN GENERAL**

- 1.1. Denominación de la asignatura : TALLER DE ESPECIALIZACIÓN:  
CAMARÓGRAFO Y EDITOR EN TV.
- 1.2. Código de la asignatura : PO1045
- 1.3. Ciclo académico : Sexto
- 1.4. Número de horas semanales :
- Teoría : 2
  - Práctica : 4
  - Total : 6
- 1.5. Créditos : 4
- 1.6. Requisitos : Ninguno
- 1.7. Área : FPE
- 1.8. Duración del ciclo en semanas :17
- 1.9. Profesores :

### **2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA**

Esta asignatura está orientada a perfeccionar a los estudiantes en las habilidades y destrezas del manejo de la cámara digital de televisión, así como en el adecuado uso de la isla de edición audiovisual no lineal. Además, proporciona los conocimientos, las técnicas y la práctica necesarios para la producción de programas periodísticos televisivos.

### **3. OBJETIVO TERMINAL**

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el estudiante será capaz de aplicar los conocimientos adquiridos en el manejo de la cámara digital de televisión, en el uso de la isla de edición audiovisual no lineal, y en la producción de un programa de televisión.

### **4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE**

- 4.1 Identificar y explicar las partes internas y externas de una cámara digital de televisión.
- 4.2 Aplicar los conocimientos adquiridos sobre el manejo de la cámara digital de televisión en la producción de productos periodísticos audiovisuales.
- 4.3 Aplicar los conocimientos adquiridos sobre la edición audiovisual no lineal en la producción de productos periodísticos televisivos.

4.4 Brindar las herramientas de la postproducción para editar un programa televisivo manteniendo su continuidad y secuencia audiovisual.

## **5. CONTENIDOS**

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 1 LA CÁMARA, LA ILUMINACIÓN Y EL SONIDO**

#### **Primera semana**

Parámetros técnicos de la imagen. La cámara digital de televisión. Partes internas y externas. Accesorios: batería, cable, micrófono reportero y trípode.

#### **Segunda semana**

Temperatura de color. Balance de blanco.

#### **Tercera semana**

Movimiento de lente. Foco.

#### **Cuarta semana**

Iluminación en interiores y exteriores.

#### **Quinta semana**

El sonido: Micrófonos. Mezclas.

#### **Sexta semana**

Los formatos de video: Hi8, VHS, S-VHS, Betacam, DV, MiniDV, DVD, y MiniDVD.

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 2 EL LENGUAJE DE LA CÁMARA DE TELEVISIÓN. EL GUIÓN AUDIOVISUAL**

#### **Séptima semana**

Escala de planos, ángulos y movimientos de la cámara de televisión.

#### **Octava semana**

Encuadre eficaz de tomas.

#### **Novena semana**

Examen parcial.

#### **Décima semana**

El eje imaginario. El guión: Literario, técnico y formatos.

#### **Undécima semana**

Fases del proceso de una producción televisiva: pre-producción, producción, postproducción.

### **UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 3**

## LA PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA TELEVISIVO

### **Duodécima semana**

La edición audiovisual no lineal. Características. Técnicas. Diferencias entre la edición lineal y la edición no lineal. La isla de edición no lineal. Partes internas y externas. Transiciones

### **Decimotercera semana**

El sonido en OFF y ON. El sonido en la edición no lineal. Insertando efectos y música en la isla no lineal. Efectos sonoros. Cuándo y cómo musicalizar. Grabación de cuñas y promociones de programas televisivos

## UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4 LA EDICIÓN AUDIOVISUAL NO LINEAL

### **Decimocuarta semana**

Edición de un programa televisivo. La postproducción de cuñas y promociones

### **Decimoquinta semana**

Postproducción de un programa televisivo. El sonido en OFF Y ON. La musicalización. Grabación y postproducción de cuñas y promociones.

### **Decimosexta semana**

Postproducción de un programa televisivo. Grabación y postproducción de cuñas y promociones.

### **Decimoséptima semana**

Examen final. Presentación de un programa post producido.

## 6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- 6.1. Utilización de la metodología activa con preguntas abiertas.
- 6.2. Exposición y diálogo.
- 6.3. Prácticas dirigidas: cámara digital de TV e isla de edición no lineal.
- 6.4. Proyección de audiovisuales.
- 6.5. Análisis crítico de programas de televisión.

## 7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

### 7.1. CRITERIOS

- 7.1.1 Evaluación por objetivos.
- 7.1.2 Creatividad y cooperación grupal.
- 7.1.3 Presentación y sustentación de trabajos audiovisuales.

### 7.2 INSTRUMENTOS

- 7.2.1 Evaluaciones escritas.
- 7.2.2 Prácticas calificadas.
- 7.2.3 Prácticas dirigidas.

7.2.4 Trabajos individuales y grupales.

### 7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

7.3.1 Asistencia a clases: 70% a más.

7.3.2 Calificación mínima aprobatoria: 11 (Once).

7.3.3 Presentación puntual de los trabajos individuales y grupales.

7.3.4 Participación en clase.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Bandrés Elena y José García. et al. *El periodismo en la televisión digital*. Ed. Paidós, Ibérica, S.A., España, 2000.

Barroso, Jaime. *Técnicas de realización de reportajes y documentales para televisión*. Instituto Oficial de Radio Televisión Española, España, 1993.

Carpio, Santiago. *Producción audiovisual*. Fondo de Desarrollo Ed. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Lima, Perú, 1995.

Linares, Marco Julio. *El guión. Elementos, formatos y estructuras*. Pearson Educación, México, 2002.

Whittaker, Ron. *Video field production*. Mayfield Publishing Company, USA, 1996.

Zetl, Herbert. *Manual de producción de televisión*. International Thompson Editores, S.A., México, 2000.

Jesús María, marzo, 2011.