



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**OBJETIVOS EDUCACIONALES, COMPETENCIAS, PERFILES,
MALLA CURRICULAR Y PLAN DE ESTUDIOS DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**
(CURRÍCULO UNT 2018)

Ratificado por:
R.C.U. N° 0480-2018/UNT

Resumen Preparado por:
Unidad de Desarrollo Académico
(ex Dirección de Desarrollo Académico)

TRUJILLO – PERÚ
SEPTIEMBRE 2022

1. OBJETIVOS EDUCACIONALES

- Garantizar el desarrollo de competencias que le permitan al alumno diseñar, implementar, desarrollar y evaluar planes, estrategias, medios, para desarrollar una comunicación eficaz y eficiente, acorde a las exigencias de los grupos de interés y demanda social.
- Realizar una gestión curricular eficiente, y de mejora continua, incorporando la investigación formativa y responsabilidad social universitaria de manera transversal a lo largo de toda la formación.
- Promover la participación de los docentes y estudiantes en acciones, buenas prácticas, estrategias y proyectos, innovadores y creativos que contribuyan al desarrollo social de la región y el país.
- Promover el desarrollo de círculos de calidad que propicien la mejora continua y el desarrollo de habilidades blandas, para la formación integral del estudiante.
- Acompañar a los alumnos, en el proceso de formación, mediante la realización de programas de incorporación, de seguimiento y de término de carrera, fortaleciendo sus competencias y desarrollo personal.

2. COMPETENCIAS

2.1. Generales

Demuestra un desarrollo integral, con bases sólidas, significativas y trascendentes en su desempeño académico interdisciplinar, científico, humanístico, axiológico, estético, deportivo y cultural en relación con sus pares y su entorno, evidenciando una elevada conciencia ético-moral, ciudadana y medioambiental, capaz de asumir una posición crítica y propositiva frente a los diversos escenarios y cambios sociales, medioambientales y políticos de su entorno.

2.2. Específicas

- Reconoce el contexto legal, económico, político, educativo, con sólidas bases humanísticas.
- Realiza un trabajo multidisciplinar bajo los enfoques que la sociología, psicología del derecho, la gestión empresarial, y la filosofía de la ciencia.

2.3. Especialidad

- Produce contenidos impresos, radiales y televisivos, para medios convencionales o por internet, de manera dependiente e independiente. Maneja la tecnología, técnicas, y herramientas propias de la pre-producción, producción y postproducción de productos sonoros y audiovisuales. Propone proyectos o empresas de servicios de comunicación en medios masivos. Desarrolla su carácter de productor y roles en el equipo de producción demostrando eficiencia, energía y dinamismo, empatía, creatividad, organización, iniciativa, trabajo en equipo en todas las etapas de producción.
- Diseña, implementa y evalúa planes de comunicación efectivos y eficientes, basados en el diagnóstico de los actores y contextos, haciendo uso de metodologías participativas que faciliten la comunicación, empoderamiento y acción decidida de las comunidades ubicada en los ámbitos de intervención de proyectos de desarrollo para lograr la incidencia política a favor de los temas de interés, respetando su cultura y biodiversidad.
- Diseña, implementa y evalúa planes de Comunicación Corporativa para organizaciones públicas y privadas, dirigidos a sus públicos internos y externos (stakeholders), para favorecer su reputación e imagen corporativa. Posiciona su marca y desarrolla estrategias para el manejo de riesgos o de contingencia ante posibles crisis que les afectan. Produce información relevante como soporte de las decisiones y comunicaciones de la alta dirección de acuerdo a la visión, misión y lineamientos estratégicos.

- Planifica, analiza e interpreta las necesidades del mercado y toma decisiones para iniciar o fortalecer un negocio desarrollando ventajas competitivas, con uso de estrategias efectivas de marketing y publicidad, funcionales, creativas, e idóneas para llegar al consumidor de manera ética. Respeto el medio ambiente y la diversidad cultural.
- Emprende y desarrolla proyectos de investigación relevantes, que contribuyan al conocimiento e interpretación de situaciones problemáticas ligadas al campo de la comunicación. Demuestra habilidades de búsqueda, selección y procesamiento de información científica, siguiendo un enfoque y marco metodológico pertinente.

3. PERFILES

3.1. Perfil de ingreso

Es necesario que el ingresante a esta carrera se encuentre interesado por las Ciencias de la Comunicación, la investigación y pueda acreditar un buen rendimiento académico; asimismo, se encuentre interesado por los descubrimientos científicos y capacidad para trabajar en equipo y además reunir las siguientes características:

❖ **Conocimientos básicos**

- Razonamiento verbal.
- Razonamiento matemático.
- Política, economía y geopolítica
- Marco legal constitucional
- Historia de la Cultura

❖ **Procedimental**

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de argumentación.
- Capacidad básica en el manejo de TICS
- Capacidad para la comprensión de textos.
- Capacidad para la producción de textos.

❖ **Actitudes**

- Tener vocación y motivación.
- Trabajar dentro de las normas establecidas
- Respeto a su persona y hacia los demás.
- Actitud para trabajar en equipo.
- Capacidad para tomar decisiones frente a nuevas situaciones.
- Ser perseverante para alcanzar sus metas.
- Habilidad en comunicación oral y escrita.
- Capacidad de liderazgo.
- Demostrar responsabilidad, honestidad y amabilidad.
- Creatividad e iniciativa.
- Facilidad para hablar y adoptar tecnologías

3.2. Perfil de egreso

❖ **Competencia General**

Planifica, implementa y evalúa proyectos, planes o estrategias de comunicación para el desarrollo, de publicidad o marketing y comunicación corporativa, valorando la importancia de la comunicación interpersonal en el trabajo con los diversos actores o públicos. Utiliza la investigación para realizar diagnósticos participativos, análisis de contextos e impactos, entre otros. Desarrolla contenidos para medios de comunicación convencionales o por internet, de manera dependiente o independiente;

utilizando como soporte el manejo de la comunicación digital. Asimismo, Respeta la cosmovisión y cultura en los ámbitos de acción en los que interviene. Demuestra creatividad, capacidad de trabajo en equipo, eficiencia, resiliencia, responsabilidad, dinamismo y energía, en todas las actividades que desarrolla y roles que asume.

❖ Unidades de Competencia

Unidad de Competencia 1: Comunicación en Medios

Produce contenidos impresos, radiales y televisivos, para medios convencionales o por internet, de manera dependiente e independiente. Maneja la tecnología, técnicas, y herramientas propias de la pre-producción, producción y postproducción de productos sonoros y audiovisuales. Propone proyectos o empresas de servicios de comunicación en medios masivos. Desarrolla su carácter de productor y roles en el equipo de producción demostrando eficiencia, energía y dinamismo, empatía, creatividad, organización, iniciativa, trabajo en equipo en todas las etapas de producción.

Capacidades terminales:

- 1.1. Busca, selecciona y procesa fuentes de información directa e indirecta de manera confiable para aportar a la cobertura en medios escritos, radiales, y televisivos, convencionales o por internet, de manera dependiente e independiente, para atender la demanda local o regional y nacional que contribuyan al desarrollo socioeconómico cultural del país
- 1.2. Aplica fundamentos, técnicas, herramientas y otros, propios de la pre-producción, producción y post producción, en la producción de géneros y formatos radiales y televisivos, prensa y comunicación gráfica, para medios convencionales o por internet, de manera dependiente o independiente; utilizando como soporte el manejo de la comunicación digital.
- 1.3. Formula proyectos de producción escritos, sonoros, audiovisuales, transmisionales, para medios convencionales o por internet, de manera dependiente o independiente; utilizando como soporte el manejo de la comunicación digital, para atender la demanda local o regional y nacional que contribuyan al desarrollo sociocultural del país.
- 1.4. Opera sistemas tecnológicos, a nivel de pre-producción, producción y post producción en medios de prensa, sonoros, audiovisuales, y por internet, convencionales o alternativos.
- 1.5. Asume diversos roles en la producción en medios de prensa, sonoros, audiovisuales, y por internet, convencionales o alternativos en medios de comunicación o proyectos independientes.
- 1.8. Diseña y administra plataformas, páginas web, social media, contenidos transmedia y otros por internet, para la producción periodística, programas o proyectos independientes, en medios convencionales y alternativos.
- 1.9. Emprende su propia empresa de comunicación brindando servicios de producción a nivel de la comunicación visual, sonora, audiovisuales, y por internet, convencionales o alternativos, para atender la demanda local o regional y nacional que contribuyan al desarrollo sociocultural del país.
- 1.10. Analiza distintos tipos de contenidos en medios de prensa, sonoros, audiovisuales, hipertextos y/o otros por internet, convencionales o alternativos en medios de comunicación o proyectos independientes.

Unidad de Competencia 2: Comunicación para el Desarrollo

Diseña, implementa y evalúa planes de comunicación efectivos y eficientes, basados en el diagnóstico de los actores y contextos, haciendo uso de metodologías participativas que faciliten la comunicación, empoderamiento y acción decidida de las comunidades ubicada en los ámbitos de intervención de proyectos de desarrollo para lograr la incidencia política a favor de los temas de interés, respetando su cultura y biodiversidad.

Capacidades terminales

- 2.1. Busca, selecciona y procesa fuentes de información directas e indirectas de manera confiable para aportar al diagnóstico e implementación y evaluación de los proyectos de desarrollo sostenible.
- 2.2. Elabora diagnósticos participativos en las comunidades ligadas al ámbito de intervención de los proyectos de desarrollo sostenible.

- 2.3. Formula proyectos sociales y/o planes de comunicación en respuesta a los problemas locales, regionales y nacionales vinculados a los objetivos de desarrollo sostenible.
- 2.4. Diseña y ejecuta estrategias creativas, funcionales y pertinentes, acordes al perfil cultural de los actores del ámbito de intervención del proyecto de desarrollo sostenible, considerando asimismo aliados estratégicos.
- 2.5. Aplica metodologías participativas para facilitar acciones de sensibilización, diagnóstico, capacitación, movilización, visibilización, evaluación, entre otros de los proyectos de desarrollo sostenible.
- 2.6. Realiza procesos de incidencia política para generar cambios, adopción de medidas y negociación en los decisores y aliados estratégicos vinculados a los ámbitos de intervención del proyecto.
- 2.7. Formula planes de comunicación estratégica para posicionar a la institución responsable del proyecto de desarrollo sostenible.
- 2.8. Maneja herramientas de gestión de proyectos (plan estratégico, planes operativos, costos y presupuestos, monitoreo de proyectos, entre otros) que facilitan la ejecución y evaluación de las actividades programadas. Identifica y gestiona los posibles riesgos y/o conflictos utilizando herramientas de resolución de problemas.
- 2.9. Toma en cuenta la construcción de la identidad, la cultura, la interculturalidad, la inclusión social, el desarrollo del capital social, la pedagogía de la comunicación, entre otros, para potenciar el empoderamiento de los pueblos ubicados en las zonas de intervención de los proyectos de desarrollo sostenible.

Unidad de Competencia 3: Comunicación Corporativa

Diseña, implementa y evalúa planes de Comunicación Corporativa para organizaciones públicas y privadas, dirigidos a sus públicos internos y externos (stakeholders), para favorecer su reputación e imagen corporativa. Posiciona su marca y desarrolla estrategias para el manejo de riesgos o de contingencia ante posibles crisis que les afectan. Produce información relevante como soporte de las decisiones y comunicaciones de la alta dirección de acuerdo a la visión, misión y lineamientos estratégicos.

Capacidades terminales:

- 3.1. Diseña, implementa y evalúa planes de comunicación y relaciones públicas a nivel de sus públicos internos y externos (stakeholders), para favorecer la reputación e imagen corporativa de organizaciones públicas o privado.
- 3.2. Diseña y posiciona la marca, cultura e identidad corporativa de organizaciones públicas o privadas fidelizándola en sus públicos.
- 3.3. Realiza auditorías de imagen y comunicación en organizaciones públicas y privadas.
- 3.4. Genera y analiza contenidos en prensa, radio, televisión y por internet, para medios convencionales y alternativos y su impacto en la opinión pública.
- 3.5. Diseña, implementa y evalúa planes de responsabilidad social, que permitan fortalecer la imagen y reputación de las organizaciones públicas o privadas en la comunidad.
- 3.6. Produce información vinculante para preparar planes de manejo de riesgos o de contingencia ante posibles crisis que afectan a las organizaciones públicas o privadas.
- 3.7. Produce información de calidad, de las tendencias del contexto social, político, económico, ambiental, geopolítico, etc. para proveer información a los directivos, para el manejo de sus decisiones y declaraciones.
- 3.8. Establece buenas relaciones con los decisores de las regulaciones o políticas ligadas a su sector y con otros actores estratégicos para establecer alianzas y cooperación mutua.
- 3.9. Maneja herramientas de gestión de proyectos (plan estratégico, planes operativos, costos y presupuestos, monitoreo de proyectos, entre otros) que facilitan la ejecución y evaluación de las actividades programadas.

Unidad de Competencia 4: Empresa, Publicidad y Marketing

Planifica, analiza e interpreta las necesidades del mercado y toma decisiones para iniciar o fortalecer un negocio desarrollando ventajas competitivas, con uso de estrategias efectivas de marketing y publicidad, funcionales, creativas, e idóneas para llegar al consumidor de manera ética. Respeta el medio ambiente y la diversidad cultural.

Capacidades terminales:

- 4.1. Realiza estudios de mercado para identificar oportunidades de negocio de alta rentabilidad, respetando la ética y sostenibilidad social.
- 4.2. Emprende planes de negocio factible y rentable, en comunicación o cualquier rubro, considerando la ética y responsabilidad social empresarial.
- 4.3. Aplica los fundamentos de la gestión empresarial.
- 4.4. Formula planes de marketing con estrategias, tácticas y acciones a corto, mediano y largo plazo aplicando las nuevas tendencias y métricas que permitan consolidar marcas en el mercado.
- 4.5. Formula planes publicitarios con estrategias creativas y efectivas, orientadas a la solución de problemas y/o objetivos específicos.
- 4.6. Realiza una planificación de medios, considerando un análisis cualitativo y cuantitativo del consumo del target al que va dirigida la campaña publicitaria.
- 4.7. Diseña, ejecuta y evalúa, estrategias de marketing y publicidad social, aplicada a contextos locales y de interés en temas sociales, educativos, ambientales, culturales, entre otros.
- 4.8. Aplica los fundamentos, técnicas y herramientas diseño y arquitectura web orientada al marketing y la publicidad digital.

Unidad de competencia 5: Investigación

Emprende y desarrolla proyectos de investigación relevantes, que contribuyan al conocimiento e interpretación de situaciones problemáticas ligadas al campo de la comunicación. Demuestra habilidades de búsqueda, selección y procesamiento de información científica, siguiendo un enfoque y marco metodológico pertinente.

Capacidad terminal:

- 5.1. Valora la investigación, como soporte básico en cualquiera de las actividades o campos de la comunicación, para formular y ejecución de planes, proyectos, actividades, entre otros; asimismo como fin para realizar procesos interpretación o análisis críticos, en temas ligados a diversos sectores de la actividad humana.
- 5.2. Muestra dominio en la búsqueda de información relevante sobre teorías, antecedentes, marco teórico, marco metodológico, entre otros, relacionados a temas de investigación en comunicación social.
- 5.3. Reconoce la importancia de la teoría de la comunicación o de disciplinas afines, como fundamento de la investigación científica en ciencias de la comunicación.
- 5.4. Identifica situaciones problemáticas ligadas a la comunicación social, que requieren ser investigadas a nivel cuantitativo y/o cualitativo y que permitan reconocer los aportes del comunicador en el conocimiento y/o solución de dicha situación. Asimismo, establecer tendencias, sesgos, y apropiaciones de lo global, a lo nacional o local.
- 5.5. Aplica marcos metodológicos pertinentes y con rigurosidad científica en temas de comunicación social, que permitan ofrecer conocimientos relevantes ligados a sectores de la actividad humana.
- 5.6. Diseña un Proyecto de Investigación Científica en Ciencias de la Comunicación.
- 5.7. Produce textos académicos y científicos respetando las normas gramaticales y las normas para el citado y referencias en el Proyecto e Informe de investigación científica.
- 5.8. Elabora y sustenta un Informe final de Investigación Científica.

4. MALLA CURRICULAR

X		Seminario de Tesis II (Desarrollo de Investigación) (62)	Práctica Pre-profesional (63)				
IX	Gabinete de Comunicación Audiovisual (56)	Seminario de Tesis I Proyecto de Investigación (57)	Gabinete de Comunicación para el desarrollo	Deontología de las ciencias de la comunicación (59)	Gabinete de Comunicación Digital (58) (60)	Electivo (61)	
VIII	-- --	Gestión de proyectos de Comunicación para el desarrollo (50)	Gabinete de Comunicación Corporativa (51)	Gabinete de periodismo (52)	Taller de comunicación digital II (53)	Métodos alternativos de negociación y resolución de conflictos (54)	Gabinete de Marketing y Publicidad (55)
VII	Taller de comunicación audiovisual III-Corporativa (43)	Fundamentos de Comunicación Para el desarrollo (44)	Gestión de las relaciones públicas II (45) (Implementación y Evaluación)	Legislación en Comunicación Social (46)	Taller de comunicación digital I (47)	Formulación y Evaluación de proyectos sociales (48)	Proyectos Empresariales en Comunicación (49)
VI	Taller de comunicación audiovisual II-Informativa (36)	Metodologías participativas en comunicación (37)	Gestión de las relaciones públicas I (Auditoría y Plan) (38)	Redacción periodística II (39)	Psicología de la Comunicación Social (40)	(21) Taller de publicidad-campañas publicitarias (41)	Derecho Empresarial (42)
V	Taller de comunicación audiovisual I-Ficción (29)	Hermenéutica del texto (30)	Fundamentos de las relaciones públicas (31)	Redacción periodística I (32)	Taller de diseño III-Publicitario (33)	Planeamiento y gestión del marketing (34)	Fundamentos de la publicidad (35)
IV	Taller de producción radial II (22)	Investigación de la comunicación social (23)	Fundamentos de la comunicación corporativa (24)	Fundamentos del periodismo (25)	Taller de diseño II-Corporativo (26)	Fundamentos del marketing (27)	Semiótica (28)
III	Taller de producción radial I (15)	Metodología de la investigación en comunicación social (16)	Fundamentos de la administración organizacional (17)	Teoría de la comunicación (18)	Taller de diseño I-Editorial (19)	Sociología de la comunicación (20)	Derecho Constitucional (21)
II	Ética, convivencia humana y ciudadanía (8)	Cultura investigativa y pensamiento crítico (9)	Sociedad, cultura y ecología (14) (10)	Fundamentos de economía política (11)	Comunicación visual II (12)	Identidad cultural regional, nacional e internacional (13)	Electivo (14)
I	Desarrollo personal (1)	Desarrollo del pensamiento lógico-matemático (2)	Gestión de los aprendizajes y estrategias de estudios (3)	Lectura Crítica y Redacción de Textos Académicos (4)	Comunicación Visual I (5)	Historia de la Cultura (6)	Electivo (7)
	1	2	3	4	5	6	7

5. PLAN DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

I CICLO

N°	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS	
01	CGE01	Desarrollo Personal	GE	2	2	4	3	-----	
02	CGE01	Desarrollo Del Pensamiento Lógico-Matemático	GE	2	2	4	3	-----	
03	CGE01	Gestión de los aprendizajes y estrategias de estudios	GE	2	2	4	3	-----	
04	CGE01	Lectura crítica y redacción de textos académicos	GE	2	4	6	4	-----	
05	CGE01	Comunicación Visual I	GE	2	2	4	3	-----	
06	CGE01	Historia de la Cultura	GE	2	2	4	3	-----	
07	UCOM1-01	Electivo	GE		4	4	2	-----	
TOTAL					13	17	30	21	

II CICLO

N°	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS	
08	CGE02	Ética, convivencia humana y ciudadanía	GE	2	2	4	3	-----	
09	CGE02	Cultura investigativa y pensamiento crítico	GE	2	2	4	3	-----	
10	CGE02	Sociedad, Cultura y Ecología	GE	2	2	4	3	-----	
11	CGE02	Fundamentos de Economía Política	GE	2	2	4	3	-----	
12	CGE02	Comunicación Visual II	GE	2	2	4	3	Comunicación Visual I	
13	CGE02	Identidad cultural regional, nacional e internacional	GE	2	2	4	3	Historia de la Cultura	
14	UCOM1-02	Electivo	GE		4	4	2	-----	
TOTAL					12	16	28	20	

III CICLO

N°	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS	
15	CGE03	Taller de Producción Radial I	ES	2	2	4	3	-----	
16	CGE03	Metodología de la investigación en Comunicación Social	ES	1	4	5	3	Teoría de la Comunicación	
17	CGE03	Fundamentos de la Administración Organizacional	Es	2	2	4	3	-----	
18	CGE03	Teoría de la Comunicación	ES	2	2	4	3	-----	
19	CGE03	Taller de Diseño I- Editorial	ES	2	4	6	4	Comunicación Visual II	
20	CGE03	Sociología de la Comunicación	Es	2	2	4	3	-----	
21	CGE03	Derecho Constitucional	Es	2	2	4	3	-----	
TOTAL					13	18	31	22	

IV CICLO

N°	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS	
22	CGE04	Taller de producción radial II	ES	2	2	4	3	Taller de Producción Radial I	
23	CGE04	Investigación de la Comunicación Social	ES	1	4	5	3	Metodología de la investigación en Comunicación Social	
24	CGE04	Fundamentos de la Comunicación Corporativa	ES	2	2	4	3	-----	
25	CGE04	Fundamentos del Periodismo	ES	2	2	4	3	-----	
26	CGE04	Taller de diseño II-Corporativo	ES	2	4	6	4	Taller de Diseño I	
27	CGE04	Fundamentos del Marketing	ES	2	2	4	3	Fundamentos de la Administración Organizacional	
28	CGE04	Semiótica	Es	2	2	4	3	-----	
TOTAL					13	18	31	22	

V CICLO

N°	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS	
29	CGE05	Taller de Comunicación Audiovisual I-Ficción	ES	2	4	6	4	-----	
30	CGE05	Hermenéutica del texto	Es	2	2	4	3		
31	CGE05	Fundamentos de las Relaciones Públicas	ES	2	2	4	3	Fundamentos de la Comunicación Corporativa	
32	CGE05	Redacción periodística I	ES	2	2	4	3	Fundamentos del Periodismo	
33	CGE05	Taller de Diseño III-Publicitario	ES	1	4	5	3	Taller de diseño II	
34	CGE05	Planeamiento y Gestión del Marketing	ES	2	2	4	3	Fundamentos del marketing	
35	CGE05	Fundamentos de la Publicidad	ES	2	2	4	3	Semiótica	
TOTAL					13	18	31	22	

VI CICLO

N o	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS	
36	CGE06	Taller de Comunicación Audiovisual II (Informativo)	ES	2	4	6	4	Comunicación Audiovisual I	
37	CGE06	Metodología participativas en Comunicación	ES	2	2	4	3	-----	
38	CGE06	Gestión de Relaciones Públicas I (Auditoria-Plan)	ES	1	4	5	3	Fundamentos de las Relaciones Públicas	
39	CGE06	Redacción Periodística II	ES	2	2	4	3	Redacción periodística I	
40	CGE06	Psicología de la Comunicación Social	Es	2	2	4	3	-----	
41	CGE06	Taller de Publicidad-Campañas Publicitarias	ES	1	4	5	3	Taller de Diseño III	
42	CGE06	Derecho Empresarial	Es	2	2	4	3	-----	
TOTAL					12	20	32	22	

VII CICLO

N°	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS	
43	CGE07	Taller de Comunicación Audiovisual III-(Corporativa)	ES	2	4	6	4	Comunicación Audiovisual II	
44	CGE07	Fundamentos de la Comunicación para el Desarrollo	ES	2	2	4	3	Metodología participativas en Comunicación	
45	CGE07	Gestión de las Relaciones Públicas II (Implementación-Evaluación)	ES	1	4	5	3	Gestión de las Relaciones Públicas I	
46	CGE07	Legislación en Comunicación Social	ES	2	2	4	3	-----	
47	CGE05	Taller de Comunicación Digital I	ES	1	4	6	3	Taller de Diseño I, Taller de Diseño II, y Taller de Diseño III	
48	CGE07	Formulación y evaluación de proyectos sociales	Es	2	2	4	3	-----	
49	CGE07	Proyectos empresariales en Comunicación	Es	2	2	4	3	Derecho Empresarial	
TOTAL					12	20	33	22	

VIII CICLO

N°	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS	
50	CGE08	Gestión de proyectos en Comunicación para el Desarrollo	ES	2	4	6	4	Fundamentos de la Comunicación para el Desarrollo	
51	CGE08	Gabinete de Comunicación Corporativa	ES	2	4	6	4	Gestión de las Relaciones Públicas II	
52	CGE08	Gabinete de Periodismo	ES	2	4	6	4	Redacción Periodística II	
53	CGE06	Taller de Comunicación Digital II	ES	1	4	5	3	Taller de Comunicación Digital I	
54	CGE08	Métodos alternativos de negociación y resolución de conflictos	Es	2	2	4	3	Fundamentos de Comunicación para el Desarrollo	
55	CGE08	Gabinete de Marketing y Publicidad	ES	2	4	6	4	Taller de Publicidad	
TOTAL					11	22	33	22	

IX CICLO

N°	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS	
56	CGE09	Gabinete de Comunicación Audiovisual	ES	2	4	6	4	Comunicación Audiovisual III	
57	CGE09	Seminario de Tesis I (Proyecto de Investigación)	ES	2	4	6	4	Investigación de la Comunicación Social	
58	CGE09	Gabinete de Comunicación para el Desarrollo	ES	2	4	6	4	Gestión de proyectos en Comunicación para el Desarrollo.	
59	CGE09	Deontología de las Ciencias de la Comunicación	ES	2	2	4	3	-----	
60	CGE09	Gabinete de Comunicación Digital	ES	2	4	6	4	Taller de Comunicación Digital II	
61	CGE09	Electivo	ES	1	2	3	2	-----	
TOTAL					11	20	31	21	

X CICLO

N°	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS	
62	CGE10	Práctica Pre-profesional	ES	0	20	20	10	-----	
63	CGE10	Seminario de Tesis II	ES	2	4	6	4	Seminario de Tesis I	
TOTAL					2	24	26	16	

GE: Generales (41)

Es: Específicos (30)

ES: Especialidad (137)

Fuente: Currículo del Programa de Estudios de Ciencias de la Comunicación 2018. Pág. 24-38.

Ubicación: Secretaría General / Unidad de Órganos de Gobierno: Documento físico y virtual.
Dirección de Desarrollo Académico: Documento virtual.