



SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA					
FORMATO DE LICENCIAMIENTO C					
ANÁLISIS DE MALLA CURRICULAR Y CRÉDITOS ACADÉMICOS					
NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD		UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZÓN - UNIFE			
NOMBRE DEL PROGRAMA	CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	CÓDIGO DEL PROGRAMA	P16	FECHA DE ACTUALIZACIÓN DE LA MALLA CURRICULAR	28/01/15
NIVEL DE ENSEÑANZA	PRE GRADO			DURACIÓN DEL PROGRAMA EN AÑOS	5
				NÚMERO DE SEMESTRES POR AÑO (SÓLO PREGRADO)	2

SECCIÓN 1: PERIODO ACADÉMICO Y VALOR DEL CRÉDITO ACADÉMICO EN HORAS (1).

Semestre	Cuatrimestre	Trimestre
X		

16 Teoría 32 Práctica

SECCIÓN 2: PRINCIPALES INDICADORES

	HORAS LECTIVAS (2)		CRÉDITOS ACADÉMICOS (3)			% DE CRÉDITOS	
	TEORÍA	PRÁCTICA	TEORÍA (4)	PRÁCTICA (5)	TOTAL (6)		
TOTALES	2.592.00	2.306.00	4.898.00	152.00	72.00	294.00	100%
Estudios específicos y de especialidad	1.648.00	2.144.00	3.792.00	103.00	67.00	170.00	73%
Estudios generales	944.00	160.00	1.104.00	39.00	5.00	64.00	27%
Educación a distancia							

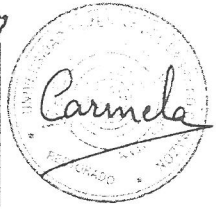
SECCIÓN 3: MALLA CURRICULAR

PERIODO ACADÉMICO	NOMBRE DEL CURSO	CURSO GENERAL S/N	EDUCACIÓN A DISTANCIA S/N	HORAS LECTIVAS			CRÉDITOS ACADÉMICOS		
				TEORÍA	PRÁCTICA	TOTAL DE HORAS LECTIVAS (4)	TEORÍA (5)	PRÁCTICA (6)	TOTAL DE CRÉDITOS OTORGADOS (7)
1	FILOSOFÍA I	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	TEOLOGÍA I	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	COMUNICACIÓN I	S		32.00	32.00	64.00	2.00	1.00	3.00
	MATEMÁTICA	S		32.00	32.00	64.00	2.00	1.00	3.00
	FUNDAMENTOS DE PSICOLOGÍA	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	MÉTODO DE ESTUDIO	S		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	HISTORIA DE LA CULTURA PERUANA	S		32.00	32.00	64.00	2.00	1.00	3.00
	ACTIVIDADES DE DESARROLLO PERSONAL	S		32.00	-	32.00	2.00	-	2.00
2	LÓGICA	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	SOCIOLOGÍA	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	COMUNICACIÓN II	S		32.00	32.00	64.00	2.00	1.00	3.00
	HISTORIA UNIVERSAL	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	COMPRESIÓN Y PRODUCCIÓN DE TEXTOS	N		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	COMPUTACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN	N		32.00	32.00	64.00	2.00	1.00	3.00
	ACTIVIDADES DE DESARROLLO PERSONAL: LOGO	N		32.00	-	32.00	2.00	-	2.00
3	FILOSOFÍA II	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	TEOLOGÍA II	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	REALIDAD NACIONAL	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	ECOLOGÍA	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	LENGUAJE DE LOS MEDIOS I	N		16.00	64.00	80.00	1.00	2.00	3.00
	TÉCNICAS DE REDACCIÓN	N		-	64.00	64.00	-	2.00	2.00
	HISTORIA DE LOS MEDIOS	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	LIDERAZGO PERSONAL Y PROFESIONAL	S		32.00	-	32.00	2.00	-	2.00
ACTIVIDADES DE DESARROLLO SOCIAL	S		32.00	-	32.00	2.00	-	2.00	
4	IGLESIA Y DOCTRINA SOCIAL	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	LITERATURA PERUANA Y LATINOAMERICANA	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	LENGUAJE DE LOS MEDIOS II	N		16.00	64.00	80.00	1.00	2.00	3.00
	ESTADÍSTICA APLICADA	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	TALLER MULTIMEDIA	N		32.00	32.00	64.00	2.00	1.00	3.00
	NARRATIVA	N		32.00	32.00	64.00	2.00	1.00	3.00
	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	ACTIVIDADES DE DESARROLLO SOCIAL	S		32.00	-	32.00	2.00	-	2.00
5	ANTROPOLOGÍA FILOSÓFICA	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	FUNDAMENTOS DE MARKETING	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	FUNDAMENTOS DE PERIODISMO	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	LENGUAJE DE LOS MEDIOS III	N		16.00	64.00	80.00	1.00	2.00	3.00
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	TALLER DE FOTOGRAFÍA I	N		16.00	64.00	80.00	1.00	2.00	3.00
	REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y PUBLICITARIA	N		32.00	32.00	64.00	2.00	1.00	3.00
	ACTIVIDAD: PROCESOS Y EQUIPOS AUDIOVISUALES	N		32.00	-	32.00	2.00	-	2.00



PERIODO ACADÉMICO	NOMBRE DEL CURSO	CURSO GENERAL S/N	EDUCACIÓN A DISTANCIA S/N	HORAS LECTIVAS			CRÉDITOS ACADÉMICOS		
				TEORÍA	PRÁCTICA	TOTAL DE HORAS LECTIVAS (4)	TEORÍA (5)	PRÁCTICA (6)	TOTAL DE CRÉDITOS OTORGADOS (7)
6	LEGISLACIÓN EN COMUNICACIONES	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	SEMÍOTICA	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	TALLER DE RADIO	N		-	64.00	64.00	-	2.00	2.00
	TALLER DE VÍDEO	N		-	64.00	64.00	-	2.00	2.00
	TALLER DE FOTOGRAFÍA I	N		-	64.00	64.00	-	2.00	2.00
	PERIODISMO INFORMATIVO	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	INGLÉS	N		32.00	-	32.00	2.00	-	2.00
	ACTIVIDAD: PROCESOS Y EQUIPOS DE DISEÑO ELECTIVO I	N		-	32.00	32.00	-	1.00	1.00
		N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
7	ANÁLISIS DEL DISCURSO	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	OPINIÓN PÚBLICA	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	ACTUALIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PERIODÍSTICA	N		-	64.00	64.00	-	2.00	2.00
	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PUBLICITARIA	N		-	64.00	64.00	-	2.00	2.00
	DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO	N		-	64.00	64.00	-	2.00	2.00
	PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	N		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	TALLER DE RELACIONES INSTITUCIONALES ELECTIVO II	N		-	32.00	32.00	-	1.00	1.00
		N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
8	AXIOLOGÍA	S		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	ESTRATEGIAS DE MARKETING	N		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	TALLER DE CREATIVIDAD PUBLICITARIA	N		32.00	32.00	64.00	2.00	1.00	3.00
	PERIODISMO DE INTERPRETACIÓN Y DE OPINIÓN	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	DISEÑO GRÁFICO EN PERIODISMO	N		-	64.00	64.00	-	2.00	2.00
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	N		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	DISEÑO DE PROYECTOS EN COMUNICACIONES	N		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	TALLER DE RELACIONES PÚBLICAS	N		-	32.00	32.00	-	1.00	1.00
	INGLÉS EN COMUNICACIONES	N		32.00	-	32.00	2.00	-	2.00
	ELECTIVO III	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
9	SEMINARIO DE TESIS I	N		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	MARKETING DE SERVICIOS	N		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	N		32.00	32.00	64.00	2.00	1.00	3.00
	EJECUCIÓN DE PROYECTOS EN COMUNICACIONES	N		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	PERIODISMO ESPECIALIZADO	N		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	PUBLICIDAD COMERCIAL Y CUENTAS	N		32.00	32.00	64.00	2.00	1.00	3.00
	PERIODISMO DIGITAL	N		-	64.00	64.00	-	2.00	2.00
	PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES	N		-	160.00	160.00	-	5.00	5.00
	ELECTIVO IV	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
10	DEONTOLOGÍA EN COMUNICACIÓN	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00
	SEMINARIO DE TESIS II	N		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	GESTIÓN DE LA EMPRESA EN COMUNICACIONES	N		16.00	32.00	48.00	1.00	1.00	2.00
	PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES	N		-	480.00	480.00	-	15.00	15.00
	ELECTIVO V	N		48.00	-	48.00	3.00	-	3.00

000147

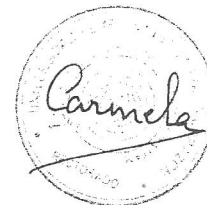


PERIODO ACADÉMICO	NOMBRE DEL CURSO	CURSO GENERAL S/N	EDUCACIÓN A DISTANCIA S/N	HORAS LECTIVAS			CRÉDITOS ACADÉMICOS		
				TEORÍA	PRÁCTICA	TOTAL DE HORAS LECTIVAS (4)	TEORÍA (5)	PRÁCTICA (6)	TOTAL DE CRÉDITOS OTORGADOS (7)

Nota: Se completará tantos formatos C2 como programas declare la universidad.
 (1) Seleccione con un signo (x) el tipo de período académico del programa de estudio, semestral, cuatrimestral o trimestral. También debe seleccionar el valor del crédito académico en horas lectivas de teoría y prácticas.
 (2) Las teorías de horas lectivas, de estudios específicos, de estudios generales y de educación a distancia, son auto-calculados en el formato, no requieren ser completados por la universidad.
 (3) Los totales de créditos académicos, de estudios específicos, de estudios generales y de educación a distancia, son auto-calculados en el formato, no requieren ser completados por la universidad.
 (4) (5) (6) y (7) Estos campos son auto-calculados en el formato, no requieren ser completados por la universidad.

Carmela Alarcón
 Dra. Carmela María Jesús Alarcón Revilla, rscj

NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL
 DECLARO BAJO JURAMENTO, LA VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN PRESENTADA, PARA LA REVISIÓN DOCUMENTARIA EN EL PROCEDIMIENTO DE LICENCIAMIENTO DE ESTA UNIVERSIDAD; CASO CONTRARIO, ASUMO LA RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA O PENAL QUE CORRESPONDA.



PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE DEL PROGRAMA ACADÉMICO
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PLAN DE ESTUDIOS ACTUALIZADO AL 28 DE ENERO 2015.

2015 - 2019

Asignaturas	Pre Requisitos	Horas Totales	Teoría	Prácticas	Créditos
CICLO I					
Filosofía I	-	3	3	-	3.0
Teología I	-	3	3	-	3.0
Comunicación I	-	4	2	2	3.0
Matemática	-	4	2	2	3.0
Fundamentos de Psicología	-	3	3	-	3.0
Métodos de Estudio	-	3	1	2	2.0
Historia de la Cultura Peruana	-	4	2	2	3.0
Actividades de Desarrollo Personal	-	2	2	-	2.0
T O T A L		26	18	8	22.0
CICLO II					
Lógica	-	3	3	-	3.0
Sociología	-	3	3	-	3.0
Comunicación II	Comunicación I	4	2	2	3.0
Historia Universal	-	3	3	-	3.0
Teoría de la Comunicación	-	3	3	-	3.0
Comprensión y Producción de Textos	-	3	1	2	2.0
Computación Aplicada a la Comunicación	-	4	2	2	3.0
Actividades de Desarrollo Personal: Locución Radial	-	2	2	-	2.0
T O T A L		25	19	6	22.0
CICLO III					
Filosofía II	Filosofía I	3	3	-	3.0
Teología II	Teología I	3	3	-	3.0
Ecología	-	3	3	-	3.0
Realidad Nacional	-	3	3	-	3.0
Lenguaje de los Medios I	Comunicación II	5	1	4	3.0
Técnicas de Redacción	Comprensión y Producción de Textos	4	-	4	2.0
Historia de los Medios	Historia Universal	3	3	-	3.0
Liderazgo Personal y Profesional	-	2	2	-	2.0
Actividades de Desarrollo Social	-	2	2	-	2.0
T O T A L		28	20	8	24.0
CICLO IV					
Iglesia y Doctrina Social	-	3	3	-	3.0
Literatura Peruana y Latinoamericana	-	3	3	-	3.0
Lenguaje de los Medios II	Lenguaje de los Medios I	5	1	4	3.0
Estadística Aplicada	Matemática	3	3	-	3.0
Taller Multimedia	Computación Aplicada a la Comunicación	4	2	2	3.0
Narrativa	Técnica de Redacción	4	2	2	3.0
Psicología en Comunicación	Fundamentos de Psicología	3	3	-	3.0
Actividades de Desarrollo Social	-	2	2	-	2.0
T O T A L		27	19	8	23.0

000149

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

UNIFE



Asignaturas	Pre	Requisitos	Horas	Totales
Teoría	Práctica	Créditos		

CICLO V

Antropología Filosófica	-		3	3	-	3.0
Fundamentos de Marketing	Teoría de la Comunicación		3	3	-	3.0
Fundamentos de Periodismo	Teoría de la Comunicación		3	3	-	3.0
Lenguaje de los Medios III	Lenguaje de los Medios II		5	1	4	3.0
Metodología de la Investigación	-		3	3	-	3.0
Taller de Fotografía I	-		5	1	4	3.0
Redacción Periodística y Publicitaria	Narrativa		4	2	2	3.0
Actividad: Procesos y Equipos Audiovisuales	-		2	2	-	2.0
T O T A L			28	18	10	23.0

CICLO VI

Legislación en Comunicaciones	Teoría de la Comunicación		3	3	-	3.0
Fundamentos de Publicidad			3	3	-	3.0
Semiótica	Comunicación II		3	3	-	3.0
Taller de Radio	Lenguaje de los Medios II		4	-	4	2.0
Taller de Video	Lenguaje de los Medios III		4	-	4	2.0
Taller de Fotografía II	Taller de Fotografía I		4	-	4	2.0
Periodismo Informativo	Fundamentos de Periodismo		3	3	-	3.0
Inglés Básico	-		2	2	-	2.0
Actividad: Procesos y Equipos de Diseño Gráfico	-		2	-	2	1.0
ELETIVO I	-		3	3	-	3.0
T O T A L			31	17	14	24.0

CICLO VII

Análisis del Discurso	Semiótica		3	3	-	3.0
Opinión Pública	Realidad Nacional		3	3	-	3.0
Actualidad Nacional e Internacional	-		3	3	-	3.0
Producción Audiovisual Periodística	Taller de Video / Taller de Radio		4	-	4	2.0
Producción Audiovisual Publicitaria	Taller de Video / Taller de Radio		4	-	4	2.0
Diseño Gráfico Publicitario	-		4	-	4	2.0
Periodismo de Investigación	Periodismo Informativo		3	3	-	3.0
Planeamiento Estratégico	Realidad Nacional		3	1	2	2.0
Taller de Relaciones Institucionales	-		2	-	2	1.0
ELECTIVO II	-		3	3	-	3.0
T O T A L			32	16	16	24.0

CICLO VIII

Axiología	-		3	3	-	3.0
Estrategias de Marketing	Fundamentos de Marketing		3	1	2	2.0
Taller de Creatividad Publicitaria	-		4	2	2	3.0
Periodismo de Interpretación y Opinión	Periodismo de Investigación		3	3	-	3.0

000150

**CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

unifé

Diseño Gráfico en Periodismo	-	4	-	4	2.0
Investigación de Mercados	Estadística Aplicada	3	1	2	2.0
Diseño de Proyectos en Comunicaciones	Planeamiento Estratégico	3	1	2	2.0
Taller de Relaciones Públicas	-	2	-	2	1.0
Inglés en Comunicaciones	Inglés Básico	2	2	-	2.0
ELECTIVO III	-	3	3	-	3.0
T O T A L		30	16	14	23.0

CICLO IX

Seminario de Tesis I	Metodología de la Investigación	3	1	2	2.0
Marketing de Servicios	Estrategias de Marketing	3	1	2	2.0
Campañas Publicitarias	-	4	2	2	3.0
Ejecución de Proyectos en Comunicaciones	Diseño de Proyectos en Comunicaciones	3	1	2	2.0
Periodismo Especializado	-	3	1	2	2.0
Publicidad Comercial y Cuentas	-	4	2	2	3.0
Periodismo Digital	Taller Multimedia	4	-	4	2.0
Prácticas Pre-Profesionales I	-	10	-	10	5.0
ELECTIVO IV	-	3	3	-	3.0
T O T A L		37	11	26	24.0

CICLO X

Deontología en Comunicación	-	3	3	-	3.0
Seminario de Tesis II	Seminario de Tesis I	3	1	2	2.0
Gestión de la Empresa en Comunicación	Comunicación Organizacional	3	1	2	2.0
Prácticas Pre-Profesionales II	Prácticas Pre-Profesionales I	30	-	30	15.0
ELECTIVO V	-	3	-	3	3.0
T O T A L		42	8	34	25.0

Horas TOTALES: 306
 Horas Teóricas: 162
 Horas Prácticas: 144
 Horas Prácticas Preprofesionales: 40

Créditos: 234.0

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
MALLA CURRICULAR 2015 - 2019

I CICLO	II CICLO	III CICLO	IV CICLO	V CICLO	VI CICLO	VII CICLO	VIII CICLO	IX CICLO	X CICLO
FILOSOFÍA I	LÓGICA	FILOSOFÍA II	IGLESIA Y DOCTRINA SOCIAL	ANTROPOLOGÍA FILOSÓFICA	INGLÉS	PSICOLOGÍA	AXIOLOGÍA	SEMINARIO DE TESIS I	DEONTOLOGÍA EN COMUNICACIONES
TEOLOGÍA	SOCIOLOGÍA	TEOLOGÍA II		FILOSOFÍA DE LA LENGUAJE	PSICOLOGÍA	COMUNICACIÓN PÚBLICA	COMUNICACIÓN DE MASAS	SEMINARIO DE TESIS II	SEMINARIO DE TESIS II
COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN	LINGÜÍSTICA	ESTADÍSTICA APLICADA	FILOSOFÍA DE LA LENGUAJE	PSICOLOGÍA	PSICOLOGÍA	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
MATEMÁTICA	HISTORIA UNIVERSAL	REALIDAD NACIONAL	TALLER MULTIMEDIA	PSICOLOGÍA DE LA LENGUAJE	PSICOLOGÍA	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
PSICOLOGÍA DE LA PERCEPCIÓN	PSICOLOGÍA DE LA PERCEPCIÓN	ECOLOGÍA	LENGUAJE DE LOS MEDIOS	PSICOLOGÍA DE LA LENGUAJE	PSICOLOGÍA	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
MÉTODOS DE LA CULTURA GERMÁNICA	COMPETENCIAS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN	LENGUAJE EN LOS MEDIOS	NARRATIVA	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	PSICOLOGÍA	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
MÉTODOS DE ESTUDIO	COMUNICACIÓN	TECNICA DE REDACCIÓN	INFORMACIÓN EN EL SIGLO XXI	PSICOLOGÍA DE LA LENGUAJE	PSICOLOGÍA	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
		HISTORIA DE LOS MEDIOS			INGLÉS	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	INGLÉS EN COMUNICACIONES	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
		ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN				TALLER DE RELACIONES INSTITUCIONALES	TALLER DE RELACIONES PÚBLICAS	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
					ELECTIVO I	ELECTIVO II	ELECTIVO III	ELECTIVO IV	ELECTIVO V

Área Adidógica
 Área de Cultura General
 Área de Actividades
 Área de Investigación
 Área Profesional
 Área de Práctica Preprofesional





CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P16

CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRE GRADO

OBJETIVOS ACADÉMICOS

- Formar profesionales que sustenten su ejercicio profesional en la investigación rigurosa de la realidad, la sensibilidad social, el respeto por la identidad y alteridad culturales con la finalidad de desarrollar una transmisión objetiva del mensaje; correcta opinión pública, creatividad apropiada y el ejercicio ético y responsable de la profesión.

PERFIL PROFESIONAL

La comunicadora profesional de la UNIFE posee una formación humanista, científica y tecnológica que le permite dirigir, difundir e interpretar con un alto sentido ético, los discursos en Publicidad, Periodismo, Comunicación Organizacional y Comunicación para el Desarrollo; además, diseña, ejecuta y lidera propuestas desde la perspectiva comunicacional mediante el uso de medios audiovisuales y tecnológicos orientados a contribuir con el desarrollo de la comunidad aplicando criterios de calidad, equidad y de responsabilidad social.

CUALIDADES

- Habilidades sociales y comunicativas.
- Pensamiento crítico.
- Conducta ética.
- Capacidad para la toma de decisiones. • Disposición para el trabajo en equipo.
- Capacidad de autocontrol.
- Capacidad para comunicarse de forma oral y escrita.
- Conocimiento de cultura general.

ESTUDIOS

La carrera comprende diez ciclos regulares: los cuatro primeros corresponden a Estudios Generales y de Pre-Especialidad, los seis ciclos siguientes son estudios de Formación Profesional, donde se desarrollan las áreas de: periodismo, publicidad, audiovisuales, comunicación organizacional y comunicación para el desarrollo. Se da una gran importancia a la planificación estratégica, especialmente, en el desarrollo de proyectos de comunicación para segmentos sociales necesitados.

Durante los dos últimos ciclos académicos, la Dirección de la Escuela desarrolla un plan de prácticas pre profesionales internas y externas.



GRADO Y TÍTULO PROFESIONAL

- Grado Académico de Bachiller en Ciencias de la Comunicación, al concluir satisfactoriamente los diez ciclos de estudios; acreditar un nivel intermedio del idioma extranjero, de preferencia inglés; y sustentar un trabajo de investigación.
- Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, se puede obtener a través de dos modalidades:
Modalidad A
Formulación y sustentación de una tesis
Modalidad B:
Trabajo Post-Experiencia Laboral de tres años

CAMPO OCUPACIONAL

- Empresas privadas y públicas que posean un departamento u oficina de comunicaciones o de imagen.
- Empresas periodísticas (diarios, revistas, radio, televisión y digitales).
- Agencias de Publicidad.
- Centro de Producción Audiovisual.
- Oficinas de imagen institucional públicas y de empresas privadas.
- Organizaciones No Gubernamentales (ONG).
- Organizaciones sociales de base para el desarrollo de campañas de promoción informativa en el campo de la educación, salud y otros.
- Docencia e investigación universitaria.
- Empresas propias.



RESOLUCIÓN RECTORAL N° 023-2015-CU

LA RECTORA DE LA
UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZÓN

VISTO: el acuerdo del Consejo Universitario y los documentos que lo sustentan.

CONSIDERANDO:

- Que, el Consejo Universitario ha tomado conocimiento de la propuesta de los Decanos (as) y del Director de la Escuela de Postgrado sobre las modificaciones curriculares de las siguientes Escuelas Profesionales:

- Escuela Profesional de Psicología (Horario regular y Horario Diferenciado);
- Escuela Profesional de Educación Inicial;
- Escuela Profesional de Educación Especial, con las especialidades de
 - Audición, Lenguaje y Aprendizaje;
 - Discapacidad Intelectual y Multidiscapacidad;
- Escuela Profesional de Educación Primaria;
- Escuela Profesional de Educación Primaria con mención en el Idioma Inglés;
- Escuela Profesional de Traducción e Interpretación (Horario regular y Horario diferenciado);
- Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación;
- Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas y Gestión de Tecnologías de Información;
- Escuela Profesional de Nutrición y Dietética (Horario regular y Horario diferenciado);
- Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales;
- Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas;
- Escuela Profesional de Derecho (Horario regular y Horario diferenciado);
- Escuela Profesional de Arquitectura;

Escuela de Postgrado:

- Programa Académico de Maestría en Educación con mención en:
 - Autoevaluación, Acreditación y Certificación Profesional,
 - Diseño y Gestión Curricular e Innovación del Aprendizaje,
 - Docencia Universitaria,
 - Gestión Directiva Educacional,
 - Problemas de Aprendizaje,- Tecnología Educativa,
- Programa Académico de Maestría en Psicología con mención en:
 - Diagnóstico e Intervención Psicoeducativa,
 - Psicología de la Salud,
 - Prevención e Intervención en Niños y Adolescentes,
 - Psicología Empresarial;
- Programa Académico de Maestría en Derecho con mención en:
 - Derecho de Familia;
- Programa Académico de Maestría en Nutrición y Dietética con mención en:
 - Ciencias de la Nutrición y Alimentación Humana;
- Programa Académico de Doctorado en Educación;
- Programa Académico de Doctorado en Psicología.

- Que, es política de la UNIFE, velar por la excelente calidad en la formación integral de sus alumnas;

- Que, en mérito a lo expuesto, el Consejo Universitario, ha decidido aprobar las citadas modificaciones.

Estando a lo acordado por el Consejo Universitario en su sesión N° 1177 del 28 de enero de 2015, de conformidad con lo establecido en los artículos de la Ley Universitaria 30220, del Estatuto de la UNIFE N° 17, N° 19 y demás dispositivos legales vigentes.

