

IV. FORMATO DE REGISTRO DE LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

| LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN | | |
|--|--|--|
| ÁREA | LÍNEA DE INVESTIGACIÓN | TEMAS |
| Ciencias de la Comunicación | <p>MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SUS CONTENIDOS</p> <p>En esta línea de investigación se desea llevar a cabo el análisis crítico de los soportes mediáticos (analógicos y digitales) para conocer la codificación de la información sobre determinados temas y las representaciones publicitarias sobre productos y servicios. Por lo tanto, se investigará la problemática relacionada con los lenguajes, discursos y estrategias mediáticos, los procesos de producción comunicativa, la calidad de los mensajes, la narrativa periodística y publicitaria en espacios analógicos y digitales.</p> | <p>Análisis de textos audiovisuales, sonoros y visuales.</p> <p>Análisis de discursos, relatos, géneros y contenidos informativos en espacios digitales.</p> <p>Creación y difusión de contenidos en redes sociales y plataformas digitales.</p> |
| | <p>PROCESOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL</p> <p>La digitalización de la comunicación, producto de las nuevas tecnologías, internet, redes sociales o teléfonos móviles, han producido en las audiencias nuevas maneras de comunicarse, relacionarse y expresarse. De allí que dicho proceso requiere ser estudiado, considerando la interacción, la inmediatez y la proximidad en el marco de una participación activa de las audiencias que, en la actualidad, se han convertido en productoras y consumidoras de discursos (prosumidores) Es por ello, que esta línea de investigación pretende centrar sus estudios en los procesos de innovación comunicativa, así como en el consumo de propuestas digitales.</p> | <p>Evaluación de producción de medios hiper y transmedia (social media, celulares y dispositivos móviles).</p> <p>Estudios sobre el consumo y recepción de discursos periodísticos.</p> <p>Estudios sobre la influencia de las redes sociales que difunden informaciones.</p> <p>Ciberperiodismo y nuevas tecnologías.</p> <p>Estudios de género en los medios periodísticos digitales.</p> |
| | Periodismo | |

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

| ÁREA | LÍNEA DE INVESTIGACIÓN | TEMAS |
|-----------------------------|--|---|
| Ciencias de la Comunicación | <p>MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SUS CONTENIDOS</p> <p>En esta línea de investigación se desea llevar a cabo el análisis crítico de los soportes mediáticos (analógicos y digitales) para conocer la codificación de la información sobre determinados temas y las representaciones publicitarias sobre productos y servicios. Por lo tanto, se investigará la problemática relacionada con los lenguajes, discursos y estrategias mediáticos, los procesos de producción comunicativa, la calidad de los mensajes, la narrativa periodística y publicitaria en espacios analógicos y digitales.</p> | <p>Análisis de textos audiovisuales, sonoros y visuales.</p> <p>Análisis de discursos, relatos, géneros y contenidos publicitarios en espacios digitales.</p> <p>Creación y difusión de contenidos publicitarios en redes sociales y plataformas digitales.</p> |
| | <p>PROCESOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL</p> <p>La digitalización de la comunicación, producto de las nuevas tecnologías, internet, redes sociales o teléfonos móviles, han producido en las audiencias nuevas maneras de comunicarse, relacionarse y expresarse. De allí que dicho proceso requiere ser estudiado, considerando la interacción, la inmediatez y la proximidad en el marco de una participación activa de las audiencias que, en la actualidad, se han convertido en productoras y consumidoras de discursos (prosumidores) Es por ello, que esta línea de investigación pretende centrar sus estudios en los procesos de innovación comunicativa, así como en el consumo de propuestas digitales.</p> | <p>Evaluación de producción de medios hiper y transmedia (social media, celulares y dispositivos móviles).</p> <p>Estudios sobre el consumo y recepción de discursos.</p> <p>Estudios sobre la influencia de las redes sociales que difunden discursos publicitarios.</p> <p>Estudios sobre la influencia de los medios y sus contenidos en las audiencias.</p> <p>Estudios de género en los espacios publicitarios digitales.</p> |
| Desarrollo | <p>PROYECTO COMUNICACIONAL DESARROLLO SOCIAL</p> <p>Esta línea de investigación estudia, evalúa y/o propone los procesos comunicacionales de</p> | <p>Proyectos Sociales con componente comunicativo enfocado en el medio ambiente.</p> |

| LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN | | | |
|--|------------------------|--|---|
| ÁREA | LÍNEA DE INVESTIGACIÓN | TEMAS | |
| Ciencias de la Comunicación | Desarrollo | empoderamiento personal y colectivo para el cambio social, que aportan al cumplimiento de las agendas de desarrollo: locales, nacionales e internacionales, principalmente en los temas de educación, medio ambiente, salud, género, gobernabilidad, pobreza y tecnologías de la información. | Campañas comunicativas para el cambio social enfocado en la salud e igualdad de género . |
| | | | Programas de responsabilidad social y sostenibilidad con componente comunicativo. |
| | | | Proyectos comunicacionales en espacios educativos que buscan el desarrollo social. |
| | Organizacional | <p align="center">PROYECTOS Y ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES</p> <p>Esta línea de investigación, estudia, analiza y evalúa los procesos de comunicación que se llevan a cabo en el entorno de las organizaciones no solo empresariales, sino también en las entidades públicas o privadas sin fines de lucro. Incluye tanto los procesos comunicativos internos, así como los externos que permitan a las organizaciones dialogar con todos sus colaboradores y aliados</p> | Planes de comunicación interna que buscan la mejora de las condiciones laborales . |
| | | | Estrategias de marketing. |
| | | | Campañas Publicitarias. |
| | | | Estrategias de imagen corporativa. |
| | | | Campañas de responsabilidad social con componente comunicativo. |
| | | | Evaluación de procesos de producción comunicativa. |
| | | | Comunicación de crisis y prevención de conflictos. |
| | Audiovisuales | <p align="center">MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SUS CONTENIDOS</p> <p>En esta línea de investigación se desea llevar a cabo el análisis crítico de los soportes mediáticos (analógicos y digitales) para conocer la codificación de la información sobre determinados temas y las representaciones publicitarias sobre productos y servicios. Por lo tanto, se investigará la problemática relacionada con los lenguajes, discursos y estrategias mediáticos, los procesos de producción comunicativa, la calidad de los mensajes, la narrativa periodística y publicitaria en espacios analógicos y digitales</p> | Estrategias de comunicación externa y su relación con los stakeholders |
| | | | Análisis de textos audiovisuales, sonoros y visuales. |
| | | | Estudios de narrativas audiovisuales, sonoras y visuales. |
| | | | Contenido transmedia: social media, celulares y dispositivos móviles. |
| | | | Creación y difusión de contenidos en redes sociales y plataformas digitales. |

| LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN | | |
|--|---|---|
| ÁREA | LÍNEA DE INVESTIGACIÓN | TEMAS |
| | PROCESOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL La digitalización de la comunicación, producto de las nuevas tecnologías, internet, redes sociales o teléfonos móviles, han producido en las audiencias nuevas maneras de comunicarse, relacionarse y expresarse. De allí que dicho proceso requiere ser estudiado, considerando la interacción, la inmediatez y la proximidad en el marco de una participación activa de las audiencias que, en la actualidad, se han convertido en productoras y consumidoras de discursos (prosumidores) Es por ello, que esta línea de investigación pretende centrar sus estudios en los procesos de innovación comunicativa, así como en el consumo de propuestas digitales. | Evaluación de producción de medios hiper y transmedia (social media, celulares y dispositivos móviles). |
| | | Estudios sobre el consumo y recepción de discursos. |
| | | Estudios sobre la influencia de las redes sociales. |
| | | Estudios sobre la influencia de los medios y sus contenidos en las audiencias. |

La Molina, 14 de noviembre del 2022

Aprobado en sesión N° 521 de Consejo de Facultad de Traducción, Interpretación y Ciencias de la Comunicación de fecha 14 de noviembre del 2022.

DECANA
FACULTAD DE TRADUCCIÓN, INTERPRETACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DIRECTORA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

9^o B° 2/12/2022