

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE
PIURA**

ESCUELA DE POSGRADO



PLAN CURRICULAR

P51

**MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL

INTRODUCCIÓN

La Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Piura desde su creación hasta hoy se ha ido posicionando en el ámbito intelectual como una de las mejores en la región y el país. Para ello, ha organizado una serie de maestrías y doctorados en diferentes secciones. Una de ellas es el Programa de Maestría en Ciencias de la Comunicación con mención en Comunicación Social adscrito a la Facultad de Ciencias Sociales y Educación, cuyo currículo se presenta a continuación.

1. JUSTIFICACIÓN

La carrera de Comunicación es ofertada en la Región Piura por dos universidades: Universidad de Piura (UDEP) y Universidad Nacional de Piura (UNP) así como por dos filiales: Universidad Alas Peruanas y Antenor Orrego. A ellas se suma la oferta virtual de universidades como Señor de Sipán y Universidad César Vallejo entre otras.

Sin embargo, la diferencia de la oferta académica se encuentra en el enfoque que se da a la formación. En la UDEP, la Facultad de comunicación que nació en 1969 y actualiza su plan de estudios en forma periódica, actualmente ofrece cuatro programas de estudio: Comunicación, Comunicación de marketing, Periodismo y Comunicación Audiovisual que al ciclo 2015-II contaba con 507 alumnos cuya mayor proporción estudiaba Comunicación (264) y Comunicaciones de marketing (121). Entre el 2008 y 2010, 1042 egresados, obtuvieron el grado de Bachiller. Las tres dimensiones sobre las que desarrolla sus actividades son: atractivita, competitividad y unidad. Ofrece una maestría en Comunicación estratégica de las organizaciones y otra en Gestión y comunicación de empresas de moda, ambas en el campus Lima. En Piura, este año realiza un diplomado de Comunicación Corporativa y Desarrollo Sostenible cuyo costo es de 6 mil 500 soles.

La Universidad Alas Peruanas Filial Piura también, brinda la carrera de Comunicación desde el año 2005, de la cual han egresado cinco promociones. Oferta una maestría en Comunicación para el Desarrollo, pero en Lima, en Piura no ha entrado en funcionamiento.

La filial en Piura de la Universidad Antenor Orrego aún no tiene promoción de egreso, pero oferta una maestría en Periodismo, que tampoco ha iniciado actividades en Piura, pero sí la desarrolla en Trujillo.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación nació en 1999 con el nombre de Escuela de Ciencia y Tecnología de la Comunicación. Al ciclo 2016-I cuenta con 537 estudiantes egresado 11 promociones. A partir de 2011 se ofertó la Maestría Ciencias de la Comunicación Social con mención en Comunicación Social como parte de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación como una forma de cubrir la demanda de este servicio en Piura. La

selección de la mención se realizó sobre la base de un grupo focal con 50 egresados de la carrera profesional de las distintas universidades y filiales.¹

La Maestría en Ciencias de la Comunicación con mención en Comunicación Social se enmarcó en la Ley Universitaria y se adecuó como maestría de especialización, pero debe tenerse en cuenta que la norma promueve la investigación como una función esencial y obligatoria para la producción de conocimiento y el desarrollo de tecnología que permitan contribuir a resolver las necesidades sociales nacionales.

Sin embargo, en los tres años de funcionamiento, el porcentaje de estudiantes graduados es reducido debido a factores como la insuficiente formación en investigación en comunicación en el pregrado y a que el diseño inicial de la maestría, se dirigió sobre todo a fortalecer el área de especialidad.

Por lo cual, es conveniente replantear el diseño curricular bajo la definición de comunicación social como la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos que como resultado de la investigación formule propuestas o aplique estrategias y herramientas que permitan empoderar a la sociedad en busca del cambio social.

2. FUNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA

Pretende formar profesionales facilitadores de procesos comunicativos que incluyan el uso de nuevas tecnologías, además de desarrollar competencias que les permitan a los participantes conocer, saber seleccionar, utilizar, evaluar, perfeccionar y recrear o crear estrategias de intervención y gestión de la Investigación en Comunicación Social.

En este sentido se sustenta y fundamenta en:

2.1. Visión humanista de la educación

Humanismo Integral orientado hacia el logro de las dimensiones de la persona; a nivel individual en la búsqueda de la perfección y la libertad para alcanzar niveles en lo material, intelectual y moral.

¹Rediseño del plan curricular de la maestría de Comunicación Social 2015

2.2 Valoración de la diversidad

Como elemento enriquecedor del proceso de enseñanza-aprendizaje y en consecuencia favorecedor del desarrollo humano:

2.3. Énfasis en el componente intercultural

Reconoce el derecho de todas las personas a recibir una educación de calidad sin ningún tipo de discriminación cultural, social o económica, en un clima de respeto, tolerancia y solidaridad en el que se despliegue un proceso educativo que permita a cada uno desarrollar su proyecto de vida.

2.4. Equidad educativa

Como principio que ofrezca las mismas oportunidades al hombre como a la mujer.

2.5. Desarrollo del pensamiento complejo

Como una epistemología que busca orientar la construcción del conocimiento y comprensión sobre los fenómenos, analizando el tejido de relaciones entre las partes configurantes, teniendo en cuenta el todo.

2.6. Enfoque socioformativo o enfoque complejo

Sintetiza la concepción de formación humana integral que postula personas íntegras, integrales y competentes para afrontar los retos - problemas del desarrollo personal, la vida en sociedad, el equilibrio ecológico, la creación cultural artística y la actuación profesional – empresarial.

2.7. Proceso de enseñanza y aprendizaje

Centrado en el estudiante y con una visión cognitiva que pone de relieve el enriquecimiento de las estructuras cognitivas que transformen el ser de la persona.

2.8. Visión inter, multi y transdisciplinaria

Visión que favorece la especialización, la orientación hacia la investigación a través de sistemas de innovación (campos tecnológicos, incubadoras de empresas, etc.), la dinámica internacional de trabajo en red,

diferenciación docente y la incorporación de componentes no presenciales y tecnológicos de la educación.

2.9. Trabajo educativo de desarrollo de competencias profesionales

Para el logro de perfiles acordes con las necesidades laborales y profesionales de la sociedad y el mundo del trabajo.

2.10. Enfoque de desarrollo humano y desarrollo sostenible

Con el fin de lograr el bienestar de toda la población, pero cuidando y preservando el entorno natural para que sea disfrutado por las generaciones futuras.

3. OBJETIVOS ACADÉMICOS

- Fortalecer la formación profesional especializada de los comunicadores en la dirección de programas, planes y proyectos en el campo de la comunicación social y comunicación para el desarrollo.
- Propiciar la realización de trabajos de investigación referidos al campo de la comunicación social para generar conocimientos y contribuir a solucionar problemas de desarrollo social de la región y el país.
- Promover la formación de equipos profesionales de comunicadores y otros profesionales que lideren el desarrollo social de la región y el país.

4. PERFIL DEL INGRESANTE

El ingresante para ser admitido al Programa de Maestría en Ciencias de la Comunicación con mención en Comunicación Social debe cumplir con los requisitos exigidos según norma vigente de la Universidad Nacional de Piura alineada a la Ley Universitaria 30220.

5. PERFIL DEL EGRESADO

El Maestro en Ciencias de la Comunicación con mención en Comunicación Social egresado en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Piura posee las siguientes competencias:

- Formula, diseña, ejecuta y evalúa con solvencia y creatividad procesos de comunicación respetando a las personas y sus prácticas sociales, la realidad del medio, los derechos humanos, así como tomando en cuenta los avances de la ciencia y la tecnología.
- Formula, diseña, ejecuta y evalúa proyectos de investigación sobre los procesos de comunicación en la realidad multicultural desde las perspectivas interdisciplinaria, multidisciplinaria y transdisciplinaria.
- Formula, diseña, ejecuta y evalúa estrategias de comunicación para contribuir al logro de las políticas de desarrollo humano.

6. DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS POR ÁREAS

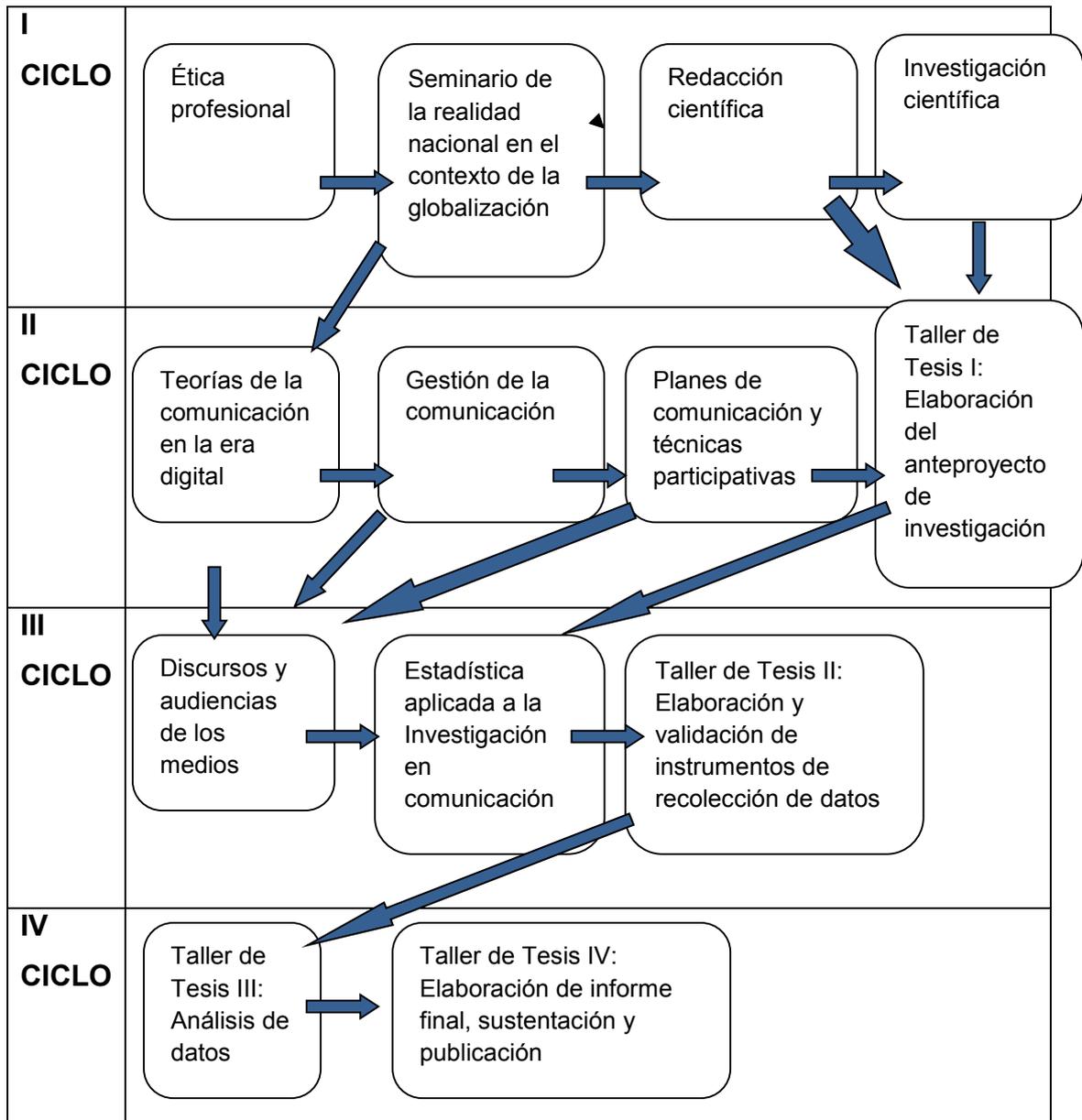
Comprende tres Áreas Curriculares: cultura, especialización e investigación y trece asignaturas, distribuidas de la siguiente manera:

N°	ÁREA CURRICULAR	ASIGNATURAS	%
01	Cultura	1. Ética profesional 2. Seminario de la realidad nacional en el contexto de la globalización	15
02	Especialización	3. Teorías de la comunicación en la era digital 4. Gestión de la comunicación 5. Planes de comunicación y técnicas participativas 6. Discursos y audiencias de los medios	45
03	Investigación	7. Redacción científica 8. Investigación científica 9. Estadística aplicada a la Investigación en comunicación 10. Taller de Tesis I: Elaboración del anteproyecto de investigación 11. Taller de Tesis II: Elaboración y validación de instrumentos de recolección de datos 12. Taller de Tesis III: Análisis de datos 13. Taller de Tesis IV: Elaboración de informe final, sustentación y publicación	40

7. PLAN DE ESTUDIOS

I CICLO	CRÉD	CÓDIGO	HT	HP	TOTAL
ÉTICA PROFESIONAL	3	DG 1313	48	0	48
SEMINARIO DE LA REALIDAD NACIONAL EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN	3	DG 1314	48	0	48
REDACCIÓN CIENTÍFICA	3	DG 1315	48	0	48
INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	4	DG 1416	64	0	64
SUB TOTAL:	13		208	0	208
II CICLO	CRÉD	CÓDIGO	HT	HP	TOTAL
TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL	3	DG 2313	48	0	48
GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN	3	DG 2314	48	0	48
PLANES DE COMUNICACIÓN Y TÉCNICAS PARTICIPATIVAS	3	DG 2315	48	0	48
TALLER DE TESIS I: ELABORACIÓN DEL ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN	4	DG 2416	32	64	96
SUB TOTAL:	13		176	64	240
III CICLO	CRÉD	CÓDIGO	HT	HP	TOTAL
DISCURSOS Y AUDIENCIAS DE LOS MEDIOS	3	DG 3308	48	0	48
ESTADÍSTICA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	3	DG 3309	48	0	48
TALLER DE TESIS II: ELABORACIÓN Y VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	6	DG 3604	48	96	144
SUB TOTAL:	12		144	96	240
IV CICLO	CRÉD	CÓDIGO	HT	HP	TOTAL
TALLER DE TESIS III: ANÁLISIS DE DATOS	6	DG 4607	48	96	144
TALLER DE TESIS IV: ELABORACIÓN DE INFORME FINAL, SUSTENTACIÓN Y PUBLICACIÓN	6	DG 4608	48	96	144
SUB TOTAL:	12		96	192	288
TOTAL: CRÉDITOS	50		624	352	976

8. MALLA CURRICULAR



9. SUMILLAS

9.1. Área: cultura

9.1.1. Ética profesional

Es un curso teórico-práctico a través del cual se pretende, a partir de los derechos fundamentales de las personas, reconocidas por su dignidad como seres humanos, realizar un análisis de los problemas reales que se presentan en la gestión de los asuntos públicos a través de los medios de comunicación tradicionales y no tradicionales, así como de las responsabilidades tanto personales como institucionales.

9.1. 2. Seminario de la realidad nacional en el contexto de la globalización

Es un curso que promueve la discusión entre los estudiantes y busca estimular y profundizar el análisis desde el punto de vista de los comunicadores sobre las políticas públicas y su concreción en la vida diaria de la población, en relación con los procesos de comunicación e información que deben darse entre el Estado y la sociedad.

9.2. Área: especialización

9.2.1 Teorías de la comunicación en la era digital

Los avances tecnológicos han modificado los procesos de comunicación y generado nuevas formas de interacción y codificación de los mensajes. En este sentido, las teorías y los modelos de la comunicación evolucionan, se modifican o se cuestionan, en un proceso que requiere del análisis y la reflexión el impacto en las personas y en la sociedad.

9.2.2 Gestión de la comunicación

La comunicación en las organizaciones debe ser un proceso eficaz por lo que es necesario conocer y analizar los modelos de las organizaciones, la evolución de conceptos como marca, identidad, imagen en los entornos digitales y medios interactivos, así como la forma de planificar las acciones para alcanzar los objetivos trazados y la diferencia entre los grupos de interés y las audiencias.

9.2.3 Planes de comunicación y técnicas participativas

Orientada a la comunicación para el desarrollo, la asignatura desarrolla la metodología para la construcción de planes de comunicación participativos para la resolución de problemas con énfasis en acciones comunicativas que la comunidad pueda desarrollar y el uso de medios alternativos o tradicionales, así como el conocimiento de técnicas participativas.

9.2.4 Discursos y audiencias de los medios

Los contextos socioculturales son importantes para conocer y entender al interlocutor en los procesos de comunicación a través de los medios, comprender sus construcciones discursivas y estéticas en los mensajes permite abordar el análisis de las audiencias y los públicos con respecto a la forma en que reciben y consumen los medios masivos.

9.3. Área: investigación

9.3.1 Redacción científica

Es un curso teórico práctico que pretende brindar los conocimientos y la comprensión del proceso del discurso académico-científico, dotando a los estudiantes de herramientas conceptuales y procedimientos que le ayuden a redactar un texto científico.

9.3.2 Investigación científica

De naturaleza teórica y práctica, el curso pretende que el estudiante desarrolle sus habilidades investigativas y el pensamiento crítico en los procesos comunicacionales proporcionándole los conocimientos sobre las teorías, métodos y técnicas necesarias para fundamentar un proyecto de investigación en comunicación social.

9.3.3 Taller de Tesis I: Elaboración del anteproyecto de investigación

La determinación del tema, el enfoque, la metodología y el planteamiento del problema son la base de la investigación en comunicación, por lo que se requiere que el maestrista conozca, reconozca y cumpla estas etapas en la formulación de un anteproyecto.

9.3.4 Estadística aplicada a la Investigación en comunicación

La asignatura teórico práctica pretende familiarizar al maestrista en el uso de las bases de datos para la producción de información periodística (periodismo de precisión), la interpretación de resultados estadísticos (encuestas, sondeos, evaluaciones, entre otros) así como el conocimiento de la estadística descriptiva e inferencial para el desarrollo de la tesis.

9.3.5 Taller de Tesis II: Elaboración y validación de instrumentos de recolección de datos

Se centra en la elaboración y validación de instrumentos para la recolección de datos del proyecto que desarrolla el maestrista luego de identificarse, conceptualizarse y operacionalizarse las variables y haberse definido los indicadores, el tipo y diseño de investigación y la muestra o unidades de análisis.

9.3.6 Taller de Tesis III: Análisis de datos

La información recolectada a través de los instrumentos elegidos, diseñados y validados es procesada para dar origen a los resultados y analizada para proceder al análisis y discusión ya sea que forme parte del método cualitativo o cuantitativo.

9.3.7 Taller de Tesis IV: Elaboración de informe final, sustentación y publicación

La asignatura comprende la revisión del avance, la redacción del informe final, la sustentación del maestristas y la publicación del artículo científica en el cual se reseña la investigación realizada.

10. MODELO DE SÍLABO PARA ASIGNATURAS

El sílabo es una herramienta de planificación y organización de actividades, cumple con tres funciones básicas:

- Pedagógica: permite dosificar procesos pedagógicos para promover procesos cognitivos.
- Comunicación: informa a los estudiantes sobre el desarrollo de la asignatura y los logros de aprendizaje.
- Gestión: organiza el trabajo a desarrollar



UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

ESCUELA DE POSGRADO

UNIDAD DE POSGRADO DE LA FCCSSE

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS DE

LA COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL



SÍLABO

1. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. ASIGNATURA :
- 1.2. CÓDIGO :
- 1.3. SEMESTRE ACADÉMICO :
- 1.4. CICLO :
- 1.5. CRÉDITOS :
- 1.6. DURACIÓN :
 - a. FECHA DE INICIO :
 - b. FECHA DE TÉRMINO :
- 1.7. DOCENTE :
- 1.8. EMAIL :
- 1.9. CAMPUS VIRTUAL EPG : <http://www.epgunp.com/moodle/>

2. FUNDAMENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA SIGNATURA

Debe contener:

- a) La finalidad de la asignatura
- b) Los rasgos del perfil de egreso que contribuye a lograr, partiendo de los criterios de desempeño.
- c) Los desempeños del estudiante en relación al desarrollo de la capacidad investigativa y actitudes.
- d) La descripción general del desarrollo de la asignatura.

3. COMPETENCIA

Tobón (2006) conceptualiza la **competencia** como “procesos complejos de desempeño con idoneidad en determinados contextos, teniendo como base la responsabilidad”; entonces debe **expresar el desempeño**: capacidad

efectiva y actitudes de dimensión amplia que los estudiantes serán capaces de mostrar haber adquirido.

Ejemplo:

ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA		
1. VERBO	2. OBJETO	3. CONDICIÓN DE CALIDAD
Señala la acción del desempeño. Debe referirse a una actuación observable o medible.	Es una situación concreta sobre la cual recae la acción.	Es el criterio o criterios que se tienen como referencia para evaluar la acción sobre el objeto.
Elabora	Un programa de enseñanza aprendizaje	Enfoque de competencias.
COMPETENCIA: Elabora un programa de enseñanza aprendizaje basado en el enfoque de competencias.		

4. PROGRAMACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE:

Se organizan los contenidos en unidades de aprendizaje, según la lógica de logro de competencia y sus respectivas capacidades.

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1:
(Número y nombre de la unidad de aprendizaje)

CAPACIDADES:	
(Habilidades que posibilita la articulación de saberes para actuar e interactuar en determinadas situaciones)	
CONTENIDOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

(Lo que los estudiantes deberían saber o comprender como resultado del proceso de aprendizaje)	(Son todas aquellas tareas que debe realizar el estudiante para alcanzar el aprendizaje, dicho en otras palabras, son las experiencias que desarrolla el estudiante para adquirir los conceptos y las habilidades que determinen su aprendizaje. Debe enfatizarse actividades de investigación y aplicación de saberes)
<p>ACTITUDES (Forma de actuar, el comportamiento que emplea el estudiante para hacer las cosas).</p>	

5. METODOLOGÍA

- Métodos, procedimientos y técnicas deben ser seleccionados en función a la naturaleza y propósitos de la asignatura.
- Debe propiciarse la participación activa de los estudiantes en la construcción de sus aprendizajes y el desarrollo de sus capacidades a través de métodos activos como: Aprendizaje Basado en Problemas (ABP), Estudios de casos, trabajo en equipo, trabajos de investigación de campo bibliográfica, prácticas de laboratorio, simulaciones, prácticas en escenario real.
- Debe promoverse el aprender haciendo y la investigación de manera transversal como una estrategia de generar aprendizajes.
- Debe promoverse los procedimientos de aprendizaje interactivos.

6. EVALUACIÓN

Se evidencia como un proceso sistemático, continuo e integral a través de:

6.1. Requisitos de aprobación: Ejemplo:

- La asistencia para la evaluación respectiva debe ser del 70%.
- Presentar puntualmente las actividades propuestas.

6.2. Productos acreditables:

Evidencia del resultado de un trabajo u operación, que cumple condiciones y criterios establecidos para su evaluación.

Ejemplo:

- Matriz de consistencia
- Informe de visita
- Proyecto de investigación
- Investigación bibliográfica

6.3. Matriz de evaluación

COMPETENCIA	CAPACIDADES	INDICADORES	PRODUCTOS O EVIDENCIAS	PONDERADOS
TOTAL				100 %

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS (según normas APA). Ejemplo:

Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. (5ta Edición). México: Mc Graw Hill.

Zavala, S. (2012). Guía en la redacción del estilo APA, 6ta edición. Recuperado de <http://www.suagm.edu/umet/biblioteca/pdf/GuiaRevMarzo2012APA6taEd.pdf>

11. MODALIDAD DE LA MAESTRÍA

La modalidad de estudios de la Maestría en Ciencias de la Comunicación con mención en Comunicación Social es presencial con clases teóricas y prácticas. Tiene una duración de cuatro (04) semestres académicos con cuatro (04) asignaturas en el primer y segundo ciclo; tres (03) en el tercer ciclo y dos (02) en el último haciendo un total de 13 cursos y 50 créditos.

Las horas de teoría se desarrollan los fines de semanas y las horas de práctica de lunes a viernes. Estas últimas horas deben estar claramente definidas en el silabo

Por otro lado, las sesiones de aprendizaje se desarrollan a través de clases magistrales; discusión de casos, exposiciones individuales y en equipo, foros de discusión, etc. Se motiva constantemente la participación de los maestrantes con el fin de incentivar la reflexión crítica de los fenómenos analizados.

También, un requisito indispensable del proceso enseñanza-aprendizaje y de la aprobación de una asignatura es haber asistido por lo menos, al 75% de las sesiones de trabajo programadas.

12. LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

La metodología privilegia la comunicación e interacción entre los actores educativos para dialogar con profundo sentido crítico, sobre el contexto social. Para ello, utiliza la estrategia de exposición – diálogo, estrategias activas y colaborativas, el ABP (Aprendizaje Basado en Problemas), estudio de casos, trabajo de campo, el método de proyectos, técnicas participativas, etc. Promueve el aprendizaje colaborativo.

El Programa Maestría en Ciencias de la Comunicación con mención en Comunicación Social otorga especial relevancia a la investigación social en la medida que le permite al comunicador desarrollar una intervención activa en la realidad social proponiendo estrategias y proporcionando herramientas de empoderamiento a través de procesos de comunicación.

13. SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL PROGRAMA

La evaluación de los participantes, estará señalada en cada sílabo y es responsabilidad del docente de cada asignatura. Será:

- Integral: porque toma en cuenta contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales del estudiante.
- Continua: engloba todo el proceso de aprendizaje (inicio, desarrollo y final)
- Sistemática: articula en forma estructurada y dinámica las acciones y los instrumentos que programa y utiliza.
- Evaluación basada en el enfoque por competencias, por lo que está basada en evidencias.

Evaluación del docente, al terminar el ciclo el participante evaluará el desempeño de los docentes a través de una ficha de evaluación.

Evaluación del programa, cada año la coordinación académica evaluará logros y dificultades de los diferentes aspectos y actores de los programas.

También, se aplican modelos de evaluación por criterio y norma. En cada uno de ellos resulta fundamental la selección y elaboración de instrumentos variados y modernos que respondan a la naturaleza de los contenidos, objetos de aprendizaje. En este sentido, se considera el uso de test, pruebas de desempeño, pruebas orales y escritas, listas de cotejo, controles de lectura, escalas de valoración y otros.

14. ESTRATEGIAS DE APLICACIÓN DEL PLAN CURRICULAR

Plan de estudios de Maestría en Ciencias de la Comunicación con mención en Comunicación Social			Plan de estudios de Maestría en Comunicación con mención en Comunicación Social	
Ciclo	Código	Asignatura	Código	Asignatura
I	DG 1313	Ética profesional		
	DG 1314	Seminario de la realidad nacional en el contexto de la globalización		
	DG 1315	Redacción científica		
	DG 1416	Investigación científica	ME 1429	Metodología de la investigación
II	DG 2313	Teorías de la comunicación en la era digital	ME 2426	Periodismo digital
	DG 2314	Gestión de la comunicación	ME 1431	Proyectos de comunicación
	DG 2315	Planes de comunicación y técnicas participativas	ME 1432	Técnicas participativas
	DG 2416	Tesis I: Elaboración del anteproyecto de investigación	ME 1434	Investigación social
III	DG 3308	Discursos y audiencias de los medios		

	DG 3309	Estadística aplicada a la Investigación en comunicación	ME 2425	Estadística
	DG 3604	Tesis II: Elaboración y validación de instrumentos de recolección de datos	ME 2422	Seminario de Tesis I
IV	DG 4607	Tesis III: Análisis de datos	ME 2429	Seminario de Tesis II
	DG 4608	Tesis IV: Elaboración de informe final, sustentación y publicación		

15. PLANA DOCENTE

Los docentes tienen grado de magíster y doctor, laboran en las diferentes facultades de la UNP y también participan docentes invitados de las universidades de Chiclayo y Trujillo, entre los que tenemos:

- Dr. Javier Gonzales
- Dra. Alina Antón
- Mag. Mariela Barrientos
- Mag. MsrcoRumiche
- Dr. Marco Arnao Vásquez
- Dr. Nemecio Nuñez Rojas
- Dr. Cosme Correa Becerra
- Mag. Juan Manuel Cortés Vásquez.
- Mag. Iván Fernando Eléspuru Landa.
- Dr. César Haro Díaz.
- Dra. Lilliam E. Hidalgo Benites.

- Dra. María Elena Huilca Flores.
- Dr. Juan José Jacinto Chunga.
- Dr. Silvia Elena Maticorena Campos.
- Dr. Luis Martín Ojeda Sosa.
- Mag. Micaela Aurora Pérez Gonzales.
- Mag. Margarita Herminia Távara Alvarado.
- Mag. Betzy Vegas Serrano.
- Mag. Rosa Amalia Villar Valladares.
- Mag. Manuel Burgos Cabrejos
- Mag. Lemin Abanto Cerna

16. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

Las clases se desarrollan en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Piura, Campus Universitario. Ubicado en la Urb. Miraflores, Av. s/n. Castilla – Piura.

Se utiliza la Biblioteca de la Escuela de Posgrado y el laboratorio de cómputo del Centro de Informática y Telecomunicaciones (CIT).

17. EQUIPO Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Cada aula trabaja con un proyector de multimedia, los estudiantes reciben un módulo y el sílabo impreso.

Reciben en sus correos o a través del aula virtual información adicional. Usan programas estadísticos y herramientas de entornos virtuales.

18. GRADUACIÓN

Al concluir los estudios, los maestrantes adquieren la condición de graduados según los requisitos exigidos en la norma vigente de la Universidad Nacional de Piura alineada a la Ley Universitaria 30220.

19. GRADO QUE OTORGA

Maestro en Ciencias de la Comunicación con mención en Comunicación Social.

20. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

LÍNEAS	DEFINICIÓN
Comunicación, política y ciudadanía	Las relaciones entre comunicación, educación, política, espacio público, procesos sociales y culturales, como articulaciones fundamentales para la democracia moderna requieren del análisis y de la comprensión de los investigadores de la comunicación, particularmente, de los procesos de producción, reproducción y transformación de representaciones y prácticas en el entorno social.
Prácticas sociales y procesos de producción de producción en comunicación	Estudia la variedad de formas de realización y difusión de los productos comunicacionales y su relación con las industrias culturales articulada por los medios masivos.
Comunicación y el discurso de los medios	Las narrativas (discursos publicitarios, la producción en los medios gráficos y audiovisuales, la representación escénica, etc.) inciden en la configuración de las identidades y en las prácticas sociales por lo que el estudio de la diversidad de los discursos, la variedad de formas de apropiación y la diversidad cultural permitirá observar el modo en que las personas construyen el mundo e interactúan con él, la colectividad y los medios de comunicación.
Comunicación e información para el desarrollo y el cambio social	La participación, la educación, el diseño social forman parte de esta línea de investigación puesto que promueven el empoderamiento ciudadano y la transformación social ya que atiende los procesos de comunicacionales e informacionales que contribuyen a las agendas del desarrollo (educación, medio ambiente, salud, género, gobernabilidad y ciencia).

Comunicación e información en las organizaciones	La gestión de las organizaciones especialmente en procesos críticos y de conflicto, cambio o evolución es el objeto de estudio de esta línea de investigación.
Comunicación, sociedad de la información y nuevas tecnologías	El espacio público ha sido reconfigurado por la reforma política, social y nuevos medios en contraste con sociedades donde aún se mantienen los medios y las formas de consumo tradicionales por lo que esta línea permite avanzar en uno de los dos temas o en ambos para contrastar y analizar su comportamiento.

21. ELABORACIÓN DE INFORMES DE INVESTIGACIÓN

El proceso de investigación científica concluye con la transmisión a los destinatarios interesados los aspectos más relevantes del mismo. Esto puede hacerse de modo oral en algunas ocasiones (diálogos, jornadas, congresos, seminarios, charlas, entre otros). Al culminar el programa se debe redactar el informe que dé cuenta de las actividades realizadas, de los resultados obtenidos, de las conclusiones a las que se ha llegado sobre la realidad estudiada.

El informe ha de servir como instrumento de comunicación. Esto significa que ha de transmitir un mensaje que sea entendido por quienes lo reciben y lo leen. Para ello es necesario cuidar el lenguaje utilizado en cuanto a su redacción y estilo. Este lenguaje, además de posibilitar ser comprendido por el receptor, ha de reflejar con exactitud las características, valores, vivencias, valoraciones, etc. de los sujetos que han participado en la investigación, sobre todo si se trata de una investigación cualitativa. Se recomienda utilizar un lenguaje natural, aunque incluya términos técnicos, que, además de ser entendible, refleje el rigor y seriedad de la investigación.

Los informes se harán de acuerdo a lo establecido en el reglamento de tesis de la EPG. Se promoverá su publicación en revistas científicas y especializadas en diversas temáticas, en boletines divulgativos. La redacción y grado de complejidad de estructuración del informe puede variar en función de

quién sea su destinatario: otros investigadores, responsables institucionales y políticos, docentes, educadores, ciudadanos en general, etc. Por eso, se puede diferenciar entre informes científicos, más orientados a la práctica o informes más divulgativos. En cualquier caso, se considera que un informe de investigación bien redactado ha de cumplir tres características básicas: ser científico, servir de instrumento de comunicación y ser útil.

El informe de investigación se redacta con un determinado estilo. Téngase presente que un informe no es un ensayo, sino un relato real de cómo y por qué se estudió un determinado problema y los resultados que se obtuvieron, sin ambigüedad. Leer publicaciones de una determinada área profesional ayudará a encontrar su estilo propio, sin embargo, es necesario tener presentes algunas indicaciones; sobre el particular, Pulgar y Thomas (1993:335-337), señalan:

- Redactar sólo una idea por párrafo. Deben evitarse frases largas u oraciones complicadas. Las oraciones cortas y sencillas resultan más fáciles de entender por los lectores. En otras palabras, se debe intentar comunicar y no adoptar poses.
- Las citas no se deben utilizar más de lo imprescindible, tratando de expresar las ideas con las propias palabras. Las citas se emplean sólo cuando es necesario transmitir con precisión las ideas de otro investigador, una definición o concepto fundamental, según su origen.
- El informe de investigación debe ser redactado utilizando tiempos verbales de pasado.
- Debe emplearse un estilo objetivo, evitando los pronombres personales siempre que sea posible.
- Apoyarse en ideogramas, tablas de síntesis, gráficas, figuras, etc. es un buen recurso de comunicación para facilitar la comprensión del informe.
- Desde un punto de vista ético, los investigadores tienen la obligación de publicar resultados honestos y exactos, no se trata de publicar a cualquier precio. De ahí que tengamos presente al menos lo siguiente:

- a. Los datos no deben manipularse o "guiarse". Son los obtenidos a través de los instrumentos de medida.
- b. Los datos o teorías no deben tomarse de otros y presentarse como propios.
- c. No deben ocultarse o ignorarse las limitaciones y problemas relativos a la realización de los estudios (falta de colaboración o implicación de los sujetos, con lo que puede implicar para la generalización del estudio y, por tanto, su validez externa)
- d. Los datos deberían analizarse e interpretarse con honestidad, evitándose sesgos de índole personal, ideológico-política o emocional.

22. CAMPO DE ACCIÓN DEL GRADUADO

El Maestro en Ciencias de la Comunicación con mención en Comunicación Social puede desempeñarse como gestor de la comunicación en empresas públicas y privada mediante la elaboración de planes comunicación y técnicas participativas así en los medios de información social.

También se encuentra capacitado para asesorar tesis de pregrado y posgrado, así como a empresas públicas y privadas que realizan trabajos de investigación científica en el campo de la comunicación social.

BIBLIOGRAFÍA

- Congreso de la República (2014). *Nueva ley universitaria N° 30220*. Lima – Perú.
- Consejo Nacional de Educación (2007). *Proyecto educativo nacional al 2021. La educación que queremos para el Perú*. www.cne.gob.pe Lima - Perú.
- Copare (2006). *Proyecto educativo regional de Piura*. Región Piura, gerencia regional de desarrollo social. Dirección regional de educación Piura.
- Proyecto Tuning América Latina*. recuperado de: http://tuning.unideusto.org/tuningal/index.php?option=com_frontpage&itemid=1
- Sineace (2009). *Modelo de calidad para la acreditación de carreras universitarias y estándares para la carrera de educación de Coneau*. Lima – Perú.
- Tobón, S. (2010). *Formación integral y competencias. Pensamiento complejo, currículo, didáctica y evaluación*. Tercera edición. Colombia. Eco ediciones Ltda.
- Universidad Nacional de Piura (2014). *Estatuto universitario*. Piura - Perú.
- Universidad Nacional de Piura (2015). *Modelo educativo UNP*. Piura - Perú