



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SYLLABUS

MODALIDAD NO PRESENCIAL

SÍLABO POR COMPETENCIAS

CURSO:

INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	Periodismo y Comunicación Audiovisual
Semestre Académico	2020-I
Código del Curso	154
Créditos	03
Horas Semanales	04 (02 HT -02 HP).
Ciclo	II
Sección	Única
Apellidos y Nombres del Docente	Dra. Kathelin Alexandra Lozano Vásquez
Correo Institucional	klozano@unjfsc.edu.pe
N° De Celular	969712274



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura corresponde al Bloque Formación Básica Profesional, busca familiarizar al estudiante con el universo vocabular propio del quehacer periodístico.

Se propone desarrollar en el alumno, la competencia que le permita analizar los géneros y técnicas periodísticas para identificar sus características y con ello establecer la más pertinente ante cada situación periodística.

Esta asignatura es teórico-práctica, la cual está dividida en cuatro unidades didácticas y está programada para desarrollarse en un total de 16 semanas.



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDACTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Argumenta sobre los orígenes del periodismo y su evolución	El periodismo y sus generalidades	4
UNIDAD II	El estudiante redacta una noticia usando las fuentes y contrastando las mismas para ofrecer el mensaje de un modo más atractivo y eficaz	El periodismo y su importancia en la practica	4
UNIDAD III	Analiza la crisis de los medios de comunicación y las asocia al desarrollo de las nuevas tecnologías	Crisis de los medios y Ciberperiodismo	4
UNIDAD IV	Creación de una marca personal como periodista en las redes	Redes sociales para periodistas	4



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN
IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.

NÚMERO	INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR LA ASIGNATURA.
1	Realiza una exposición sobre el periodismo y su evolución
2	Visitaran una empresa de comunicación y conocerán la organización de una empresa periodística evaluando sus fortalezas y debilidades
3	Genera un proceso de reflexión sobre el rol que cumplen los periodistas
4	Aplica los conocimientos y se observara la toma de decisiones para obtener la información
5	Define el uso del sensacionalismo en las noticias y su implicancia
6	Determina estrategias para el uso de las fuentes periodísticas en la contratación de las noticias
7	Distingue las implicancias del no uso de las fuentes periodísticas y los riesgos.
8	Reconoce a los nuevos medios de gran cobertura de hechos noticiosos
9	Reconoce la crisis de los medios de comunicación y busca alternativas de complementarse con las nuevas tecnologías.
10	Reconoce a internet como medio afín y vital en el quehacer profesional
11	Propone temas para hacer narrativas.
12	Propone temas para hacer reportajes multimedia con el uso de la narrativa transmedia
13	Crea una cuenta de Facebook como periodista
14	Diseña y usa recursos multimedia de Facebook para la redacción de notas etc.
15	Emplea correctamente las redes para sensibilizar a la ciudadanía sobre determinados temas
16	Emplea correctamente las redes para sensibilizar a la ciudadanía sobre determinados temas



V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS:

Unidad didáctica I	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Argumenta sobre los orígenes del periodismo y su evolución					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	1	Los orígenes del periodismo y su evolución	Lectura sobre la historia y visualización de video	Participa con lluvia de ideas	Expositiva (Docente/ Alumno) Uso del Google Meet	Realiza una exposición sobre el tema
	2	Los medios de comunicación: prensa: radio, televisión, internet	Expondrá en clase virtual como se organizan las empresas periodísticas. Diferencias etc.	Capacidad de organización y responsabilidad al momento de exposición	Debate dirigido (Discusiones) Foros, chat	Visitaran de manera virtual una empresa de comunicación y conocerán la organización de una empresa periodística evaluando sus fortalezas y debilidades
3	El periodista y clases de periodista	Se organizara una charla con periodistas para que cuenten sus experiencias y así el estudiante se aproximara al ejercicio de su profesión	Asumirá de manera crítica y responsable el rol que cumplen los periodistas en su labor diaria	Lecturas Uso de repositorios digitales	Genera un proceso de reflexión sobre el rol que cumplen los periodistas	
4	Creación de una sala de redacción simulando que estamos en una empresa periodística	Recrea en el aula virtual con la simulación de la mesa de redacción y simula los procedimientos para la obtención de la noticia	El alumno participa con capacidad de organización, puntualidad y orden	Lluvia de ideas (Saberes previos) Foros, chat	Aplica los conocimientos y se observara la toma de decisiones para obtener la información	
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Estudios de Casos ● Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajos individuales y/o grupales ● Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> ● Comportamiento en clase virtual y chat 	



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

Unidad didáctica II : El periodismo y su importancia en la practica	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: El estudiante redacta una noticia usando las fuentes y contrastando las mismas para ofrecer el mensaje de un modo más atractivo y eficaz					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	5	Noticia, definición , características, partes, pirámide invertida y las 5 Ws	Presentación a modo de debate, de noticias publicadas en distintos medios de comunicación para analizar su impacto y contenido	Revisa conceptos y analiza los casos relacionando el uso del sensacionalismo en la noticia y sus implicancias	Expositiva (Docente/ Alumno) Uso del Google Meet Debate dirigido (Discusiones) Foros, chat Lecturas Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) Foros,chat	Define el uso del sensacionalismo en las noticias y su implicancia
	6	Las fuentes periodísticas	Reúne información sobre conceptos y presenta casos donde se usan las fuentes periodísticas	Promueve el uso de fuentes periodísticas para la contratación de la noticia		Determina estrategias para el uso de las fuentes periodísticas en la contratación de las noticias
	7	El manejo de las fuentes, el off the record y el uso de la cámara escondida.	Reúne casos y los presenta para conocer las implicancias de no uso de las fuentes periodísticas y los riesgos de usar cámara escondida	Promueve la responsabilidad en el uso de las fuentes.		Distingue las implicancias del no uso de las fuentes periodísticas y los riesgos.
	8	Uso de los nuevos medios en la practica periodística	Conduce un foro sobre cómo se informa ahora mediante los nuevos medios: Facebook, etc.	Muestra en la práctica la inmediatez de los nuevos medios.		Reconoce a los nuevos medios de gran cobertura de hechos noticiosos
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Estudios de Casos <ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajos individuales y/o grupales <ul style="list-style-type: none"> ● Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> ● Comportamiento en clase virtual y chat 	



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

Unidad didáctica III	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Analiza la crisis de los medios de comunicación y las asocia al desarrollo de las nuevas tecnologías					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	9	Crisis de los medios de comunicación	Reconoce las crisis de los medios de comunicación ante la aparición de nuevas tecnologías	Asume de manera crítica la situación actual de los medios de comunicación	Expositiva (Docente/ Alumno) Uso del Google Meet Debate dirigido (Discusiones) Foros, chat Lecturas Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) Foros, chat	Reconoce la crisis de los medios de comunicación y busca alternativas de complementarse con las nuevas tecnologías.
	10	Las redes como tendencia: concepto y formas	Identifica las tendencia de las redes en el ámbito periodístico	Debate sobre la importancia del internet como tendencia en el ámbito periodístico		Reconoce a internet como medio afín y vital en el quehacer profesional
	11	Ciberperiodismo: concepto y formas	Identifica el concepto de Ciberperiodismo y explica las nuevas formas de narrativa con ejemplos prácticos	Muestra interés en indagar sobre el Ciberperiodismo y sus características		Propone temas para hacer narrativas.
	12	Narrativa transmedia: concepto y formas	Identifica el concepto de transmedia y explica sus formas con ejemplos prácticos	Muestra interés en explorar las nuevas narrativas transmedia		Propone temas para hacer reportajes multimedia con el uso de la narrativa transmedia
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Estudios de Casos <ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajos individuales y/o grupales <ul style="list-style-type: none"> ● Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> ● Comportamiento en clase virtual y chat 	



Redes sociales para periodistas	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Creación de una marca personal como periodista en las redes					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	13	Facebook para periodistas: ¿qué es y para que sirve?	Aprende a crear una cuenta de Facebook en el Ciberperiodismo	Analiza y valora las herramientas de Facebook	Expositiva (Docente/ Alumno) Uso del Google Meet	Crea una cuenta de Facebook como periodista
	14	Crea las herramientas que irán en su cuenta de Facebook	Valora la importancia del de la información que ira en su página de Facebook	Valora las herramientas que se conviertan en fuente confiable para su audiencia	Debate dirigido (Discusiones) Foros, chat	Diseña y usa recursos multimedia de Facebook para la redacción de notas etc.
15	Periodismo :Tema de actualidad	Explica el proceso de elaboración y desarrolla entrevistas e informes y usa la narrativa transmedia para su publicación	Muestra interés en usar las nuevas narrativas transmedia	Lecturas Uso de repositorios digitales	Emplea correctamente las redes para sensibilizar a la ciudadanía sobre determinados temas	
16	Periodismo :Tema de actualidad	Explica el proceso de elaboración y desarrolla entrevistas e informes y usa la narrativa transmedia para su publicación	Muestra interés en usar las nuevas narrativas transmedia	Lluvia de ideas (Saberes previos) Foros,chat	Emplea correctamente las redes para sensibilizar a la ciudadanía sobre determinados temas	
Unidad Didáctica IV:	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Estudios de Casos <ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajos individuales y/o grupales <ul style="list-style-type: none"> ● Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> ● Comportamiento en clase virtual y chat 	



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDACTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. MEDIOS Y PLATAFORMAS

VIRTUALES

- Casos prácticos
- Pizarra interactiva
- Google Meet
- Repositorios de datos

2. MEDIOS INFORMATICOS:

- Computadora
- Tablet
- Celulares
- Internet.



VII. EVALUACIÓN

La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. Evidencias de Conocimiento.

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

2. Evidencia de Desempeño.

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

3. Evidencia de Producto.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	30 %	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de Producto	35%	
Evaluación de Desempeño	35 %	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4); Calculado de la siguiente manera:

$$PF = \frac{PM1+PM2+PM3 +PM4}{4}$$



VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

8.1 Fuentes bibliográficas

UNIDAD DIDACTICA I:

- 1.- Comba S “Comunicación y periodismo” editorial crujía, buenos aires
- 2.- Orihuela, José Luis “claves sobre el futuro del periodismo” ed. Fondo- 2012
- 3.- Víctor Taype Sánchez, Humberto castillo Anselmo” manual de periodismo”. Decisión grafica sac. 2000
- 4.- **Guillermo Michel. “para leer los medios prensa, radio, cine y televisión” editorial trillas. 1995**

UNIDAD DIDACTICA II:

- 1.- Comba S “Comunicación y periodismo” editorial crujía, buenos aires
- 2.- Orihuela, José Luis “claves sobre el futuro del periodismo” ed. Fondo- 2012
- 3.- Víctor Taype Sánchez, Humberto castillo Anselmo” manual de periodismo”. Decisión grafica sac. 2000
- 4.- **Guillermo Michel. “para leer los medios prensa, radio, cine y televisión” editorial trillas. 1995**

UNIDAD DIDACTICA III:

- 1.- Alejandro Rost y Fabian Bergero: periodismo en contexto de convergencias, universidad nacional de comahue, 2012
- 2.- Cobo Silvia: internet para periodistas. Kit de supervivencia para la era digital. Editorial UOC. ; Madrid-España
- 3.- Flores Vivar: Ciberperiodismo. Nuevos medios, perfiles y modelos de negocios en la red. Universidad San Martin de Porres. Fondo Editorial. Lima- Perú 2014

UNIDAD DIDACTICA IV:

- 1.- Alejandro Rost y Fabian Bergero: periodismo en contexto de convergencias, universidad nacional de comahue, 2012
- 2.- Cobo Silvia: internet para periodistas. Kit de supervivencia para la era digital. Editorial UOC. ; Madrid-España
- 3.- Flores Vivar: Ciberperiodismo. Nuevos medios, perfiles y modelos de negocios en la red. Universidad San Martin de Porres. Fondo Editorial. Lima- Perú 2014
- 4.- **Lozano kathelin “Estrategias comunicacionales y su influencia en el cuidado del ambiente en los estudiantes de la E.P de ciencias de la comunicación de la universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión”. Año 2018**

8.1 Fuentes Electrónicas

- 1.- Wikipedia enciclopedia libre
<https://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo>
- 2.- Concepto .de
<https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>
- 3.- El Ciberperiodismo
<https://nennyfruts.wordpress.com/1-introduccion-al-ciberperiodismo-2/>
- 4.- Narrativa Trasmmedia
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-narrativa-transmedia-social-media-social-media/>

Huacho, 1 de junio del 2020.