



**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:**

## **Comunicación para el Desarrollo**

### **I. DATOS GENERALES**

<b>Línea de Carrera</b>	Comunicación para el Desarrollo
<b>Semestre Académico</b>	2020-I
<b>Código del Curso</b>	304
<b>Créditos</b>	03
<b>Horas Semanales</b>	Hrs. Totales: 04 Teóricas 02. Prácticas 2.
<b>Ciclo</b>	V
<b>Sección</b>	Única
<b>Apellidos y Nombres del Docente</b>	Monzón Hoyos, José Feliciano
<b>Correo Institucional</b>	jmonzon@unjfsc.edu.pe
<b>Nº De Celular</b>	963 901 265



UNIV. NAC. JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
Dr. HENRY WILSON MARCELO CASTILLO  
DIRECTOR E. P. CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



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



**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN**

## II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso Comunicación para el Desarrollo corresponde al Bloque de Formación Profesional Especializada, pretende preparar al estudiante en los temas relacionados al Desarrollo; sus inicios, aportes, perspectivas y todo lo relacionado al Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo y su respectivo análisis.

Se busca desarrollar la competencia de incorporar en el estudiante los fundamentos del desarrollo y sus teorías para identificar sus retos a fin de resolver problemas de sostenibilidad y sustentabilidad de su entorno. Trabjará la temática de participación ciudadana, democracia e instituciones.

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



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



**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN**

**III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO**

	<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA</b>	<b>NOMBRE DE LA UNIDAD DIDACTICA</b>	<b>SEMANAS</b>
<b>UNIDAD I</b>	El estudiante incorporará los fundamentos de la comunicación para el desarrollo.	COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	1-4
<b>UNIDAD II</b>	El estudiante manejará herramientas de la investigación cualitativa para la elaboración del diagnóstico.	TÉCNICAS PARA EL DIAGNÓSTICO	5-8
<b>UNIDAD III</b>	El estudiante diseñara un proyecto de desarrollo social, bajo el esquema del Marco Lógico.	DISEÑO DE PROYECTO BAJO EL ESQUEMA DEL MARCO LÓGICO	9-12
<b>UNIDAD IV</b>	El estudiante formulará una campaña social, basada en piezas gráficas.	CAMPAÑA SOCIAL	13-16



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



**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN**

**IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.**

<b>NÚMERO</b>	<b>INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO</b>
1	Analiza la evolución de la Comunicación para el Desarrollo.
2	Distingue los enfoques de la Comunicación para el Desarrollo.
3	Relaciona elementos del Marketing con la Comunicación para el Desarrollo.
4	Relaciona elementos de la Responsabilidad Social con la Comunicación para el Desarrollo.
5	Analiza la comunicación interpersonal.
6	Identifica la importancia de la dinámica de grupos y la comunicación.
7	Desarrolla la entrevista en profundidad.
8	Desarrolla el <i>focus group</i> .
9	Analiza el cuadro de involucrados.
10	Analiza el árbol de problemas.
11	Analiza el árbol de medios y fines.
12	Analiza el marco lógico.
13	Analiza una campaña social.
14	Analiza la mezcla de marketing social.
15	Compone piezas gráficas.
16	Describe la campaña social.



**V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS:**

<b>Unidad didáctica I: DESARROLLO</b>	<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I:</b> El estudiante incorporará los fundamentos de la comunicación para el desarrollo.					
	Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	1	Comunicación para el Desarrollo.	Revisa los conceptos de la comunicación para el desarrollo.	Expresa los beneficios de la CPD.	<b>Expositiva (Docente/Alumno)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Uso del Google Meet</li> </ul> <b>Debate dirigido (Discusiones)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Foros, Chat</li> </ul> <b>Lecturas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Uso de repositorios digitales</li> </ul> <b>Lluvia de ideas (Saberes previos)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Foros, Chat</li> </ul>	Expresa los beneficios de la CPD.
	2	Enfoques de la Comunicación para el Desarrollo.	Compara los enfoques de la Comunicación para el Desarrollo.	Selecciona el enfoque pertinente para cada caso.		Distingue los enfoques de la CPD.
	3	Relaciona Marketing Social con la CPD.	Conecta el marketing social con la comunicación para el desarrollo.	Aprecia la contribución del marketing social en proyectos de CPD.		Identifica aspectos del marketing social en la CPD.
	4	Relaciona la Responsabilidad Social con la CPD.	Identifica la responsabilidad social en la comunicación para el desarrollo.	Aprecia la contribución de la responsabilidad social en proyecto de CPD.		Identifica aspectos de la responsabilidad social en la CPD.
	<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>					
	<b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>		<b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>		<b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estudios de Casos</li><li>• Cuestionarios</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>• Trabajos individuales y/o grupales</li><li>• Soluciones a ejercicios propuestos</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>• Comportamiento en clase virtual y chat</li></ul>	



<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II:</b> El estudiante manejará herramientas de la investigación cualitativa para la elaboración del diagnóstico.					
Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
5	Analiza la comunicación interpersonal.	Identifica los tipos de relaciones interpersonales.	Aprueba las relaciones interpersonales.	<b>Expositiva (Docente/Alumno)</b> • Uso del Google Meet  <b>Debate dirigido (Discusiones)</b> • Foros, Chat  <b>Lecturas</b> • Uso de repositorios digitales  <b>Lluvia de ideas (Saberes previos)</b> • Foros, Chat	Compara las relaciones interpersonales.
6	Identifica la estructura y Dinámica de Grupos.	Compara las estructuras de los grupos.	Valora las estructuras y dinámicas de los grupos.		Identifica la importancia de la Dinámica de Grupos. Establece las redes.
7	Registro y transcripción de entrevista.	Diseña y transcribe la entrevista.	Valorará la transcripción de la entrevista.		Diseño y transcripción de entrevista.
8	Focus group.	Diseña y ejecuta un focus group.	Establece regularidades del focus group.		Diseña y ejecuta focus group
<b>Unidad didáctica II:</b>	<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>				
	<b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>		<b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>		<b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios de Casos</li> <li>Cuestionarios</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajos individuales y/o grupales</li> <li>Soluciones a ejercicios propuestos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Comportamiento en clase virtual y chat</li> </ul>



**CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III:** El estudiante diseñara un proyecto de desarrollo social, bajo el esquema del Marco Lógico.

Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
9	Analiza el cuadro de involucrados.	Diseña el cuadro de involucrados para un caso.	Valora el cuadro de involucrados en la identificación de los grupos..	<b>Expositiva (Docente/Alumno)</b> • Uso del Google Meet <b>Debate dirigido (Discusiones)</b> • Foros, Chat <b>Lecturas</b> • Uso de repositorios digitales <b>Lluvia de ideas (Saberes previos)</b> • Foros, Chat	Establece el cuadro de involucrados de caso.
10	Analiza el árbol de problemas.	Diseña el árbol de problemas para un caso.	Aprecia el árbol de problemas.		Establece el árbol de problemas de caso.
11	Analiza el árbol de medios y fines.	Diseña el árbol de medios y fines para un caso.	Aprecia el árbol de medios y fines.		Establece el árbol de medios y fines de caso.
12	Analiza el marco lógico.	Esboza Marco Lógico para un caso.	Valora la herramienta del Marco lógico.		Asume la matriz del Marco Lógico en los proyectos sociales.
<b>Unidad didáctica III:</b>	<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>				
	<b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>		<b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>		<b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios de Casos</li> <li>Cuestionarios</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajos individuales y/o grupales</li> <li>Soluciones a ejercicios propuestos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Comportamiento en clase virtual y chat</li> </ul>

DISEÑO DE PROYECTO BAJO ESQUEMA DEL MARCO LÓGICO



**CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV:** El estudiante formulará una campaña social, basada en piezas gráficas.

Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
13	Analiza una campaña social.	Esboza los objetivos y estrategias de una campaña social.	Aprecia la utilidad de una campaña social.	<b>Expositiva (Docente/Alumno)</b> • Uso del Google Meet  <b>Debate dirigido (Discusiones)</b> • Foros, Chat  <b>Lecturas</b> • Uso de repositorios digitales  <b>Lluvia de ideas (Saberes previos)</b> • Foros, Chat	Identifica los componentes de una campaña social.
14	Analiza la mezcla de marketing social.	Formula la mezcla del marketing social.	Aprecia el marketing mix en una campaña.		Desarrolla una campaña social.
15	Compone piezas gráficas.	Crea las piezas gráficas.	Expresa en gráfica las ideas clave del proyecto social.		Propone piezas gráficas pertinentes a la campaña social.
16	Describe la campaña social.	Defiende su campaña social.	Debata sobre la campaña social.		Se interesa en las campañas sociales.
<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>					
<b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>		<b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>		<b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios de Casos</li> <li>Cuestionarios</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajos individuales y/o grupales</li> <li>Soluciones a ejercicios propuestos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Comportamiento en clase virtual y chat</li> </ul>	

Unidad Didáctica IV:



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



**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN**

**VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS**

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

**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)

$$\frac{1+ 2+ 3+ 4}{4}$$



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



**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN**

**VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB**

**8.1 Fuentes bibliográficas**

**UNIDAD DIDACTICA I:**

1. Acevedo, Jorge y otros (2013). *Construyendo ciudadanía y desarrollo desde la comunicación*. Lima, Perú: Gamagráfica.
2. Alfaro, Rosa (2009) *Otra brújula, innovaciones en comunicación y desarrollo*. (1ra reimpresión) Lima, Perú: Tarea Asociación Gráfica Educativa.
3. Martínez, Marcelo y Sierra, Francisco (2012) *Comunicación y desarrollo, prácticas comunicativas y empoderamiento local*. Barcelona, España: Gedisa S.A.
4. Schwalb, María y Malca, Óscar (2012) *Responsabilidad Social: Fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible*. (2da. Ed.) Lima, Perú: TAGE.
5. Solano, David (2015). *Marketing social y desarrollo*. Lima, Perú: TAGE.
6. Monzón, José (2019). *Separata: Fundamentos de la Comunicación para el Desarrollo*. UNJFSC, Huacho.

**UNIDAD DIDACTICA II:**

7. **Ander-Egg, Ezequiel (1997). Metodología y práctica de la animación socio-cultural. Buenos Aires, Argentina; Lumen Hvmánitas.**
8. Beal, George, Bohlen Joe y Raudabaugh, Neil (1964). *Conducción y acción dinámica del grupo*. Buenos Aires, Argentina. Kapelusz.
9. Fernández, Carlos (2003). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. México D.F., México: Mc GrawHill.
10. Rapley, Tim (2014). *Los análisis de la conversación, del discurso y de documentos en investigación cualitativa*. Madrid, España: Ediciones Morata.
11. **Hernández, Roberto, Fernández, Carlos y Baptista, Pilar (2010). Metodología de la investigación. (5ª Ed.). Lima, Perú: Empresa Editora El Comercio S.A.**

**UNIDAD DIDACTICA III:**

12. Andía, Walter. (2016) *Gerencia Social*. Lima, Perú: Arte & Pluma.
13. **Martínez-Gómez, Raquel y Lubetkin, Mario (2011). Políticas Zamora, España; Comunicación social ediciones y publicaciones.**
14. **Baca, Mónica y Morales, Yadira (2019). Formas de desarrollo de la Comunicación Interna entre los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Chancay, 2018. (Tesis). UNJFSC.**

**UNIDAD DIDACTICA IV:**

15. Solano, David (2015). *Marketing social y desarrollo*. Lima, Perú: TAGE.
16. Costa Joan y Moles, Abraham (2016). *Diseño y publicidad; el nuevo reto de la comunicación*. Ciudad de México, México: Trillas.



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



**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN**

**8.2 Fuentes electrónicas:**

Amaya, Sergio (2018) Aproximación al Análisis de las Redes Sociales de Comunicación en la Construcción de Comunidad: una mirada reflexiva.

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/20226/79841644.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Banco Interamericano de Desarrollo (2004) El marco lógico para el diseño de proyectos.  
<http://funlibre.org/documentos/diplorecyam/MARCO%20LOGICO.pdf>

Espinar, Eva; Hernández, María (2012). El periodismo de paz como paradigma de comunicación para el cambio social: características, dimensiones y obstáculos CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 17, 2012, Universidad Complutense de Madrid, España.

<https://www.redalyc.org/pdf/935/93524422009.pdf>

Gumucio-Dragón, Alfonso (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo.

<https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>

Gutierrez, Ricardo (2013). Diseño de campaña social: leer sin pretextos. México.

[http://www.academia.edu/download/44899470/LEER\\_SIN\\_PRETEXTOS.docx](http://www.academia.edu/download/44899470/LEER_SIN_PRETEXTOS.docx)

Jenatsch, Thomas, y Bauer, Richard (2016). Comunicación Para el Desarrollo una guía práctica. Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación.

<https://www.shareweb.ch/site/Learning-and-Networking/Documents/COS%20Manual%20SP%20161025.pdf>

McCall, Elizabeth. (2011). Comunicación para el Desarrollo, fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas.

[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication\\_form\\_development\\_oslo\\_c4d\\_pda\\_es.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf)

Montero, Maritza (2009). El fortalecimiento en la comunidad, sus dificultades y alcances Universitas Psychologica, vol. 8, núm. 3, pp. 615-626 Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia.

<https://www.redalyc.org/pdf/647/64712155005.pdf>

Huacho, 01 junio de 2020



Univ. Nac. José F. Sánchez Carrión

*José F. Monzón Hoyos*

Dr. José F. Monzón Hoyos  
DOCENTE DNU 440