



**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:

PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES I

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	Formación Profesional Especializada
Semestre Académico	2020-I
Código del Curso	507
Créditos	04
Horas Semanales	Hrs. Totales: 08 Teóricas 00 Practicas 08
Ciclo	IX
Sección	Única
Apellidos y Nombres del Docente	Limahi Qqueso, Nila Juana
Correo Institucional	nlimachi@unjfsc.edu.pe
N° De Celular	941390958



**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

La asignatura de Prácticas Pre-profesionales I corresponde al Bloque de Formación Profesional Especializada. Basándose en la asignación, planificación, supervisión y evaluación de la práctica Pre-profesional de la línea de carrera de Ciencias de la Comunicación que el estudiante elija.

Elije la institución y/o empresa proponiendo su plan de trabajo para aplicar el contenido teórico práctico de las asignaturas llevadas y así salvaguardar sus conocimientos y competencias Pre-profesionales. Asimismo, presentará su informe de prácticas Pre-profesionales.

La asignatura es eminentemente práctica y se desarrollará en 16 semanas.



III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDACTICA	SEMANAS
UNIDAD I	En el marco de las nuevas disposiciones, directivas y reglamentación de las Prácticas Pre- Profesionales, Revisa las pautas y los procedimientos para la realización y ubicación de los centro de prácticas a partir de un diagnóstico.	Lineamientos Generales de las Prácticas Pre-Profesionales	1-4
UNIDAD II	En el marco del plan de trabajo de las Prácticas Pre-Profesionales, Programa las actividades en: Marketing y Publicidad, Relaciones Publicas, Comunicación para el desarrollo, Periodismo y comunicación audiovisual.	Plan de trabajo de las Prácticas Pre-Profesionales, en las líneas de carrera de Ciencias de la Comunicación.	5-8
UNIDAD III	En el marco de las exigencias y cumplimiento del plan de trabajo y uso de las técnicas y herramientas de trabajo, Ejecuta las actividades programadas previa coordinación, asesoría y supervisión.	Ejecución de actividades programadas en el plan de trabajo de la práctica Pre-profesional	9-12
UNIDAD IV	En el marco de la estructura del informe de Prácticas Pre-Profesionales y las actividades ejecutadas Organiza , presenta y expone el informe final de Prácticas Pre-profesionales.	Informe final de prácticas Pre-profesionales.	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.

NÚMERO	INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO
1	Identifica las disposiciones del reglamento de Prácticas Pre-Profesionales.
2	Integra equipos de trabajo en el Centro de Prácticas Pre- Profesional.
3	Elabora y aplica las herramientas de diagnóstico para el acceso a la información del Centro de Prácticas Pre- Profesional.
4	Reporta datos documentados sobre el Centro de Prácticas Pre-Profesional.
5	Propone actividades pertinentes en el plan de trabajo para las Prácticas Pre - Profesionales
6	Reporta las actividades programadas en el área de Relaciones Públicas, Marketing y publicidad.
7	Reporta las actividades programadas en el área de Comunicación para el desarrollo.
8	Reporta las actividades programadas en el área de Periodismo y Comunicación Audiovisual..
9	Reporta las actividades ejecutadas en el Centro de Prácticas Pre –Profesional: (Monitoreo de medios digitales, plan de comunicación, estrategias de comunicación interna y externa, diseño de piezas gráficas, diseño de banner y otros)
10	Reporta las actividades ejecutadas en el Centro de Prácticas Pre –Profesional: (Monitoreo de medios, plan de marketing, diseño de piezas gráficas, diseño de banner y otros)
11	Reporta las actividades ejecutadas en el Centro de Prácticas Pre –Profesional: (Plan de estrategias de comunicación, Monitoreo de medios, diseño de piezas gráficas, diseño de banner, productos audiovisuales y otros)
12	Reporta las actividades ejecutadas en el Centro de Prácticas Pre –Profesional: (Producción, edición, conducción y redacción para medios escritos, radiales y audiovisuales)
13	Orienta el informe final de acuerdo a la estructura del reglamento de Prácticas Pre-Profesionales de la UNJFSC.
14	Documenta las evidencias para el informe final de las Prácticas Pre-Profesionales.
15	Presenta productos tangibles comunicacionales en las cuatro líneas de carrera dentro del informe final de la Prácticas Pre-Profesionales
16	Presenta el informe final de la Práctica Pre-Profesional con productos en comunicación.



V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS:

Unidad Didáctica I: Lineamientos Generales de la Práctica Pre - Profesional	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: En el marco de las nuevas disposiciones, directivas y reglamentación de las Prácticas Pre- Profesionales, Revisa las pautas y los procedimientos para la realización y ubicación de los centro de prácticas a partir de un diagnóstico.					
	Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	1	Revisa la reglamentación de las Prácticas Pre-Profesionales.	Recoge datos del reglamento y organiza el plan de trabajo para las PPP	Cumple con las disposiciones del reglamento de Prácticas Pre-Profesionales.	Expositiva (Docente/Alumno) • Uso del Google Meet	Identifica las disposiciones del reglamento de Prácticas Pre-Profesionales.
	2	Ubica el Centro de Prácticas Pre-Profesional	Conoce el centro de practicas	Observa las posibilidades de realizar acciones comunicativas	Debate dirigido (Discusiones) • Foros, Chat	Integra equipos de trabajo en el Centro de Prácticas Pre- Profesional.
	3	Realiza un diagnóstico del Centro de Prácticas Pre- Profesional.	Recoge datos del Centro de Prácticas Pre- Profesional.	Asume sobre la importancia de la utilidad de herramientas de diagnóstico	Lecturas • Uso de repositorios digitales	Elabora y aplica las herramientas de diagnóstico para el acceso a la información del Centro de Prácticas Pre- Profesional
	4	Describe las características del Centro de Prácticas Pre - Profesional.	Registra generalidades de la empresa/ institución: Reseña Histórica, organigrama y otros	Revisa el MOF, ROF, Reglamento interno, organigrama, Misión y Visión.	Lluvia de ideas (Saberes previos) • Foros, Chat	Reporta datos documentados sobre el Centro de Prácticas Pre-Profesional.
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 Primer reporte de actividades 		<ul style="list-style-type: none"> Comportamiento en clase virtual y chat Expone y presenta primeros reportes de acciones y actividades 		



Unidad Didáctica II: Plan de trabajo de las Prácticas Pre-Profesionales, en las líneas de carrera de Ciencias de la Comunicación .	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: En el marco del plan de trabajo de las Prácticas Pre-Profesionales, Programa las actividades en: Marketing y Publicidad, Relaciones Públicas, Comunicación para el desarrollo, Periodismo y comunicación audiovisual.					
	Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	5	Revisa las pautas del plan de trabajo para las Prácticas Pre - Profesional.	Comprende las pautas sobre los contenidos del plan de trabajo para las Prácticas Pre - Profesional	Asume la importancia de las actividades programadas en el plan de trabajo para las Prácticas Pre -Profesionales	Expositiva (Docente/Alumno) Uso del Google Meet Lecturas: Uso repositorios digitales Lluvia de ideas (saberes previos). Foros, chat. Debate dirigido: (Discusiones) Foros y chat	Propone actividades pertinentes en el plan de trabajo para las Prácticas Pre -Profesionales
	6	Localiza la estructura del plan de trabajo y registra actividades para el área de Relaciones Públicas, Marketing y publicidad	Reúne criterios para seleccionar las actividades en el plan de trabajo para el área de Relaciones Públicas, Marketing y publicidad	Acepta las actividades programadas en el plan de trabajo para el área de Relaciones Públicas, Marketing y publicidad.		Reporta las actividades programadas en el área de Relaciones Públicas, Marketing y publicidad.
	7	Localiza la estructura del plan de trabajo y registra actividades para el área de Comunicación para el desarrollo.	Reúne criterios para seleccionar las actividades en el plan de trabajo para el área de Comunicación para el desarrollo.	Acepta las actividades programadas en el plan de trabajo para el área de Comunicación para el desarrollo.		Reporta las actividades programadas en el área de Comunicación para el desarrollo.
	8	Localiza la estructura del plan de trabajo y registra actividades para el área de Periodismo y Comunicación Audiovisual	Reúne criterios para seleccionar las actividades en el plan de trabajo para el área de Periodismo y Comunicación Audiovisual	Acepta las actividades programadas en el plan de trabajo para el área de Periodismo y Comunicación Audiovisual		Reporta las actividades programadas en el área de Periodismo y Comunicación Audiovisual.
	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 • Segundo reporte de actividades 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase virtual y chat • Expone y presenta segundo reportes de acciones y actividades 	



Unidad Didáctica III. Ejecución de actividades programadas en el plan de trabajo de Las Prácticas Pre- Profesionales.	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: En el marco de las exigencias y cumplimiento del plan de trabajo y uso de las técnicas y herramientas de trabajo, Ejecuta las actividades programadas previa coordinación, asesoría y supervisión.					
	Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	9	Organiza y jerarquiza las actividades programadas en el plan de trabajo en Relaciones Públicas	Ejecuta las actividades programadas en el plan de trabajo para el área de Relaciones Públicas	Participa de las actividades programadas en el plan de trabajo para el área de Relaciones Públicas	Expositiva (Docente/Alumno) <ul style="list-style-type: none"> • Uso del Google Meet 	Reporta las actividades ejecutadas en el Centro de Prácticas Pre –Profesional: (Monitoreo de medios digitales, plan de comunicación, estrategias de comunicación interna y externa, diseño de piezas gráficas, diseño de banner y otros)
	10	Organiza y jerarquiza las actividades programadas en el plan de trabajo en Marketing y publicidad	Ejecuta las actividades programadas en el plan de trabajo para el área de Marketing y publicidad	Participa de las actividades programadas en el plan de trabajo para el área de Marketing y publicidad.	Debate dirigido (Discusiones) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat Lecturas <ul style="list-style-type: none"> • Uso de repositorios digitales 	Reporta las actividades ejecutadas en el Centro de Prácticas Pre –Profesional: (Monitoreo de medios, plan de marketing, diseño de piezas gráficas, diseño de banner y otros)
	11	Organiza y jerarquiza las actividades programadas en el plan de trabajo en Comunicación para el desarrollo.	Ejecuta las actividades programadas en el plan de trabajo para el área de Comunicación para el desarrollo.	Participa de las actividades programadas en el plan de trabajo para el área de Comunicación para el desarrollo.	Lluvia de ideas (Saberes previos) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat 	Reporta las actividades ejecutadas en el Centro de Prácticas Pre –Profesional: (Plan de estrategias de comunicación, Monitoreo de medios, diseño de piezas gráficas, diseño de banner, productos audiovisuales y otros)
12	Organiza y jerarquiza las actividades programadas en el plan de trabajo en Periodismo y Comunicación Audiovisual.	Ejecuta las actividades programadas en el plan de trabajo para el área de Periodismo y Comunicación Audiovisual.	Participa de las actividades programadas en el plan de trabajo para el área de Periodismo y Comunicación Audiovisual		Reporta las actividades ejecutadas en el Centro de Prácticas Pre –Profesional: (Producción, edición, conducción y redacción para medios escritos, radiales y audiovisuales)	
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 • Tercer reporte de actividades 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase virtual y chat • Expone y presenta tercer reportes de acciones y actividades 		



Unidad Didáctica IV: Informe final de prácticas Pre-profesionales.	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: En el marco de la estructura del informe de Prácticas Pre- Profesionales y las actividades ejecutadas Organiza, presenta y expone el informe final de Prácticas Pre-profesionales..					
	Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	13	Ubica la estructura del informe final de las Prácticas Pre-Profesionales	Revisa las pautas del informe final de las Prácticas Pre-Profesionales	Asume la importancia del informe final de las Prácticas Pre-Profesionales	Expositiva (Docente/Alumno) <ul style="list-style-type: none">• Uso del Google Meet Debate dirigido (Discusiones) <ul style="list-style-type: none">• Foros, Chat Lecturas <ul style="list-style-type: none">• Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) <ul style="list-style-type: none">• Foros, Chat 	Orienta el informe final de acuerdo a la estructura del reglamento de Prácticas Pre-Profesionales de la UNJFSC. Documenta las evidencias para el informe final de las Prácticas Pre-Profesionales. Presenta productos tangibles comunicacionales en las cuatro líneas de carrera dentro del informe final de la Prácticas Pre-Profesionales Presenta el informe final de la Práctica Pre-Profesional con productos en comunicación.
	14	Gestiona las evidencias sobre la realización de las Prácticas Pre-Profesionales	Consulta sobre la validez de las evidencias para el informe final de las prácticas pre-profesionales	Valora las evidencias gestionadas para el informe final de las Prácticas Pre-Profesionales		
	15	Organiza toda información sobre las actividades para el informe final de las Práctica Pre-Profesional.	Recoge toda la evidencia de las actividades realizadas en el Centro Prácticas Pre-Profesionales	Cumple con la organización del informe final de las Prácticas Pre-Profesionales		
	16	Expone el informe final de la Práctica Pre-Profesional.	Reúne experiencias a partir del informe final de la Práctica Pre-Profesional.	Acepta nuevos saberes a partir del informe final de la práctica Pre-profesional.		
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de Casos • Cuestionarios • Organiza en informe final 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales • Soluciones a ejercicios propuestos • Reporta del informe final 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase virtual y chat • Expone el informe final de las PPP 	



**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

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)

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



**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: Lineamientos generales de la Práctica Pre-Profesional

- Hernández, R., Fernández, C. y Batista (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). México D.F, México: McGraw-Hill.
Wheeler P. (2008) Edit. Omega 2da. Edición. Barcelona España Registrado en biblioteca especializada UNJFSC. Código 1684
Philip Kotler. (2009). Marketin (1era ed.). Ecuador. Editorial Quipus.

UNIDAD DIDACTICA II: Plan de trabajo de las Prácticas Pre-Profesionales, en las líneas de carrera de Ciencias de la Comunicación.

- Kaplun, M. (1999). Producción de programas de Radio Edit. CIESPAL Quito Ecuador. Registrado en biblioteca especializada UNJFSC. Código 1673
Fernández, C. (1991). La Comunicación en las Organizaciones Edit. Trillas 1ra. Edición México Registrado en biblioteca especializada UNJFSC. Código 1443
VERA, R. (2005). Investigación en Comunicación Social UPAO Trujillo Perú. Registrado en biblioteca especializada UNJFSC. Código 1429.

UNIDAD DIDACTICA III: Ejecución de actividades programadas en el plan de trabajo de la práctica Pre-profesional.

- Tony Blair at FMU (2016). Conferencia "Oportunidades y Desafíos de la Comunicación"
Amado Suarez, Adriana (2009) Auditoria de Comunicación: un método de análisis de las comunicaciones.

UNIDAD DIDACTICA IV: Informe final de prácticas Pre-profesionales

- Revista Correspondencia y Análisis. USMP: <http://www.correspondenciasy analisis.com>
Aparici, R. (2010) La Construcción de la Realidad en los Medios de Comunicación Edit. UNED España Registrado en biblioteca especializada UNJFSC. Código 1440.
Ramos A. (2017) "Estrategias en Medios Digitales y la Comunicación Institucional en los Estudiante de Ciencias de la Comunicación de la UNJFSC. Huacho 2017" Tesis para optar el título profesional den Ciencias de la Comunicación. UNJFSC. Registro 22
UNJFSC. (2018) Reglamento de las Prácticas Pre- Profesionales de la E. P. de Ciencias de la Comunicación 2018 R.C.U. N° 0894-2016-CU-UNJFSC. Resolución Facultativa N° 0423-2018-FCCSS.
UNJFSC. (2020) Directica para la ejecución de Asignaturas Reprogramadas 2020-I debido a la Emergencia Sanitaria Covid-19. R.C.U. N° 0533-2020-CU-UNJFSC.



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



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

8.2 Fuentes electrónicas:

- Bustamante, J. (2013) Youtube.com. Televisión, mediaciones y audiencias de frontera: espacios interculturales para la integración. Revisado en:
<file:///C:/Users/User/Desktop/Downloads/Dialnet->

[YoutubecomTelevisionMediacionesYAudienciasDeFronte-3718990.pdf](#)

Castillo, Jorge (2013) El uso de medios alternativos en la conformación y acceso de redes sociales. caso Facebook en Puebla, México. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/512350>

Domínguez, Eva () Twitter y la Comunicación Política. Revisado en:
<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/sep/01.pdf>

Lerma, Carmen (2014) Desde la publicidad como objeto poco digno de interés académico, a la publicidad como elemento constitutivo de la cultura.
<https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/512353>

Marroquín Gabriel (2015) “De las Calles al Teclado” El Uso de las Redes Sociales por Barras de Fútbol. Caso: Barra de Fútbol Holocausto del Rímac en Lima, Perú
<https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/512355>

Pantoja, Mirielis (2014) Interculturalidad, prácticas comunicación: un acercamiento desde saharauis residentes en Cuba. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6845079>

Zallo, R. (2010) La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal Revisado en: <https://www.redalyc.org/pdf/819/81915723002.pdf>

Temple, I. (2020) PODCAST Rumbo 2030. Entrevista Revisado en:
<https://www.inestemple.com/es/2020/11/entrevista-a-ines-temple-en-el-podcast-rumbo-2030-2-de-noviembre-del-2020/>

Temple, I. (2020) Reputación y Empleabilidad. Entrevista Revisado en:
<https://www.inestemple.com/es/2020/10/entrevista-a-ines-temple-con-milton-vela-reputacion-y-empleabilidad-cafe-taipa-live/>

Huacho, 04 diciembre del 2020

UNIV. NAC. JOSÉ F. SÁNCHEZ CARRÓN.
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



M(a) Nila Juana Limachi Qqueso
DOCENTE DNU 221