



Universidad Nacional
Federico Villarreal

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

UNIDAD DE POSGRADO

**PLAN DE ESTUDIO DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN
MARKETING EN COMUNICACIONES**

Fecha de actualización:

Octubre del 2018

I. OBJETIVOS ACADÉMICOS

La segunda especialidad en Marketing en Comunicaciones tiene como objetivo el perfeccionamiento de las competencias profesionales en base a una formación científica y humanística, altamente capacitado para:

- Comunicar las estrategias de comunicación publicitaria, imagen corporativa, mercadeo y relaciones públicas para el desarrollo de planes de comunicación organizacional en forma efectiva.
- Gestionar la producción, comercialización e intercambio de los productos comunicacionales para lograr las relaciones públicas eficientes en su vinculación con el mundo de la comunicación, redes internacionales y globalización.
- Diseñar estrategias, métodos y recursos de comunicación para alcanzar las metas actuales y fortalecer la capacidad de abordar los problemas de desarrollo futuros y las cuestiones relacionadas con el cambio social
- Proponer temas de investigación relacionados al comportamiento y desarrollo social, que aporten al conocimiento y debate de la información y comunicación para formular proyectos y estrategias de comunicación.

II. PERFIL DEL INGRESANTE Y DEL TITULADO

2.1. Perfil del ingresante

El que ingresa a estudiar una segunda especialidad en Marketing en Comunicaciones, debe tener las siguientes habilidades:

2.1.1. Dimensión Actitudinal

- Demuestra tener Habilidades comunicativas y capacidad para comprender los mensajes en los distintos lenguajes de la comunicación.
- Muestra Interés en la realidad, en los hechos y las circunstancias que van configurando la actualidad.

2.1.2. Dimensión Procedimental

- Transmite información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado con eficacia

2.1.3. Dimensión Cognoscitiva

- Interpreta datos relevantes en el ámbito de la comunicación, para emitir juicios de valor sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Formación previa acreditada por un título profesional en Trabajo Social, Sociología, Ciencia de la comunicación y afines.

2.2. Perfil del titulado

Al término de su formación acreditarán las siguientes competencias:

Competencias genéricas

- Perfecciona la autonomía y decisión de su identidad cultural, patrimonial, tecnológica, universitaria, que le permita convivir en sociedad y actuar en escenarios de incertidumbre, con visión intercultural.
- Maneja habilidades investigativas de orden superior como la comprensión, análisis, reflexión, formulación de hipótesis, teorización.
- Comprende y valora las manifestaciones materiales, espirituales, ideológicas, políticas y costumbristas para la gestión del Marketing comunicacional en un entorno pluricultural y multilingüe.
- Utiliza adecuadamente las herramientas tecnológicas emergentes, en su desempeño profesional.

Competencias específicas

- Comunica en forma efectiva las estrategias de comunicación publicitaria, imagen corporativa, mercadeo y relaciones públicas para el desarrollo de planes de comunicación organizacional.
- Gestiona la producción, comercialización e intercambio de los productos comunicacionales para lograr las relaciones públicas eficientes en su vinculación con el mundo de la comunicación, redes internacionales y globalización.
- Diseña estrategias, métodos y recursos de comunicación para alcanzar las metas actuales y fortalecer la capacidad de abordar los problemas de desarrollo futuros y las cuestiones relacionadas con el cambio social.
- Propone temas de investigación relacionados al comportamiento y desarrollo social, que aporten al conocimiento y debate de la información y comunicación para formular proyectos y estrategias de comunicación.

III. CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS

PRIMER SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIO	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
1		Cultura y Comunicación Mediática	Obligatorio	Especialidad	2	0	2	32	0	32	
2		Administración de la Comunicación	Obligatorio	Especialidad	2	2	3	32	32	64	
3		Investigación para la Comunicación de la Crisis	Obligatorio	Especialidad	1	4	3	16	64	80	
4		Teoría de la Persuasión	Obligatorio	Especialidad	2	0	2	32	0	32	
5		Planificación de las Comunicaciones	Obligatorio	Especialidad	1	4	3	16	64	80	
6		Tecnología de la Información y Nuevos Medios Sociales	Obligatorio	Especialidad	2	2	3	32	32	64	
TOTAL					10	12	16	160	192	352	

SEGUNDO SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIO	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
7		Marketing en las Comunicaciones I	Obligatorio	Especialidad	1	4	3	16	64	80	
8		Gestión del Valor de la Marca	Obligatorio	Especialidad	2	2	3	32	32	64	
9		Producción Audiovisual	Obligatorio	Especialidad	1	4	3	16	64	80	
10		Marketing Digital	Obligatorio	Especialidad	1	4	3	16	64	80	
11		Gestión de la Comunicación Social	Obligatorio	Especialidad	2	2	3	32	32	64	
12		Investigación de la Comunicación para el Manejo de Riesgo	Obligatorio	Especialidad	2	2	3	32	32	64	
TOTAL					9	18	18	144	288	432	

TERCER SEMESTRE

No.	CÓDIGO	ASIGNATURAS	TIPO DE CURSO	TIPO DE ESTUDIO	HT	HP	CRED.	THT	THP	THA	N° ASIGNATURA REQUISITO
13		Marketing en las Comunicaciones II	Obligatorio	Especialidad	1	4	3	16	64	80	7
14		Gestión de la Comunicación Organizacional	Obligatorio	Especialidad	2	2	3	32	32	64	
15		Taller de Seminario de Tesis	Obligatorio	Investigación	1	4	3	16	64	80	
16		Taller de Comunicación Pública y Divulgación de la Ciencia	Obligatorio	Especialidad	1	4	3	16	64	80	
17		Marketing Político	Obligatorio	Especialidad	2	2	3	32	32	64	
18		Comunicación 360° Integración Total de la Comunicación	Obligatorio	Especialidad	2	2	3	32	32	64	
TOTAL					9	18	18	144	288	432	

RESUMEN

ASIGNATURAS		CRÉDITOS	
OBLIGATORIAS	ELECTIVAS	OBLIGATORIOS	ELECTIVOS
18	0	52	00
TOTAL ASIGNATURAS		TOTAL CRÉDITOS	
18		52	

TOTAL HT	TOTAL HP	TOTAL HORAS ACADÉMICAS
448	768	1216

IV. DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA, TÍTULO PROFESIONAL Y MODALIDAD

Programa : **Segunda Especialidad en Marketing en Comunicaciones**
Título : **Especialista en Marketing en Comunicaciones**
Modalidad : **Presencial**

V. MALLA CURRICULAR

PRIMER SEMESTRE		SEGUNDO SEMESTRE		TERCER SEMESTRE	
1	Cultura y Comunicación Mediática CRÉDITOS: 2	REQ. 7	Marketing en las Comunicaciones I CRÉDITOS: 3	REQ. 13	Marketing en las Comunicaciones II CRÉDITOS: 3
2	Administración de la Comunicación CRÉDITOS: 3	REQ. 8	Gestión del Valor de la Marca CRÉDITOS: 3	REQ. 14	Gestión de la Comunicación Organizacional CRÉDITOS: 3
3	Investigación para la Comunicación de la Crisis CRÉDITOS: 3	REQ. 9	Producción Audiovisual CRÉDITOS: 3	REQ. 15	Taller de Seminario de Tesis CRÉDITOS: 3
4	Teoría de la Persuasión CRÉDITOS: 2	REQ. 10	Marketing Digital CRÉDITOS: 3	REQ. 16	Taller de Comunicación Pública y Divulgación de la Ciencia CRÉDITOS: 3
5	Planificación de las Comunicaciones CRÉDITOS: 3	REQ. 11	Gestión de la Comunicación Social CRÉDITOS: 3	REQ. 17	Marketing Político CRÉDITOS: 3
6	Tecnología de la Información y Nuevos Medios Sociales CRÉDITOS: 3	REQ. 12	Investigación de la Comunicación para el Manejo de Riesgo CRÉDITOS: 3	REQ. 18	Comunicación 360º Integración Total de la Comunicación CRÉDITOS: 3
PRIMER SEMESTRE		SEGUNDO SEMESTRE		TERCER SEMESTRE	
TOTAL CRÉDITOS 16		TOTAL CRÉDITOS 18		TOTAL CRÉDITOS 18	

COLOR ÍCONO	ÁREA CURRICULAR
A	ESTUDIOS ESPECIALIDAD
B	ESTUDIOS INVESTIGACION

CUADRO CONSOLIDADO	
TOTAL DE ASIGNATURAS	TOTAL DE CRÉDITOS
18	52

VI. TABLA DE EQUIVALENCIAS

Segunda Especialidad en Marketing en Comunicaciones

PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2019				PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2005			
SEMESTRE	CODIGOS	ASIGNATURAS	CRÉDITOS	SEMESTRE	CODIGOS	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
1		Cultura y Comunicación Mediática	2	2	2H0048	Cultura y Comunicación Mediática.	4
1		Administración de la Comunicación	3	1	7A0401	Administración de la Comunicación.	4
1		Investigación para la Comunicación de la Crisis	3	1	2H0049	Investigación en Comunicaciones.	4
1		Teoría de la Persuasión	2	1	7A0409	Teoría de la Persuasión.	4
1		Planificación de las Comunicaciones	3	1	7A0406	Planificación de las Comunicaciones.	4
1		Tecnología de la Información y Nuevos Medios Sociales	3	2	7A0408	Tecnología y Producción Empresarial.	4
PLAN ESTUDIOS AÑO 2019				PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2005			
SEMESTRE	CODIGOS	ASIGNATURAS	CRÉDITOS	SEMESTRE	CODIGOS	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
2		Marketing en las Comunicaciones I	3	1	7A0403	Marketing en las Comunicaciones I	4
2		Gestión del Valor de la Marca	3				4
2		Producción Audiovisual	3	2	2H0050	Producción Audiovisual.	4
2		Marketing Digital	3				4
2		Gestión de la Comunicación Social	3				4
2		Investigación de la Comunicación para el Manejo de Riesgo	3				
PLAN ESTUDIOS AÑO 2019				PLAN DE ESTUDIOS AÑO 2005			
SEMESTRE	CODIGOS	ASIGNATURAS	CRÉDITOS	SEMESTRE	CODIGOS	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
3		Marketing en las Comunicaciones II	3	2	7A0404	Marketing en las Comunicaciones II	4
3		Gestión de la Comunicación Organizacional	3				
3		Taller de Seminario de Tesis	3	3	HC0180	Seminario de Tesis.	8
3		Taller de Comunicación Pública y Divulgación de la Ciencia	3				
3		Marketing Político	3	2	PM0152	Marketing Político.	4
3		Comunicación 360° Integración Total de la Comunicación	3	3	GA0048	Práctica Institucional	12