

Comunicación

Modalidad de estudio: Semipresencial

| Ciclo | Curso | Pre requisito | Horas totales | Créditos totales |
|--------------------|--|--|---------------|------------------|
| 1 | Mundo Contemporáneo | NINGUNO | 3 | 3 |
| 1 | Razonamiento Lógico | NINGUNO | 5 | 4 |
| 1 | Comunicación Efectiva | NINGUNO | 4 | 4 |
| 1 | Introducción a los Estudios de Comunicación | NINGUNO | 4 | 4 |
| 1 | Taller de Innovación Audiovisual | NINGUNO | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 20 | 19 |
| 2 | Innovación y Creatividad | NINGUNO | 4 | 4 |
| 2 | Razonamiento Numérico | Razonamiento Lógico | 5 | 4 |
| 2 | Personas en la Era Digital | NINGUNO | 4 | 4 |
| 2 | Comunicación y Entorno | Introducción a los Estudios de Comunicación | 4 | 4 |
| 2 | Taller de Redacción Creativa | Comunicación Efectiva | 4 | 3 |
| 2 | Taller de Creación Audiovisual | Taller de Innovación Audiovisual | 4 | 3 |
| TOTAL CICLO | | | 25 | 22 |
| 3 | Expresión Cultural y Arte | Mundo Contemporáneo | 4 | 4 |
| 3 | Filosofía y Crítica de la Ficción | Comunicación Efectiva | 4 | 4 |
| 3 | Audiencias e Insights | 40 créditos aprobados | 3 | 3 |
| 3 | Storytelling Transmedia | Taller de Redacción Creativa | 4 | 4 |
| 3 | Ética y Normativa de la Comunicación | 40 créditos aprobados | 4 | 4 |
| 3 | Diseño de Proyectos y Contenidos Audiovisuales | Taller de Creación Audiovisual | 4 | 3 |
| TOTAL CICLO | | | 23 | 22 |
| 4 | Tecnología | Personas en la Era Digital | 4 | 4 |
| 4 | Paradigmas en la Construcción del conocimiento | Razonamiento Numérico | 4 | 4 |
| 4 | Teoría de la Comunicación | Comunicación y Entorno | 4 | 4 |
| 4 | Planificación de Marketing y Comunicación | Audiencias e Insights | 3 | 3 |
| 4 | Guion Transmedia | Storytelling Transmedia | 4 | 3 |
| 4 | Redacción Periodística y Empresarial | Storytelling Transmedia | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 23 | 22 |
| 5 | Semiótica | Teoría de la Comunicación | 4 | 4 |
| 5 | Estrategia de Comunicación Digital y Plataformas | Planificación de Marketing y Comunicación | 4 | 4 |
| 5 | Taller de Proyectos Gráficos | 60 créditos aprobados | 4 | 3 |
| 5 | Producción y Dirección de Proyectos Audiovisuales | 80 créditos aprobados | 4 | 3 |
| 5 | Taller de Edición y Postproducción Audiovisual | 80 créditos aprobados | 4 | 4 |
| 5 | Fundamentos de Comunicación y Medios | Redacción Periodística y Empresarial | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 24 | 21 |
| 6 | Proyectos y Emprendimiento en Comunicación | Estrategia de Comunicación Digital y Plataformas | 5 | 5 |
| 6 | Taller de Producción y Dirección de Radio | 90 créditos aprobados | 5 | 4 |
| 6 | Gestión de Medios y Formación de voceros | 80 créditos aprobados | 6 | 4 |
| 6 | Gestión Experiencias | 80 créditos aprobados | 6 | 4 |
| 6 | Taller de Relato, Entrevistas y Reputación Institucional | Fundamentos de Comunicación y Medios | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 26 | 21 |
| 7 | Taller de Comunicación Digital | 80 créditos aprobados | 5 | 4 |
| 7 | Taller de Periodismo Audiovisual digital | Producción y Dirección de Proyectos Audiovisuales | 5 | 4 |
| 7 | Analítica e IA en Comunicación | Gestión de Medios y Formación de voceros | 4 | 4 |
| 7 | Periodismo Estratégico y Comunicación Social | Taller de Relato, Entrevistas y Reputación Institucional | 3 | 3 |
| 7 | Electivo 1 | 110 créditos aprobados | 5 | 5 |
| TOTAL CICLO | | | 22 | 20 |
| 8 | Diseño de Investigación | 120 créditos aprobados | 5 | 5 |
| 8 | Gestión de Crisis | 140 créditos aprobados | 4 | 4 |
| 8 | Contenidos Corporativos Transmedia | Taller de Comunicación Digital | 4 | 4 |
| 8 | Electivo 2 | 110 créditos aprobados | 5 | 5 |
| 8 | Prácticas Pre Profesionales | 120 créditos aprobados | 2 | 2 |
| TOTAL CICLO | | | 20 | 20 |
| 9 | Seminario de Investigación | Diseño de Investigación | 6 | 6 |
| 9 | Gestión de la Reputación digital | Gestión de Crisis | 4 | 4 |
| 9 | Cultura y Gestión del Cambio | Contenidos Corporativos Transmedia | 5 | 5 |
| 9 | Electivo 3 | 110 créditos aprobados | 5 | 5 |
| TOTAL CICLO | | | 20 | 20 |
| 10 | Proyecto Final de Carrera | Seminario de Investigación | 6 | 6 |
| 10 | Dirección y Consultoría Estratégica | Gestión de reputación digital | 9 | 7 |
| 10 | Electivo 4 | 110 créditos aprobados | 5 | 5 |
| TOTAL CICLO | | | 20 | 18 |
| | | | 223 | 205 |

Podrás optar por una de las siguientes menciones durante la carrera a través de los cursos electivos

Menciones Multicarrera

| |
|--|
| Gestión y Emprendimiento en Negocios Creativos |
| Negocios Disruptivos con IA |
| Dirección de Emprendedores y Equipos de Alto Rendimiento |
| Monetización de Comunidades Digitales |
| Diseño de Industrias Emergentes |
| Gestión de Influencers |
| Globalización de Mercados Asiáticos |
| Rentabilización de Emprendimientos |

Menciones Específicas

| |
|--------------------|
| Media Intelligence |
|--------------------|

Obtendrás las siguientes certificaciones durante la carrera a través de los cursos aprobados de tu plan de estudios

Certificaciones Progresivas

| |
|---|
| Periodismo Digital y Contenidos Multimedia |
| Comunicación Estratégica y Gestión Reputacional |
| Analítica de Datos e IA para Marketing y Comunicación |

No requieren llevar cursos adicionales, no tiene pagos adicionales

La malla curricular y los itinerarios formativos presentados podrían experimentar variaciones para garantizar su adecuación a la normativa vigente de SUNEDU y a los procesos de mejora continua de la Universidad. La apertura de la carrera y de cada mención está sujeta a un número mínimo de inscripciones. El estudiante podrá elegir una mención (multicarrera o específica) durante su carrera. Para obtener otras menciones, deberá llevar cursos adicionales.

MENCIONES MULTICARRERA

| # | Nombres | Descriptivo | Electivos |
|---|--|--|---|
| 1 | Gestión y emprendimiento en negocios creativos | El mercado actual no solo busca creadores, sino creativos que entiendan cómo hacer que la innovación sea rentable y sostenible, optimizando el valor de sus productos en la economía naranja. Con esta mención, serás capaz de transformar ideas disruptivas en unidades de negocio escalables, gestionando presupuestos, valorando la propiedad intelectual y liderando proyectos desde su concepción hasta su lanzamiento al mercado. Desarrollarás un mindset estratégico aplicado al diseño de soluciones creativas disruptivas. | 1. Diseño de negocios creativos 2. Finanzas Estratégicas y Monetización de Intangibles 3. Marketing estratégico para industrias creativas 4. Laboratorio de emprendimiento y nuevos negocios |
| 2 | Negocios disruptivos con IA | Las empresas actuales enfrentan una obsolescencia acelerada: demandan líderes que no solo entiendan la IA como una herramienta aislada, sino como el motor de una nueva lógica de negocio basada en datos y eficiencia predictiva. Serás capaz de liderar la transformación digital de organizaciones mediante la integración de arquitecturas de IA, optimizando la operatividad y diseñando flujos de trabajo automatizados que maximicen la rentabilidad. Orientarás tu mindset hacia el liderazgo orientado a la eficiencia y escalabilidad exponencial. | 1. Inteligencia Artificial Aplicada a Negocios Digitales 2. Analítica Digital y Toma de Decisiones 3. Modelos de Negocio Digitales Basados en Datos 4. Automatización Inteligente y Optimización de Procesos Digitales |
| 3 | Dirección de emprendedores y equipos de alto rendimiento | Las organizaciones ya no buscan jefes, sino directores capaces de retener talento en la era de la tecnología, integrando la salud mental y la analítica para sostener la productividad a largo plazo. Serás capaz de diseñar sistemas de trabajo ágiles, liderar procesos de mentoría estratégica y utilizar datos para optimizar el rendimiento y bienestar de equipos en entornos de alta presión. Tu liderazgo analítico y empático te permitirá optimizar el capital humano. | 1. Neurociencia y bienestar corporativo 2. Analítica predictiva del talento humano 3. Liderazgo adaptativo y gestión de proyecto 4. Inteligencia colectiva y mentoría estratégica |
| 4 | Monetización de comunidades digitales | Las marcas están abandonando la publicidad tradicional por la construcción de comunidades propias; el mercado exige especialistas que sepan cómo retener la atención y transformarla en ingresos sostenibles. Serás capaz de diseñar arquitecturas narrativas en múltiples plataformas, segmentar audiencias y ejecutar modelos de negocio para rentabilizar comunidades fieles. Pondrás en ejercicio una mentalidad de transformación de audiencias pasivas en ecosistemas de consumo altamente rentables. | 1. Narrativa Transmedia e Inteligencia Artificial Generativa 2. Producción Multimedia Hiper-Personalizada 3. Ingeniería de Audiencias y Comunidades Digitales 4. Monetización de Activos Digitales y Economías de Atención |
| 5 | Diseño de Industrias Emergentes | Las empresas tradicionales están perdiendo relevancia frente a nuevas tribus de consumo; el mercado demanda profesionales con "visión de radar" capaces de navegar la incertidumbre y capitalizar las economías del mañana. Serás capaz de anticipar cambios en el comportamiento del consumidor, identificar nichos de mercado en sectores no convencionales y diseñar estrategias de entrada para productos y servicios de vanguardia tecnológica, con una mentalidad de anticipación mercados y comportamientos en entornos de cambio acelerado. | 1. Antropología del Consumo y Nuevas Generaciones 2. Economías Colaborativas y Circulares 3. Diseño de Futuros y Estrategia Prospectiva 4. Mercados de Frontera e Industrias Disruptivas |
| 6 | Gestión de influencers | Las marcas han dejado de comprar solo pauta para comprar "confianza". El mercado exige profesionales que entiendan la función de los creadores y su impacto comercial de influencia. Serás capaz de diseñar, representar y monetizar marcas personales y corporativas, gestionando ecosistemas de contenido multicanal y negociando contratos de alto impacto entre talentos y marcas globales. Desplegarás tu mindset hacia la capitalización de comunidades digitales mediante estrategias de influencia y autoridad. | 1. Ingeniería de la marca personal 2. Ventas en vivo y estrategia conversacional 3. Gestión del talento e incubación de creadores 4. Economía de la atención |
| 7 | Globalización de mercados asiáticos | El eje comercial del mundo se ha desplazado al Este; las empresas actuales demandan profesionales que entiendan la velocidad de China y el soft power de Corea para competir o aliarse en un entorno de hiper-consumo. Con esta mención, serás capaz de decodificar y adaptar modelos de negocio disruptivos provenientes de Asia, aplicando estrategias de logística ágil, marketing de influencia cultural y nuevos estándares de consumo para el mercado latinoamericano. Desarrollarás una mentalidad global, disruptora de mercados. | 1. Ultra fast-fashion y sostenibilidad inversa 2. Economía del bienestar: G-Beauty y K-tendencias 3. Soft power y exportación cultural de K-pop y C-brands 4. Comercio social y trans-fronterizo |
| 8 | Rentabilización de Emprendimientos | El tejido empresarial latinoamericano se basa en las MYPES, pero estas fracasan por falta de procesos; el mercado demanda especialistas que inyecten eficiencia en la gestión y accesibilidad tecnológica para asegurar su supervivencia y crecimiento. Serás capaz de estructurar y escalar micronegocios mediante tácticas de alta eficiencia operativa y estrategias de ventas de bajo costo con alto retorno de inversión. Tu mentalidad será transformadora, maximizarás los recursos limitados mediante eficiencia operativa y crecimiento táctico. | 1. Ingeniería de Micro-Negocios Rentables 2. Automatización y eficiencia operativa de bajo costo 3. Estrategias de Venta Táctica y Crecimiento Orgánico 4. Estrategias de Escalabilidad y Diversificación Comercial |

MENCIONES ESPECÍFICAS

| # | Nombres | Descriptivo | Electivos |
|---|--------------------|---|---|
| 1 | Media intelligence | En la era de las fake news y el ruido digital, las organizaciones necesitan profesionales que no solo creen contenido, sino que auditen la conversación social y aseguren la relevancia y veracidad de sus mensajes. Serás capaz de procesar grandes volúmenes de datos mediáticos para predecir tendencias de opinión, combatir la desinformación y gestionar la distribución de contenidos optimizados para algoritmos y micro-nichos. Tu mindset te permitirá decodificar datos mediáticos para la gestión estratégica de la reputación. | 1. Inteligencia de Medios y Análisis de Sentimiento Predictivo 2. Narrativas de Verdad en la Era de la Desinformación 3. Producción de Noticias Automatizada y Curaduría Humana 4. Análisis de Micro-Audiencias y Distribución Algorítmica |

CERTIFICACIONES PROGRESIVAS

| # | Nombres | Descriptivo | Cursos | Ciclo | Créditos |
|---|---|--|--|-------|----------|
| 1 | Periodismo digital y contenidos multimedia | Esta certificación forma estudiantes capaces de producir y narrar contenidos periodísticos para entornos digitales y multiplataforma, integrando investigación, redacción, formatos audiovisuales y criterios de ética, veracidad y storytelling, adaptando la información a diversos públicos y plataformas. | Storytelling transmedia | 3 | 4 |
| | | | Redacción periodística y empresarial | 4 | 4 |
| | | | Taller de edición y post producción | 5 | 4 |
| | | | Taller de periodismo audiovisual digital | 7 | 4 |
| 2 | Comunicación Estratégica y Gestión reputacional | Esta certificación forma estudiantes capaces de dirigir la comunicación estratégica de organizaciones y marcas, gestionando su reputación y respondiendo eficazmente a escenarios de riesgo y crisis. Los estudiantes desarrollan habilidades para tomar decisiones comunicacionales basadas en análisis del entorno, diseñar estrategias alineadas a objetivos de negocio y liderar la relación con medios, stakeholders y públicos clave. Asimismo, adquieren competencias para anticipar impactos reputacionales, gestionar crisis y proteger el valor institucional en contextos digitales, mediáticos y organizacionales complejos. | Planificación de Marketing y Comunicación | 4 | 3 |
| | | | Gestión de medios y formación de voceros | 6 | 4 |
| | | | Contenidos corporativos transmedia | 8 | 5 |
| | | | Gestión de reputación digital | 9 | 4 |
| 3 | Analítica de Datos e IA para Marketing y Comunicación | Esta certificación forma estudiantes capaces de analizar datos, aplicar inteligencia artificial y convertir insights en decisiones estratégicas para la comunicación y el marketing, aportando valor en entornos digitales y organizacionales complejos. | Audiencias e Insights | 3 | 3 |
| | | | Estrategia de comunicación digital y plataformas | 5 | 4 |
| | | | Analítica e IA en Comunicación | 7 | 4 |
| | | | Cultura y gestión del cambio | 9 | 4 |