**IV. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN (de acuerdo al Art. 127 del**

**Reglamento Académico)**

Dos evaluaciones parciales el primero en la octava semana de iniciada las clases y el segundo en la semana dieciséis; además se considera los trabajos académicos aplicativos a la mitad y al finalizar el periodo lectivo.

El promedio para cada Evaluación parcial se determina anotando el promedio simple de:

1. Evaluación Escrita (con un decimal sin redondeo)

2. Evaluación Oral (con un decimal sin redondeo)

3. Trabajo Académico.

Se considerarán los trabajos académicos aplicados a la mitad y al finalizar el periodo lectivo como tercera nota

El promedio final se hará calculando**: PF= P1+P2**

**2**

Los promedios P1 y P2, serán anotados con un decimal sin redondeo.

**VISITA ACADÉMICAS PROGRAMADAS**

Las visitas académicas programadas no afectará la programación de clases del curso y de otros cursos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

**V. BIBLIOGRAFÍA**

AUTOR AÑO DE EDICIÓN TITULO EDITORIAL

1. Tello Mejía. Lidverht 1982 “ Lenguaje y Comunicación” Ediciones INFV, Lima.

2. Price, Vicent 1995 “La opinión pública” Barcelona– España.

3. Dadme y otros 2007 “Medios de comunicación y opinión pública” Madrid

4. [http://aceproject.org/ace-es/topics/me/mee/mee04/mee04](http://aceproject.org/ace-es/topics/me/mee/mee04/mee04a)a

5[.http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los\_medios\_de\_comun](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los_medios_de_comuni)i cacion

6. [http://www.redalyc.org/articulo.o](http://www.redalyc.org/articulo.oa)a?id=15801511

Huacho setiembre del 2017

JOSE FAUSTINO SANCHEZ

**Universidad Nacional**

**“José Faustino Sánchez Carrión”**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

 *Av. Echenique S/N – Telf. 236097 Anexo: 230*

**SILABO**

**ASIGNATURA: Taller de Monitoreo y Análisis de Medios** C**ÓDIGO:** 21507

**I. DATOS GENERALES**

1.1 DEPARTAMENTO ACADÉMICO : Ciencias sociales y comunicación.

1.2 ESCUELA PROFESIONAL : Ciencias de la Comunicación

1.3 CICLO ACADÈMICO : IX

1.4 SEMESTRE ACADÉMICO : 2018-I

1.5 PESO ACADÉMICO : TH:4 ; HT-2 ; HP -2

1.6 CRÉDITOS : 03

1.7 PRE REQUISITO : Ninguno

1.8 DOCENTE :M(a) Judith Cabanillas Barreto

1.9 CORREO :jjcabanillasb@hotmail.com

**II. SUMILLA:**

En este curso el alumno podrá poner en práctica diversos análisis de la formación de la opinión pública a través de la recreación de la realidad que producen los medios masivos de comunicación. También se estudiará la participación de los diversos actores sociales en la esfera pública y su rol y estrategias de incidencia en la opinión pública.

**III. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA**

3.1 **Objetivos o Competencias**

- Utilizar diversas herramientas conceptuales provenientes de la investigación en comunicaciones para evaluar críticamente el rol de los medios.

- Evaluar la calidad de la cobertura informativa de una noticia atendiendo criterios periodísticos.

3.2 **Estrategias Metodológicas**

- Por parte del docente se utilizará como estrategia cognitiva los equipos multimedia; así también la exposición Oral.

- Se realizará exposiciones grupales de los alumnos, elaboración y sustentación de trabajos, análisis y debate de textos y material audiovisual.

3.3 **Medios y Materiales de Enseñanza**

-Ordenador PC y proyector multimedia, Textos y separatas, Videos, papelógrafos.

**VI. CONTENIDO TEMÁTICO Y CRONOGRAMA**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| UNIDAD TEMÁTICA | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | CONTENIDOS ANALÍTICOS | Nº SEM |
| IMARCO CONCEPTUAL– EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN LA OPINION PUBLICA |  Estructurar conceptualmente los conocimientos del monitoreo y análisis de medios. | 1.1. Introducción. Importancia del curso: Monitoreo y análisis de medios. | 1 |
| 1.2 Importancia y planes de monitoreo y evaluación. | 2 |
| 1.3 Monitoreo a los medios de comunicación social. Práctica Calificada. | 3 |
| 1.4 Técnicas para realizar un análisis de los medios de comunicación social. | 4 |
| II ANALISIS DE LA COBERTURA INFORMATIVA DE LA NOTICIA |  Identificar a través de técnicas de análisis de medios de comunicación la cobertura informativa de la noticia. | 2.1 Estructura de un análisis de medios. | 5 |
| 2.2 Práctica de Estructura de análisis de medios. | 6 |
| 2.3 Conceptos diversos de opinión pública. | 7 |
| 2.4 **EXAMEN PARCIAL Y PUBLICACIÓN DE RESULTADOS** | 8 |
| III MEDICION DE LA NOTICIAS PARA EL USO DE LA EMPRESA Y/O INSTITUCIÓN |  Analizar el monitoreo a los medios de prensa, televisión, radio e internet. | 3.1 El monitoreo de medios en redes sociales. | 9 |
| 3.2. Análisis de casos de medios impresos locales. | 10 |
| 3.3 Análisis de casos de medios impresos nacionales. | 11 |
| 3.4 Análisis de casos de medios radiales locales. | 12 |
| IV AGENCIA DE MONITOREO Y ANALISIS DE MEDIOS |  Planificar, diseñar y estructurar un plan de estrategia de agencia de monitoreo y análisis de medios. | 4.1 Análisis de casos de medios radiales nacionales. | 13 |
| 4.2 Funciones de una agencia de monitoreo y análisis de medios | 14 |
| 4.3 Revisión del proyecto de monitoreo y análisis de medios. | 15 |
| 4.4 Presentación del proyecto de monitoreo y análisis de medios. | 16 |
| 4.5 **EXAMEN FINAL Y PUBLICACIÓN DE RESULTADOS** | 17 |