



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA**

## **ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**PLAN ESTRATÉGICO  
2013- 2017**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

**PLAN ESTRATÉGICO 2013-2017**

**VERSIÓN EJECUTIVA**

## **PRESENTACIÓN**

En el mundo postmoderno la ciencia debe ser un saber, más no un instrumento del poder; las nuevas tecnologías deben preocuparse tanto de los medios como de los fines, buscando consenso sobre lo verdadero, lo justo y lo bello como eje rector de los principios elementales.

La universidad es por excelencia una institución humanista, que tiene como función principal la formación de hombres buenos y cultos con capacidad de trabajar en este mundo actual de competitividad.

La llamada “Sociedad de la Información” ha posicionado a las ciencias de la información y la comunicación en un escenario de crecimiento exponencial, que lleva a la consolidación de los pasados disciplinares e institucionales respectivos, proporciona una imagen de la sociedad actual y futura donde los fenómenos de la información y la comunicación continuarán en procesos complejos, multiplicando los recursos, discursos, prácticas sociales y representaciones en variados soportes, amalgamando las más diversas realidades y contextos, de allí la importancia que cobran las ciencias de la Comunicación para la sociedad peruana.

Frente a lo anteriormente expresado se llevó a cabo el recojo de expectativas, problemática, y necesidades sociales de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación, procediendo a identificar la situación real actual respecto a fortalezas y debilidades, amenazas y oportunidades, que han servido para elaborar el documento que provee de objetivos, estrategias y actividades orientadas a conseguir la calidad y competitividad académica y administrativa, pudiendo actuar exitosamente en el entorno social e internacional.

A continuación se presenta El Plan Estratégico 2013 – 2017 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, documento que ha sido elaborado por autoridades, docentes y grupos de interés de la Escuela, en concordancia con el Plan Estratégico de la Universidad de San Martín de Porres para el período 2013 – 2017.

En primer lugar, se presenta el marco general de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres; en segundo lugar, la Visión, la Misión y los Objetivos Estratégicos, y finalmente, se presenta a nivel programático, las estrategias, actividades e indicadores por cada Objetivo planteado en el Plan Estratégico 2013 – 2017.

**Dr. Johan Leuridan Huys**

**Decano**

# **I. GENERALIDADES**

## **1. Propósito**

El Plan Estratégico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres es la declaración formal que contiene y describe el apoyo y alineación de la razón de ser de la Universidad; establece: objetivos, metas, estrategias y directrices con base en un análisis de la situación de la entidad, teniendo en cuenta oportunidades, amenazas del medio externo, fortalezas y debilidades de la carrera profesional; asimismo está destinado al logro de los objetivos propuestos en cinco años.

El presente Plan Estratégico tiene por finalidad:

- Establecer los objetivos y metas para el período 2013-2017.
- Formular estrategias para el logro de los objetivos y metas trazadas.
- Consolidar el posicionamiento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en el ámbito académico, político, social y económico.
- Desarrollar la planificación y capacitación para la formulación y ejecución del Plan Operativo de la Escuela, alineado con los objetivos y las estrategias institucionales.
- Consolidar la cultura institucional para afrontar los retos y tendencias que puedan presentarse.

## **II. ANÁLISIS SITUACIONAL**

## **2.1 Análisis Externo**

En una proyección al año 2017 los factores evaluados para el análisis externo, tal como ya se ha señalado, contienen los siguientes elementos:

1. Factor político: Comprende las situaciones futuras relacionadas con la organización, en los temas políticos, las tendencias políticas, etc.
2. Factor legal: Se refiere a los aspectos legales y normativos, tanto del poder legislativo y ejecutivo, gobierno regional y local, así como los sectores de transporte y comunicaciones, educación y de aquellas instituciones involucradas en las comunicaciones.
3. Factor económico: Se refiere al movimiento económico en el mercado que afecta al público objetivo y los integrantes de la comunidad universitaria.
4. Factor tecnológico: Se refiere al avance de la tecnología, la tendencia al mayor desarrollo de la tecnología digital.
5. Clientes: Comprende las personas que requieren capacitación y formación en la profesión de Comunicador Social.
6. Competidores directos: Está referido a las Facultades y Escuelas de Ciencias de la Comunicación a las que también pudiera postular nuestro público objetivo, por razones de distancia, calidad del servicio educativo, costos, programas alternativos, horarios, etc.
7. Competidores potenciales: Comprende todas las Escuelas de Ciencias de la Comunicación, públicas y privadas, a las cuales pudieran postular nuestro público objetivo, aunque actualmente no sea el caso.
8. Competidores indirectos o sustitutos: Se refieren a las Facultades y Escuelas que forman en otras disciplinas, que también pudieran constituir un atractivo para nuestro público objetivo.

## **2.2 Análisis Interno**



## **IDENTIFICACIÓN DE FORTALEZAS**

Del análisis efectuado al entorno externo e interno se determinaron las fortalezas de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación:

### **Fortalezas**

1. Docentes con amplia experiencia.
2. Calidad de servicio dirigido a los estudiantes.
3. Incremento de ingresantes.
4. Moderna infraestructura.
5. Biblioteca equipada con información especializada.
6. Participación de alumnos en concursos y eventos nacionales e internacionales.
7. Prácticas profesionales realizadas en medios de comunicación.
8. Incremento de titulados por tesis.
9. Formación de profesionales calificados.
10. Publicación de investigaciones en revistas indexadas y textos publicados.
11. Prestigio de la escuela de comunicaciones.
12. Integrante de la Sociedad Interamericana de Prensa.
13. Acreditaciones internacionales en comunicaciones desde el año 2004.
14. Egresados insertados en el mercado laboral de las comunicaciones.
15. Solidez financiera.

## **IDENTIFICACIÓN DE LAS DEBILIDADES**

Entre algunas de las debilidades en relación a la evaluación del entorno externo e interno se tiene:

1. Ausencia de tutoría docente en diferentes áreas de desarrollo del estudiante.
2. Considerable número de docentes con estudios concluidos de maestría y doctorado que no cuentan con el grado académico respectivo.
3. Insuficiente preparación referente al idioma inglés en función a docentes y alumnos.
4. Expectativas distorsionadas de los alumnos respecto a la carrera.

5. Pocos espacios de reflexión dirigidos a la responsabilidad social.
6. Inadecuada distribución del ancho de banda de internet.
7. Alto índice de docentes contratados.

## **III. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA**

### 3.1 Universidad de San Martín de Porres

#### Misión

*Formar profesionales competentes, con sólidos valores humanísticos, éticos, morales y cívicos.*

*Contribuir a la creación de conocimientos a través de la investigación y promover la difusión de la ciencia, la tecnología y la cultura.*

*Proyectar nuestra acción a la comunidad, propiciando la construcción de una sociedad moderna y equitativa.*

#### Visión

*Figurar en el ranking Quacquarelli Symonds entre las 100 mejores universidades del mundo o entre las 10 mejores de América Latina para el año 2021.*

### 3.2 De la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación

#### Misión

*Formar profesionales en Ciencias de la Comunicación con elevado nivel académico y sólidos valores éticos, capaces de desempeñarse eficientemente en los campos del periodismo, la comunicación audiovisual, la publicidad y las relaciones públicas; contribuir, mediante la investigación de la comunicación, al desarrollo y difusión de la ciencia, la tecnología y la cultura; y proyectar nuestra acción a la comunidad a fin de proporcionar la construcción de una sociedad moderna, equitativa e integrada.*

### 3.3 Visión

*Ser líder en la formación de comunicadores sociales, así como en la investigación y difusión del conocimiento de las ciencias de la comunicación a nivel nacional*

### 3.4 Valores

- *Servicio y compromiso social*
- *Excelencia*
- *Libertad académica*
- *Respeto a los derechos humanos*
- *Trabajo en equipo*
- *Comunicación efectiva*
- *Tolerancia*
- *Solidaridad*
- *Honestidad e integridad*
- *Ética profesional y humanismo*

### 3.5 Cultura Institucional

La Universidad de San Martín de Porres promueve los siguientes valores, que considera son parte esencial y permanente de la cultura de la Institución, contribuyen a darle un claro sentido de identidad que trasciende a los cambios del entorno y sirven de guía de acción de nuestra casa de estudios.

#### 1. Respeto a la persona

Es la clara y completa comprensión de los derechos y deberes individuales y colectivos, así como la disposición para reconocer y entender las diferencias y asumir constructivamente la controversia y la pluralidad de ideas. Es también el reconocimiento, aprecio y valoración de las cualidades del otro.

## **2. Búsqueda de la verdad**

La búsqueda de la verdad es la preocupación constante del ser humano por dar respuesta a todas sus cuestiones fundamentales y constituye una necesidad de la vida humana.

## **3. Integridad (Honestidad, equidad, justicia, solidaridad y vocación de servicio)**

Es la realización del trabajo con actitud positiva, cooperativa y desinteresada, para satisfacción personal, de la Institución y la sociedad.

Nuestro accionar debe ser por convicción, haciendo lo éticamente correcto. Debemos pensar, hablar y actuar con apego a principios y valores morales.

## **4. Búsqueda de la excelencia**

Estamos siempre orientados hacia el mejoramiento y la innovación continua. Nos proponemos objetivos ambiciosos y apoyamos su logro. Es la conciencia de la propia perfectibilidad, ligada a una clara filosofía de mejoramiento permanente.

La excelencia es una constante en la ejecución de nuestras actividades académicas y administrativas, las cuales realizamos con calidad y productividad.

Ante el reto de la excelencia, únicamente la alta calidad profesional, la actitud idónea y la pasión con la que asumamos nuestras funciones, nos permitirán seguir creando futuro y responder a las necesidades de un país que nos demanda ser cada día mejores.

## **5. Liderazgo (académico, tecnológico y otros)**

Comprendido como la capacidad de cada miembro de la comunidad universitaria para autogestionar su realización personal y lograr el compromiso de las personas que le rodean en función de objetivos comunes.

Desarrollar la capacidad de liderazgo significará la adopción de un programa personal claro y acorde con la misión institucional y de una filosofía de vida basada en el aprendizaje continuo, la innovación, la negociación y la toma oportuna de decisiones, así como el establecimiento de relaciones duraderas, entre los miembros del equipo y con nuestros beneficiarios.

## **6. Actitud innovadora y emprendedora**

Incentivamos la creatividad como un instrumento para la innovación y la optimización en el uso de recursos, para enfrentar los retos profesionales y la capacidad de poder llevar a cabo con éxito un proyecto, interpretando las características reales del entorno y viendo en ellas la oportunidad para la realización de un negocio.

## **7. Conservación ambiental**

Es una práctica permanente y continua de la comunidad universitaria respecto al uso racional y sostenible de los recursos, el progreso generacional y la preservación del ambiente, del que somos parte integrante. Impulsamos además una cultura y una preocupación constante por el desarrollo sostenible del país.

## **8. Trabajo en equipo**

Trabajamos en forma colaborativa, con una apropiada cohesión, coordinación, cooperación y comunicación asertiva. Compartimos nuestros talentos, valorando las diferencias de opinión y fomentando se logren las aspiraciones individuales en cada miembro de la comunidad universitaria.

## **9. Comunicación efectiva**

Uso de todos los canales de información para crear un clima de confianza, respeto y bienestar que favorezca la efectividad de las tareas y que tenga en cuenta todos los aspectos relevantes, garantizando la coordinación transversal entre las diferentes entidades que constituyen y articulan el conjunto de la USMP.

## **10. Compromiso con el desarrollo del país**

Mantenemos un alto compromiso con la constante adecuación del quehacer universitario para que responda a las realidades sociales, formando profesionales con una gran sensibilidad y responsabilidad, capaces de contribuir con el bienestar de las comunidades, a fin de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

## **SELECCIÓN DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

A partir de lo expuesto, se seleccionaron los objetivos estratégicos que se presentan a continuación. En algunos casos, se han unificado objetivos por la relación que existe entre ellos y las posibilidades de abordarlos con las mismas estrategias.

1. Fortalecer la calidad educativa
2. Buscar permanentemente la excelencia apoyando el desarrollo docente
3. Fomentar la investigación y publicación de trabajos
4. Generar una cultura de responsabilidad social en el cuerpo docente y alumnado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.
5. Mejorar la infraestructura.



## **IV. PLAN DE ACCIÓN**

## Plan de acción

### Objetivo 1: Fortalecer la calidad educativa

Estrategia 1 – Promover la calificación y actualización docente, con la finalidad de contar con profesionales que cumplan con las exigencias científicas y tecnológicas para garantizar la formación de profesionales competentes, Íntegros y de excelencia.

#### Actividades

|  |                                 |          |
|--|---------------------------------|----------|
| 1- Evaluación del plan curricular de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación   | Comisión Curricular             | 2016     |
| 2- Elaboración y aplicación de directivas anuales para la contratación docente de acuerdo al perfil de cada área de formación profesional.   | Jefe del Departamento Académico | DIC 2013 |
| 3- Elaboración y ejecución de un plan de evaluación desde la perspectiva del desarrollo profesional permanente de los docentes y de acuerdo a los criterios considerados por la Escuela. | Jefe del Departamento Académico | DIC 2014 |
| 4- Capacitación docente en función la estructura del proceso de formación profesional para la evaluación del perfil del egresado   | Jefe del Departamento Académico | FEB 2014 |

|  |          |
|--|----------|
| 5- Capacitación y elaboración de portafolios que plasmen el desarrollo de todos los contenidos curriculares del ciclo, según las respectivas áreas de formación profesional con la finalidad de difundir la exitosa experiencia. |          |
| Jefe del Departamento Académico  | JUL 2014 |

|  |          |
|--|----------|
| 6- Elaboración y aplicación de instrumentos de evaluación de acuerdo al perfil de cada área profesional al término de la formación académica. Así como el seguimiento, monitoreo y evaluación (resultados e impacto) |          |
| Jefe del Departamento Académico  | DIC 2014 |

|  |          |
|--|----------|
| 7- Implementación un programa de tutoría docente |          |
| Jefe del Departamento Académico                  | DIC 2014 |

|   |          |
|---|----------|
| 8- Optimización del sistema de seguimiento del egresado |          |
| EPU   | DIC 2014 |

|  |          |
|--|----------|
| 9- Implementación del sistema de movilidad Académica |          |
| Jefe del Departamento Académico                      | DIC 2014 |

## **Objetivo 2- Buscar permanentemente la excelencia apoyando el desarrollo docente**

Estrategia 1 – Potenciar una política de formación docente.

### Actividades

|  |          |
|--|----------|
| 1. Relanzamiento del Programa estrategias didácticas para el desarrollo de sesiones de aprendizajes. |          |
| Jefe del Departamento Académico  | FEB 2015 |

|   |          |
|---|----------|
| 2. Promoción de talleres de actualización profesional en diversas especialidades. |          |
| Jefe del Departamento Académico   | DIC 2015 |

|  |          |
|--|----------|
| 3. Implementación de un programa de capacitación en el uso eficiente de TICs para la educación |          |
| Área de prensa escrita y digital   | FEB 2013 |

|   |          |
|---|----------|
| 4. Implementación de un curso integral del idioma inglés para los docentes. |          |
| Jefe del Departamento Académico   | DIC 2015 |

|   |          |
|---|----------|
| 5. Implementación de un curso taller de tesis dirigido a docentes que no hallan sustentado el grado de magíster o doctor. |          |
| Sección post grado  | JUL 2014 |

|   |          |
|---|----------|
| 6. Implementación del ciclo de conferencias internacionales orientado a docentes de todas las áreas |          |
| Jefe del Departamento Académico   | AGO 2013 |

|   |           |
|---|-----------|
| 7. Implementación de Ayudantías de Cátedra por parte de alumnos destacados como experiencia piloto. |           |
| Jefe del Departamento Académico   | 2014-2015 |

|   |          |
|---|----------|
| 8. Promoción del préstamo de honor a docentes que deseen seguir estudios de maestría y doctorado. |          |
| Jefe del Departamento Académico   | DIC-2015 |

|  |          |
|--|----------|
| 9. Generación de concursos para plazas docentes. |          |
| Jefe del Departamento Académico                  | DIC-2015 |

|   |          |
|---|----------|
| 10. Implementación de asesoría y actualización para el desarrollo del programa de investigación formativa |          |
| Jefe del Departamento Académico   | JUL 2014 |

Estrategia 2 – Evaluar periódica y continuamente a los docentes.

#### Actividades

|  |           |
|--|-----------|
| 1- Nombramiento de una comisión multidisciplinaria para la elaboración de un Sistema Integral de Evaluación Docente de acuerdo con los reglamentos elaborados por la Comisión Institucional de Acreditación. |           |
| Unidad de Acreditación   | OCT- 2013 |

|   |           |
|---|-----------|
| 2- Ejecución de un taller del buen desempeño docente en la Escuela de de Ciencias de la Comunicación. |           |
| Unidad de Acreditación  | OCT- 2013 |

|  |           |
|--|-----------|
| 3- Evaluación de los docentes de la Escuela de Comunicación, por la comisión multidisciplinaria. |           |
| Unidad de Acreditación   | OCT- 2013 |

### **Objetivo 3: Fomentar la investigación científica.**

Estrategia 1: Desarrollar investigación científica por áreas de especialización.

## Actividades

|   |          |
|---|----------|
| 1. Nombramiento de un comité multidisciplinario para la priorización de las líneas de investigación.  |          |
| Oficina de Grados y Títulos   | SEP 2014 |
| 2. Gestión de alianzas internacionales para publicaciones conjuntas.                                  |          |
| Director del Instituto de Investigación   | DIC 2014 |
| 3. Implementación del registro de propiedad Intelectual de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. |          |
| Jefe del Departamento Académico   | DIC-2015 |
| 4. Publicación de revistas de investigación para docentes, graduados y titulados.                     |          |
| Director del Instituto de Investigación   | DIC-2013 |
| 5. Producción de revistas de investigación para estudiantes.  |          |
| Director del Instituto de Investigación   | DIC 2016 |
| 6. Gestión de alianzas con editores de las principales revistas científicas latinoamericanas.         |          |
| Director del Instituto de Investigación   | OCT 2015 |

Estrategia 2– Establecer fondos, incentivos y reconocimientos para la investigación.

Actividades

|   |          |
|---|----------|
| 1- Nombramiento de un comité para la búsqueda de fondos para las líneas de investigación. |          |
| Director del Instituto de Investigación   | SEP 2015 |

|  |          |
|--|----------|
| 2- Gestión de alianzas estratégicas con empresas e instituciones nacionales e internacionales promotoras de investigación. |          |
| Director del Instituto de Investigación  | DIC 2013 |

|  |          |
|--|----------|
| 3- Asignación de carga no lectiva de investigación a los docentes. |          |
| Jefe del Departamento Académico                                    | JUN 2013 |

|  |          |
|--|----------|
| 4- Adecuación de una escala de incentivos para los docentes y alumnos que investiguen. |          |
| Jefe del Departamento Académico  | OCT 2013 |

|   |          |
|---|----------|
| 5- Elaboración de proyectos de investigación científica y presentación a instituciones que los financien. |          |
| Director del Instituto de Investigación   | OCT 2013 |

Estrategia 3– Apoyar la publicación de investigación científica.

Actividades

|   |          |
|---|----------|
| 1. Publicación de revistas científicas de la Escuela en la web de la Universidad. |          |
| Director del Instituto de Investigación   | OCT 2014 |

|  |          |
|--|----------|
| 2. Publicación de tesis de la Escuela en la web de la Universidad. |          |
| Director del Instituto de Investigación y Grados y títulos.        | JUL 2014 |

|   |          |
|---|----------|
| 3. Difusión anual de libros y artículos indexados en formato impreso y digital. |          |
| Director del Instituto de Investigación   | DIC 2015 |

Estrategia 4 – Implementar el currículo con contenidos de investigación científica.

#### Actividades

|  |          |
|--|----------|
| 1- Promover en las diferentes asignaturas el desarrollo de la investigación. |          |
| Jefe del Departamento Académico  | JUN 2014 |

|  |          |
|--|----------|
| 2- Implementación de la investigación científica como eje transversal. |          |
| Jefe del Departamento Académico  | JUN 2014 |

### **Objetivo 4: Generar la cultura de responsabilidad social en el cuerpo docente y alumnado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.**

Estrategia 1: Acrecentar la conciencia para la participación en responsabilidad social desde el rol que cumple cada miembro de la escuela de Ciencias de Comunicación



## Actividades

|  |          |
|--|----------|
| 1. Disposición de espacios y actividades de encuentro y ejercicio de la responsabilidad social en estudiantes, profesores, directivos y trabajadores en general. |          |
| EPU - DARSE  | JUL 2013 |

|  |          |
|--|----------|
| 2. Evaluación a docentes y estudiantes en actitudes, valores y comportamiento ético. |          |
| EPU - DARSE  | OCT 2013 |

|   |          |
|---|----------|
| 3. Promoción de investigación periodística en temas relacionados con la cooperación y el servicio a la comunidad. |          |
| Área de Periodismo escrito y digital  | DIC 2013 |

|  |          |
|--|----------|
| 4. Elaboración de cortometrajes y/o videos que propicien el bienestar social así como los estilos de vida saludable. |          |
| Área de audiovisual  | DIC 2013 |

Estrategia 2: Promover la investigación e implementar una estrategia para incorporar la responsabilidad social en impactos económicos, sociales y ambientales.

## Actividades

|   |          |
|---|----------|
| 1- Designación de equipos cooperativos de docentes y estudiantes, que investiguen desde la responsabilidad social |          |
| Jefe del Departamento Académico   | SEP 2017 |

|  |  |
|--|--|
| 2- Ejecución de una campaña de valores dirigida a la comunidad |  |
|--|--|

|   |            |
|---|------------|
| educativa dando a conocer la importancia de la responsabilidad social, por parte de docentes y alumnos. |            |
| EPU - DARSE   | SEP - 2017 |

|   |            |
|---|------------|
| 3- Asignación de premios a los mejores artículos referidos a la responsabilidad social. |            |
| Jefe del Departamento Académico   | SEP - 2017 |

## Objetivo 5: Mejorar la infraestructura

Estrategia 1: Consolidar el crecimiento de la Infraestructura y mantener e implementar el equipamiento con tecnología de última generación.

### Área de televisión

#### Actividades

|  |            |
|--|------------|
| 1. Actualización de equipos de tv en estándares de full high definition -1080p con equipos que trabajen en estado sólido como tarjetas o discos duros. |            |
| Decano -Jefe del Departamento Académico  | NOV - 2014 |

|   |            |
|---|------------|
| 2. Adquisición de sistemas de registro de video y tv de mejor calidad tipo 2k para la producción profesional digital. |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico  | DIC - 2016 |

|  |  |
|--|--|
| 3. Conversión del sistema de equipo SD a normas HD (Alta Definición) para cámaras y centros de control como switcher y periféricos |  |
|--|--|

|  |            |
|--|------------|
| Decano - Jefe del Departamento Académico | DIC - 2014 |
|--|------------|

|   |            |
|---|------------|
| 4. Renovar equipos de cómputo (ofimática) |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico  | DIC - 2014 |

|  |            |
|--|------------|
| 5. Creación de un laboratorio para capacitación en edición con 30 estaciones Mac's |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico   | DIC - 2014 |

|  |          |
|--|----------|
| 6. Implementación de islas de edición in house (internas) en los talleres de producción televisa digital |          |
| Decano - Jefe del Departamento Académico   | DIC-2014 |

|   |            |
|---|------------|
| 7. Adquisición 50 módulos de edición Mac's, 30 para laboratorio, 6 para talleres 10 para post producción y 4 para monitoreo |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico  | DIC - 2014 |

|  |            |
|--|------------|
| 8. Implementación de espacios físicos para aulas y talleres. |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico                     | DIC - 2014 |

## Taller de Publicidad

### Actividades

|   |            |
|---|------------|
| 1- Renovación de 25 Mac's de última generación para el taller de publicidad con respectivas licencias de funcionamiento |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico  | NOV - 2014 |

|   |            |
|---|------------|
| 2- Implementación de un software y actualizaciones para monitoreo de medios y estudios de mercado en versión digital (5 estudios por año) |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico  | MAR - 2014 |

|   |            |
|---|------------|
| 3- Mejora de espacios físicos para aulas y talleres |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico            | MAR - 2015 |

|  |            |
|--|------------|
| 4- Implementación 2 módulos para el taller de publicidad |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico                 | NOV - 2017 |

|  |            |
|--|------------|
| 5- Implementación de un Área de Producción Audiovisual |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico               | NOV - 2017 |

|  |            |
|--|------------|
| 6- Modernización de una sala de conferencias |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico     | NOV - 2017 |

## Taller de Relaciones Públicas

### Actividades

|   |            |
|---|------------|
| 1- Implementación de nuevos espacios para talleres. |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico            | NOV - 2017 |

|   |            |
|---|------------|
| 2- Adquisición de cámaras fotográficas profesionales. |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico              | JUL - 2015 |

## Área de periodismo escrito digital

### Actividades

|  |           |
|--|-----------|
| 1. Renovación de equipos tecnológicos como ipads. Cámaras digitales y micrófonos de última generación. |           |
| Decano - Jefe del Departamento Académico   | NOV -2014 |

|  |            |
|--|------------|
| 2. Implementación de 40 PCs para los talleres del área: Aficionline, Redaccionline, Alternotv, periódico redacción, taller de fotografía, de diseño de periódicos, de Infografía multimedia y taller de gestión de contenidos. |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico   | DIC - 2017 |

|  |            |
|--|------------|
| 3. Renovación de 25 Mac's de última generación con sus respectivas licencias de funcionamiento |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico   | DIC - 2014 |

|  |            |
|--|------------|
| 4. Adquisición de 60 cámaras fotográficas profesionales. |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico                 | DIC - 2016 |

## Área de radio

### Actividades

|   |            |
|---|------------|
| 1- Renovación de computadoras mac de última generación en las 25 islas de edición |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico  | DIC - 2014 |

|   |           |
|---|-----------|
| 2- Contratación y activación de la señal <a href="http://www.radiodialnet.com">www.radiodialnet.com</a> a fin de que transmita audio en vivo. |           |
| Decano - Jefe del Departamento Académico  | MAR -2014 |

|   |            |
|---|------------|
| 3- Implementación acústica de las seis Islas de Edición de los Talleres Audiovisuales y Periodismo para Multiplataformas. |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico  | JUN - 2013 |

|  |            |
|--|------------|
| 4- Implementación acústica de las 18 Islas de Edición del 3er. Piso para estudiantes de V al VIII Ciclo. |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico   | NOV - 2015 |

|   |  |
|---|--|
| 5- Ampliación de la sala de reunión 2 en el 4to. Piso para el Taller de |  |
|---|--|

|  |            |
|--|------------|
| Proyectos y Realización Radial.          |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico | MAR - 2014 |

|   |            |
|---|------------|
| 6- Renovar el alquiler de espacios en Radio San Borja por cuatro horas los días sábados para los programas que producen los estudiantes de los Talleres de X ciclo de las especialidades de Audiovisuales y Periodismo. |            |
| Decano - Jefe del Departamento Académico  | MAR - 2014 |

Estrategia 2: Actualizar el material bibliográfico en todas sus modalidades.

#### Actividades

|  |            |
|--|------------|
| 1- Incremento en las suscripciones a editoriales, revistas especializadas y bancos de información. |            |
| Secretaría de Facultad y Biblioteca  | NOV - 2013 |

|  |            |
|--|------------|
| 2- Incremento en la adquisición de textos, libros y otras publicaciones. |            |
| Jefe del Departamento Académico  | NOV - 2013 |

|   |            |
|---|------------|
| 3- Promover la Implementación del sistema de lectura de e-books en la biblioteca de la Universidad. |            |
| Jefe del Departamento Académico   | NOV - 2013 |