

# Comunicarte

Dedícate a **EXPRESARTE**



Quieres **estudiar**  
**Comunicaciones** y no  
sabes dónde?

¡Aquí encontrarás información que  
te permitirá tomar una buena  
decisión!

# Comunicaciones

Es la parte de las Ciencias Sociales que se encarga de estudiar la esencia de los **procesos de comunicación** como fenómenos en sí mismos, los medios que se emplean y el conjunto semiótico que construyen, generando sus propios métodos de estudio y herramientas analíticas.

¿Qué son?

## Perfil del aspirante

Habilidad para expresarse en forma oral y escrita.

Capacidad de observación y buena disposición para adaptarse a diferentes ambientes

Gran sensibilidad y sentido social

Capacidad persuasiva y para el diálogo

Destreza para el razonamiento verbal

## Perfil del egresado

Como Licenciado en Ciencias de la Comunicación podrás trabajar en empresas públicas o privadas de nivel nacional e internacional, realizando las siguientes funciones: **investigación, diseño, implementación, control y evaluación de políticas y estrategias de comunicación** dentro de las organizaciones, y la **producción multimediática**, tales como: fotografía, foto digital, televisión, radio, cine, video y multimedia



# CARRERAS .MENCIONES. ESPECIALIDADES

**PUBLICIDAD**

**PERIODISMO**

**MARKETING**

**COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

**COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**



Promueve el análisis y la gestión de estrategias de comunicación con la finalidad de generar o mejorar procesos de comunicación interpersonales, grupales y masivos que apunten al desarrollo. Prepara al estudiante para el diseño, la gestión y la implementación de estrategias, acciones y mensajes en organizaciones y en proyectos de comunicación, donde se prioricen temas de actualidad para el mejoramiento de la calidad de vida.



Consiste en la planificación, realización y estructuración de productos que se expresan a través de imágenes y sonidos, con una perspectiva creativa, estética y tecnológica. Su campo abarca la producción, la dirección y la realización de programas de radio, televisión y productos de video a través del dominio de los lenguajes audiovisuales y la tecnología más avanzada.



Se basa en la recolección, síntesis, procesamiento y publicación de datos de carácter actual. Su misión es actualizar a la sociedad apelando a fuentes que resulten creíbles.



Un publicista está capacitado para planear, diseñar, crear, ejecutar y evaluar campañas y mensajes en los distintos medios de comunicación social, con el fin de promover, en un público determinado, la imagen de entidades, bienes, productos y servicios



Se define como el conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores. El productor debe intentar diseñar y producir bienes de consumo que satisfagan las necesidades del consumidor y procurar su consumo permanente. Además, se encarga de la promoción del producto, ventas, post-venta y entre otras actividades más.



PONTIFICIA  
**UNIVERSIDAD  
CATÓLICA**  
DEL PERÚ

Brinda una **formación humanista, científica e integral de excelencia**. Promueve la creación y difusión de cultura así como un compromiso con el **desarrollo humano**.



## Carreras



Academia plural,  
tolerante, con  
principios éticos y  
democráticos

2 años en  
EE.GG y  
3 en  
Facultad



- ✓ **Publicidad.**
- ✓ **Comunicación Audiovisual.**
- ✓ **Comunicación para el desarrollo.**
- ✓ **Periodismo**



## Datos

Pensión promedio: **890 - 2790 soles**

Infraestructura: **Estudio de televisión, los estudios de grabación de audio, las salas de edición, la caja negra, la sala de trabajo de imagen, nuevo estudio de televisión digital.**

Convenios: **Con prestigiosas instituciones y universidades extranjeras**

### ✓ Pros:

- **Cómodos y amplios espacios de estudio, áreas verdes.**
- **Cuenta con la mejor biblioteca universitaria.**
- **Formación integral.**
- **Sensibilidad frente a la realidad nacional.**

### × Contras:

- **No cuenta con la tecnología más avanzada.**
- **Sobrepoblación de alumnos.**



# UNIFE

UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZÓN

INGENIERÍA DE SISTEMAS Y GESTIÓN DE  
TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN



Campus de  
64,000 m<sup>2</sup>

Brinda formación **humanista y científica** sustentada en valores que promueven el **desarrollo integral del estudiante.**

## Perfil



Forma alumnas con vocación humanista, cristiana y preocupadas por el desarrollo académico, tecnológico y compromiso social.



Institución particular, católica y femenina.



## Datos

Clases de teología obligatorias

- Estudios generales: **4 semestres**
- Facultad: **6 semestres**

Pensión promedio: **700 – 1700 soles**

Infraestructura: **Laboratorios de cómputo y fotografía.**

### Pro:

- Educación personalizada, poca población estudiantil. Aulas máximo de 21 personas.
- Cuenta con un campus amplio en el que conviven seis facultades y once carreras profesionales.

### Contra:

- Escasa implementación de aparatos tecnológicos.
- No hay interacción con el sexo opuesto



Existen convenios con México y Colombia, sin embargo hasta el momento no han sido utilizados por las alumnas.



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS



El Modelo Educativo se orienta a la formación de sus alumnos como **profesionales competentes** y líderes íntegros, a través de una educación que los prepara en la aplicación del conocimiento, en el ejercicio de su reflexión y en la toma de conciencia crítica frente a sus acciones y decisiones.

# Carreras

Comunicación y Periodismo

Comunicación y Publicidad

Comunicación y Marketing

Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos

Comunicación e Imagen Empresarial

## Perfil del alumno



Alumnos capaces de desenvolverse en el ámbito nacional como internacional. Con gran capacidad para tomar decisiones y llevar a cabo grande proyectos.

MÁS en : [www.upc.edu.pe](http://www.upc.edu.pe)

**Campus en Monterrico y San Isidro.**  
**Próximamente en Villa**

Más aCerca de la



### Pensión

700- 3500 soles

Personas por salón  
30-40

### Campo Laboral

Empresas transnacionales especialmente

Talleres de televisión, radio y medios digitales

4 salas de computadoras Macintosh

### Convenio

Con universidades de America del Sur, America del Norte y Europa

#### Pros:

- Sus aulas tienen la última tecnología.

#### Contra:

- Áreas verdes artificiales.
- Campus pequeño.



nota mínima aprobatoria 13



Enfoque basado en el manejo de las tecnologías empleadas, una formación integral: ética, teórica, metodológica y práctica.



## Datos

Pensión promedio: 580-3586 soles

Convenios: Con Chile, Argentina, Holanda, Alemania, Suecia, Mexico, Colombia, etc.



## Carreras

- ✓ Relaciones públicas y publicidad.
- ✓ Periodismo.
- ✓ Comunicación audiovisual.

Cuenta con uno de los mejores equipamientos respecto a aparatos tecnológicos utilizados en esta facultad.



Alquila sus equipos a la Universidad de Lima y a la PUCP.



- ✓ **Pros:**
  - Campus amplios.
  - Buenos aparatos tecnológicos.
- × **Contra:**
  - Las especializaciones se realizan a partir del octavo ciclo.
  - No tienen clases electivas en los cuales se pueda estudiar diferentes cursos.



La Facultad de Comunicación de la **Universidad de Lima** es la pionera en su campo en el país. Ofrece una formación que permite a los alumnos optar por una o más especialidades, gracias a un plan de estudios flexible.

## Perfil del alumno

Gestiona la información y desarrolla con eficiencia tareas **periodísticas** de diversa índole, puede elaborar estrategias de **marketing** y formular planes de **publicidad**, diseñar programas de identidad e imagen corporativa, **desarrollo humano y social**. Además, puede producir y realizar propuestas comunicativas en múltiples medios, llámese **cine, televisión, radio, video y multimedia**



## Datos

- Estudios generales: 2 semestres
- Facultad: 8 semestres

Pensión promedio: 1248-2500 soles

Duración real de la carrera: 6 años en promedio

Alumnos por salón: 25-35

### ✓ Pros:

- El campus concentra varias facultades: *Derecho, Ingeniería, Economía, Psicología, Administración, Arquitectura, etc.*
- Gran ambiente para generar vínculos de amistad y negocios.
- Gran número de salones de edición y estudios de grabación.

### × Contra:

- Reducidas áreas verdes.

## Especialidades:

Publicidad y Marketing

Realización Audiovisual

Periodismo

Comunicación en empresa y desarrollo



## TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA

Laboratorios de ampliación fotográfica

área de cine

2 salones con computadoras Macintosh

14 sistemas de grabación de vídeo y audio

Cabina de sonido postproducción y 3 estudios de televisión.







## InterCambios!



Posee un **enfoque empresarial**, a fin de direccionar las carreras a la creación y conducción de empresas. La estructura curricular incluye cursos de **gestión de negocios**.



Con prestigiosas universidades de América, Europa, Asia y Oceanía como socio estratégico en programas de doble titulación, **intercambio** educativo, académico, cultural, consultivo y laboral.



### > Menciones:

- Periodismo
- Publicidad
- Comunicación empresarial



## InterCambio Laboral:

- ✚ **Walt Disney World the international Management Program:** Trabajo en las sedes de Disney Orlando y California.
- ✚ **Work & Travel Estados Unidos:**

Plan curricular con cursos de Carrera en Inglés; enseñanza de un programa intensivo del idioma

! Cuenta con sala de radio que sale por internet en vivo todos los días, estudio

### Densión promedio



mínima de S/. 1033 y una máxima de S/. 2800.

#### Prog:

- Un solo campus donde interactúan todas las facultades y carreras.
- Salones para máximo 20 alumnos
- Numerosos convenios internacionales y oportunidades laborales.

#### Contra:

- No hay áreas verdes suficientes.
- Reducido espacio.



# RÁNKING DE FACULTADES DE COMUNICACIONES

La información se organizó en indicadores que permitieran homologar y comparar datos entre las distintas universidades. Estos son los siguientes:



La información de este ránking es elaborada a partir de datos obtenidos por encuestas a lectores de América Economía, Head hunters y gerentes de RR.HH. de las principales empresas de Perú, además de los sitios web de las distintas universidades, el de la asamblea nacional de rectores y ScimaqoInstituciones Rankings.

| RK 11 | RK 10 | Comunicaciones                      | EJECUTIVOS AE PERÚ | RECLUTADORES Y HEADHUNTERS | EMPRESAS | ÍNDICE FINAL |
|-------|-------|-------------------------------------|--------------------|----------------------------|----------|--------------|
| 1     | -     | Universidad de Lima                 | 100,0              | 100,0                      | 100,0    | 100,0        |
| 2     | -     | Pont. Universidad Católica del Perú | 90,2               | 81,0                       | 71,1     | 80,8         |
| 3     | -     | Univ. de San Martín de Porres       | 76,6               | 63,7                       | 68,6     | 69,6         |
| 4     | -     | Univ. Peruana de Ciencias Aplicadas | 60,1               | 69,9                       | 53,5     | 61,2         |
| 5     | -     | Universidad San Ignacio de Loyola   | 34,5               | 50,9                       | 38,5     | 41,3         |

Fuente:  
AméricaEconomía

## EN RESUMEN

|                     | Ubicación  | Pensión             | Alumnos por salón | Estudios generales |
|---------------------|------------|---------------------|-------------------|--------------------|
| PUCP                | San Miguel | S/. 890 - S/. 2790  | 25                | 2 años             |
| USIL                | La Molina  | S/. 1033 - S/. 2800 | 20                | -                  |
| San Martín          | San Borja  | S/. 580 - S/.3586   | 60                | -                  |
| Universidad de Lima | Surco      | S/. 1248 - S/. 2500 | 30                | 1 años             |
| UPC                 | Surco      | S/. 700 - S/. 3500  | 35                | -                  |
| UNIFE               | La Molina  | S/. 700 - S/.1700   | 21                | 2 años             |

# BÚSQUEDA

Para este encarte nos basamos en la información recolectada por medio de visitas que realizamos a cada una de las instituciones, donde nos nutrimos de información (opiniones, anécdotas, etc.) de amigos que pertenecían a esas carreras y encartes que nos obsequiaron. Además, pudimos entrar en la mayoría de universidades a los establecimientos donde se realizaba la edición, conducción, y producción de proyectos, permitiéndonos comparar y corroborar los datos previamente recolectados.

# BIBLIOGRAFÍA

USIL

<http://www.usil.edu.pe>

UNIFE

[www.unife.edu.pe](http://www.unife.edu.pe)

USMP

<http://www.usmp.edu.pe/>

PUCP

[www.pucp.edu.pe](http://www.pucp.edu.pe)

UPC

[www.upc.edu.pe](http://www.upc.edu.pe)

U.Lima

<http://www2.ulima.edu.pe/webulima.nsf>

Extras

- <http://rankings.americaeconomia.com/>
- <http://peru.com>