

Comunicación empresarial

Tema.

La gestión de la marca-empresa y su relación con la imagen y la reputación corporativa.

Sumilla.

Construcción de la marca-empresa como signo de identidad corporativa. La configuración de la imagen y de la reputación empresarial. Impacto de la marca – empresa en las relaciones de la empresa u organización con sus diversos grupos de interés.

Bibliografía recomendada.

- Amado, S. A. (2008). *Auditoría de comunicación: Un método de análisis de las comunicaciones públicas*. Buenos Aires: DIRCOM (Código Biblioteca ULima: 658.45 A).
- Capriotti, P. (2007). *Gestión de la marca corporativa*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones (Código Biblioteca ULima: 658.827 G).
- Costa, J. (2003). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: Crujía (Código Biblioteca ULima: 658.45 C79I 2003).
- Chiavenato, I., & Guzmán, B. M. P. (2009). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. México D.F: McGraw Hill (Código Biblioteca ULima: 198.7 CH44 2009).
- Sánchez, H. J., & Pintado, B. T. (2009). *Imagen corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. Pozuelo de Alarcón Madrid: ESICA (Código Biblioteca ULima: 658.45 I).
- Villafañe, Justo (2004). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Pirámide. Ed. Deusto. Madrid (Código Biblioteca ULima: 658.45 V66G).
- Villafañe, J. (2003). *La Buena reputación: Claves del valor intangible de las empresas*. Madrid: Pirámide (Código Biblioteca ULima: 658.4093 V66B).

Sitios Web.

- Revista Imagen y comunicación: http://www.lzcperu.com/index_home.html
- Revista Managment society:
<http://www.managementsociety.net/index.php/managementsociety>

Comunicación para el desarrollo

Tema.

Sexualidad saludable en adolescentes y políticas de comunicación para el desarrollo.

Sumilla.

Diagnóstico sobre la sexualidad saludable en adolescentes. Políticas públicas sobre sexualidad. El rol de la comunicación en las estrategias sobre sexualidad saludable en adolescentes. Modalidades de uso de la comunicación.

Bibliografía recomendada.

- Ministerio de Salud. Salud sexual y reproductiva.
En http://www.minsa.gob.pe/portalweb/06prevencion/prevencion_2.asp?sub5=10
- MINSA, CONAMUSA, IES. Haciendo camino al andar. Módulo para formar a educadores de pares juveniles en la promoción de una sexualidad saludable.
En http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/1248_MINSA1514-1.pdf
- Pérez, Rafael Alberto (2012). *Pensar la estrategia: otra perspectiva*. Buenos Aires: La Crujía (Código Biblioteca ULima: 658.45 P453).
- FISEC. Revista Académica del Foro Iberoamericano sobre estrategias de comunicación. En <http://www.fisec-estrategias.com.ar/>
- Pérez, G. R. A., & Massoni, S. H. (2009). *Hacia una teoría general de la estrategia: El cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. Barcelona: Ariel (Código Biblioteca ULima: 658.401 P45H).
- Pérez, G. R. A. (2008). *Estrategias de comunicación*. Barcelona: Ariel (Código Biblioteca ULima: 302.2 P45).

Periodismo

Tema.

Equilibrio informativo y opinión pública: Cobertura del proceso de revocación de las autoridades municipales de Lima.

Sumilla.

Cobertura de sucesos noticiosos. Independencia periodística. Línea editorial, periodismo de opinión y procesos políticos. Tratamiento periodístico y desinformación. Agenda Setting.

Bibliografía recomendada.

- Restrepo, J. D. (2004). *El zumbido y el moscardón: Taller y consultorio de ética periodística*. México: Fondo de Cultura Económica (Código Biblioteca ULima: 070.4017 R44).
- Kovach, B., Rosenstiel, T., & Diğuez, R. A. (2004). *Los elementos del periodismo*. Bogotá: Ediciones El País (Código Biblioteca ULima: 070.4017 K78).
- Fragua de Pablo, María (1985). *Teoría de la desinformación*. Madrid: Alhambra (Código Biblioteca ULima: 302.2 F81).
- Strentz, Herbert (1983). *Periodistas y fuentes informativas*. Buenos Aires: Marymar (Código Biblioteca ULima: 070 S83).
- Martini, S., Luchessi, L., & Pereyra, M. (2004). *Los que hacen la noticia: Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos (Código Biblioteca ULima: 070.4 M2684).
- Aguilera Perello, Juan Octavio (1991). *Las ideologías en el periodismo*. Madrid: Paraninfo (Código Biblioteca ULima: 070.4 A31).
- Abril Vargas, Natividad (1999). *Periodismo de opinión: Claves de la retórica periodística*. Madrid: Síntesis (Código Biblioteca ULima: 070.44 A14).
- Alfaro Moreno, Rosa María (2006). *Indignación e incertidumbre política: responsabilidades del periodismo en el proceso electoral*. Lima: Calandria (Código Biblioteca ULima: 658.841 I).
- Quiroz Velasco, María Teresa (2005). *Periodismo de opinión y poder en el Perú*. Revista Contratexto Nº 13, noviembre. Páginas 201-205. Lima: Universidad de Lima (Código Biblioteca ULima: 070.44 A14).
- Revisión histórica de diarios y revistas.

Publicidad y marketing

Tema.

Estrategias de publicidad y marketing digital para el lanzamiento de productos masivos en el mercado nacional en expansión.

Sumilla.

Análisis y conocimiento del mercado y de la competencia. Segmentación y comportamiento del consumidor. Estrategias de marketing digital (producto, precio, plaza o distribución, promoción y comunicaciones integradas de marketing)

Bibliografía recomendada.

- Sheehan, B. (2012). *Marketing on-line*. Barcelona: Blume (Código Biblioteca ULima: 658.84 S47).
- Rosales, P. (2010). *Estrategia digital: Cómo usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia*. Barcelona: Deusto (Código Biblioteca ULima: 658.84 R8).
- Kerpen, D. (2012). *Me gusta: Conseguir el éxito en las redes sociales*. Madrid: Anaya Multimedia (Código Biblioteca ULima: 658.872 K44).
- Sánchez, H. J., & Pintado, B. T. (2012). *Nuevas tendencias en comunicación*. Pozuelo de Alarcón Madrid: ESIC Editorial (Código Biblioteca ULima: 658.8 N 2012).
- Martí, P. J., Muñoz, P., & Medina, A. (2008). *Engagement marketing: Una nueva publicidad para un marketing de compromiso*. Madrid: Pearson Educación (Código Biblioteca ULima: 658.8 M2684).
- Schnarch, K. A. (2009). *Desarrollo de nuevos productos y empresas: Creatividad, innovación y marketing*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill (Código Biblioteca ULima: 658.82 S311D).
- Ulrich, K. T., Eppinger, S. D., & Romo, M. J. H. (2009). *Diseño y desarrollo de productos*. México: McGraw-Hill/Interamericana (Código Biblioteca ULima: 658.5752 U41).
- Galindo, C. R. A. (2008). *Innovación de productos: Desarrollo, investigación y estrategias de mercado*. México, D.F: Trillas (Código Biblioteca ULima: 658.575 G18).
- Ferré, J. M. (2003). *Nuevos productos: de la idea al lanzamiento*. Barcelona: Océano (Código Biblioteca ULima: 658.575 F39).
- Keller, K. L., Jasso, H. B. E. M., Garza, C. C. R., & Mondragón, C. (2008). *Administración estratégica de marca branding*. México: Pearson Educación (Código Biblioteca ULima: 658.827 K38).