

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN



**ESCUELA PROFESIONAL DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**MODALIDAD PRESENCIAL  
SÍLABO POR COMPETENCIAS  
CURSO:  
COMUNICACIÓN PARA LA SALUD Y DISCAPACIDAD**

**I. DATOS GENERALES**

|                      |                                    |
|----------------------|------------------------------------|
| LÍNEA DE CARRERA     | Comunicación para el Desarrollo    |
| CÓDIGO               | 404                                |
| CICLO Y SEMESTRE     | VII / 2025-II                      |
| CRÉDITOS             | 03 créditos                        |
| HORAS SEMANALES      | 04 horas: teoría 02 – práctica 02. |
| DÍA - HORA - SECCIÓN | Martes - 5:00 a 8:00 pm. - 202     |
| SECCIÓN Y TURNO      | "A" - Tarde                        |
| PRE REQUISITO        | 304                                |
| DOCENTE              | M(a). Panta Meza, María Susy       |
| E-mail               | mpanta@unjfsc.edu.pe               |
| Celular              | 951777212                          |

**II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO**

La asignatura Comunicación para la Salud y Discapacidad, corresponde al bloque de Formación Profesional Especializada, siendo teórico - práctica.

Se propone desarrollar en el estudiante la competencia que le permita valorar los temas del sector salud para formular políticas y estrategias de prevención que promuevan la salud a fin de acrecentar la concienciación y motivación en el público de los hábitos saludables que mejoren su calidad de vida, así como tomar conciencia e integrar a las personas con discapacidad o con habilidades diferentes.

El curso es de naturaleza teórico-práctica, dividida en cuatro módulos y programada para desarrollarse en un total de 16 semanas.



### III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

|            | CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA  | NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA  | SEMANAS |
|------------|---|--|---------|
| UNIDAD I   | Ante la necesidad de mejoras en la salud individual y colectiva, <b>analiza</b> la importancia y objetivos de la comunicación para la promoción de buenos hábitos para el bienestar de la salud.  | Comunicación para la Promoción de la Salud y el Cambio de Comportamiento | 1-4     |
| UNIDAD II  | En un contexto de salud pública, aplica técnicas de mercadotecnia social para crear, difundir y direccionar los programas diseñados a promover los cambios de ideas y comportamiento saludable.   | Marketing Social para la Promoción de la Salud.                          | 5-8     |
| UNIDAD III | En relación a los objetivos de las instituciones públicas y privadas del sector salud, diseñar el plan estratégico de comunicación alineado a sus objetivos de salud para la promover el cambio de comportamiento individual y colectivo. | Plan Estratégico de Comunicación para el cambio de comportamiento        | 9-12    |
| UNIDAD IV  | Ante la preocupación por mejorar la salud individual y comunitaria, seleccionar herramientas y diseñar materiales de comunicación para producir mensajes orientados a la prevención, promoción y difusión de prácticas saludables.        | Plan de Medios y Creación de Contenidos para la Promoción de la Salud    | 13-16   |

### IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

| Nº | INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO  |
|----|---|
| 1  | Identifica estrategias de comunicación para la promoción de la salud.                                 |
| 2  | Identifica qué comportamientos podrían ser perjudiciales para la salud.                               |
| 3  | Identifica las características de las habilidades sociales para el éxito de la comunicación en salud. |
| 4  | Analiza la dinámica de conductual y de aprendizaje del individuo sobre el cuidado de su salud.        |
| 5  | Establece los criterios para la concepción y diseño del producto social.                              |
| 6  | Identifica los segmentos o públicos de interés con características similares para su intervención.    |
| 7  | Destaca los beneficios del producto social mediante la adopción del comportamiento.                   |
| 8  | Propone acciones dirigidas al público objetivo a adoptar cambios de comportamiento saludables.        |
| 9  | Evalúa el entorno, como escenario comunicativo de comportamientos en salud.                           |
| 10 | Comprende las causas del problema comunicacional en salud.  |
| 11 | Plantea estrategias para el logro de los objetivos establecidos en el plan de comunicación.           |
| 12 | Implementa el plan comunicacional para la promoción de la salud.                                      |
| 13 | Construye contenidos para medios impresos que estimule las buenas prácticas en salud.                 |
| 14 | Construye contenidos para medios audiovisuales que estimule las buenas prácticas en salud.            |
| 15 | Evalúa la influencia de las redes sociales en el ámbito de la salud.                                  |
| 16 | Presentan y sustenta su material comunicacional para el cambio de comportamiento.                     |



V.- DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

| CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: ante la necesidad de mejoras en la salud individual y colectiva, <b>analiza</b> la importancia y objetivos de la comunicación para la promoción de buenos hábitos para el bienestar de la salud. |   |   |  |   |   |  |
|--|---|---|--|---|---|--|
| Semana   | Contenidos  |   |  | Estrategia didáctica  | Indicadores de logro de la capacidad  |  |
|  | Conceptual  | Procedimental   | Actitudinal  |   |   |  |
| COMUNICACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE LA SALUD Y EL CAMBIO DE COMPORTAMIENTO   | 1   | Comunicación para la promoción de la salud                                      | En el contexto de pandemia, analiza estrategias comunicativas para la promoción de la salud.                               | Valora la importancia y objetivos de la comunicación en el ámbito de la salud.            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aula virtual institucional</li> <li>• Saberes previos</li> <li>• Exposición dialógica y conflicto cognitivo</li> <li>• Material impreso y digital: Google Drive</li> <li>• Trabajos colaborativos</li> <li>• Análisis de casos.</li> </ul> | Identifica estrategias de comunicación para la promoción de la salud.  |
|  | 2   | Comunicación para el cambio de comportamiento, Alfonso Gumucio-Dagron           | Mediante casos específicos, analiza los factores que influyen en el comportamiento de las personas en relación a su salud. | Reflexiona sobre los factores que influyen en la conducta de las personas sobre su salud. |   | Identifica qué comportamientos podrían ser perjudiciales para la salud.  |
|  | 3   | Habilidades Sociales de comunicación para la salud, Daniel Goleman              | Mediante casos específicos, identifica las habilidades sociales de comunicación para el bienestar de la salud.             | Destaca la importancia de las habilidades sociales en el contexto de la salud.            |   | Identifica las características de las habilidades sociales para el éxito de la comunicación en salud.            |
|  | 4   | Teoría de las Creencias de y del Aprendizaje Social según Ajzen I & Fishbein M. | Por medio de un organizador visual, explica las creencias y la dinámica conductual del aprendizaje en salud.               | Se interesa por las creencias y la como el individuo aprende en materia de salud.         |   | Analiza la dinámica conductual individual y colectiva de aprendizaje del individuo sobre el cuidado de su salud. |
| Unidad Didáctica I:  | <b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>                  |   |  |   |   |  |
|  | <b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>                         |   | <b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>   |   | <b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>   |  |
|  | Aplica los conocimientos para el estudio de casos reales. |   | Presenta una infografía y monografía académica.  |   | Comprende y explica claramente el rol de la comunicación para la promoción de la salud y el cambio de comportamiento.   |  |



| CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: en un contexto de salud pública, aplica técnicas de mercadotecnia social para crear, difundir y direccionar los programas diseñados a promover los cambios de ideas y comportamiento saludable. |   |  |   |  |   |
|--|---|--|---|--|---|
| Se<br>ma<br>na   | Contenidos  |  |   | Estrategia<br>didáctica  | Indicadores de logro de la<br>capacidad   |
|  | Conceptual  | Procedimental  | Actitudinal   |  |   |
| 5  | El producto social para la promoción de la salud          | Desde el contexto actual en salud, establecer los criterios para la concepción y diseño del producto social.                         | Se interesa por concepción del producto social.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aula virtual institucional</li> <li>• Saberes previos</li> <li>• Exposición dialógica y conflicto cognitivo</li> <li>• Material impreso y digital: Google Drive</li> <li>• Trabajos colaborativos</li> <li>• Análisis de casos</li> </ul> | Establece los criterios para la concepción y diseño del producto social.  |
| 6  | La plaza: población meta                                  | Mediante un organizador gráfico, identificar los segmentos o públicos de interés con características similares para su intervención. | Valora la importancia de la segmentación de los grupos de interés.  |  | Identifica los segmentos o públicos de interés con características similares para su intervención.                            |
| 7  | El precio social  | A través de un caso, destacar los beneficios gracias a la adopción de nuevas ideas y cambios de comportamiento.                      | Valora la necesidad de establecer claramente el precio social.  |  | Destaca los beneficios del producto social mediante la adopción del comportamiento.   |
| 8  | La Promoción  | A través de un caso, proponer acciones dirigidas al público objetivo a adoptar cambios de comportamiento saludables.                 | Coopera con la propuesta de acciones para la promoción del cambio de comportamiento.                              |  | Propone acciones dirigidas al público objetivo a adoptar cambios de comportamiento saludables.                                |
| Unidad<br>Didáctica II:  | <b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>                  |  |   |  |   |
|  | <b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>                         |  | <b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>  |  | <b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>   |
|  | Aplica los conocimientos para el estudio de casos reales. |  | Presenta una infografía y el plan de marketing en salud con cada una de las herramientas de mercadotecnia social. |  | Comprende y explica claramente las técnicas del marketing social para la promoción de la salud y el cambio de comportamiento. |



|   |  |  |  |  |  |   |
|---|--|--|--|--|--|---|
| <b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III:</b> en relación al problema de salud, <b>diseña</b> el plan estratégico de comunicación alineando los objetivos para la promover el cambio de comportamiento individual y colectivo. |  |  |  |  |  |   |
| <b>PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO DE COMPORTAMIENTO</b>  | <b>Semana</b>  | <b>Contenidos</b>  |  |  | <b>Estrategia didáctica</b>  | <b>Indicadores de logro de la capacidad</b>   |
|   |  | <b>Conceptual</b>  | <b>Procedimental</b>   | <b>Actitudinal</b>   |  |   |
|   | 9  | Análisis de la situación: identificación del problema de salud | Mediante el análisis situacional actual, identificar los factores del problema de salud y comunicación.                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajos grupales</li> <li>• Colabora con el diseño y construcción del plan estratégico de medios.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aula virtual institucional</li> <li>• Saberes previos</li> <li>• Exposición dialógica y conflicto cognitivo</li> <li>• Material impreso y digital: Google Drive</li> <li>• Trabajos colaborativos</li> <li>• ABP</li> </ul> | Evalúa el entorno, como escenario comunicativo de comportamientos en salud.                 |
|   | 10   | Diagnóstico: definición del target y objetivos                 | A través del diagnóstico, identificar las causas del problema comunicacional en salud.   |  |  | Establecer las causas del problema comunicacional en salud.                                 |
|   | 11   | Acciones - Estrategias   | Establecer las acciones y diseñar las estrategias comunicacionales frente a un problema de salud                                       |  |  | Plantea estrategias para el logro de los objetivos establecidos en el plan de comunicación. |
| 12  | Cronograma - presupuesto - recursos  | Realiza la implementación y ejecución del plan comunicacional. | Implementa el plan comunicacional para la promoción de la salud.   |  |  |   |
| <b>Unidad Didáctica III:</b>  | <b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>   |  |  |  |  |   |
|   | <b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>  |  | <b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>   |  | <b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>  |   |
|   | Diseña del plan estratégico de comunicación de en relación a un problema de salud. |  | Diseña el plan estratégico de comunicación para la sensibilización frente a un problema de salud y promover cambios de comportamiento. |  | Presenta y sustentar la viabilidad del plan estratégico de comunicación.   |   |



| <b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV:</b> Ante la preocupación por mejorar la salud individual y comunitaria, seleccionar herramientas y diseñar materiales de comunicación para producir mensajes orientados a la prevención, promoción y difusión de prácticas saludables. |   |  |  |  |   |  |
|--|---|--|--|--|---|--|
|  | Semana  | Contenidos   |  |  | Estrategias didácticas  | Indicadores de logro de la capacidad   |
|  |   | Conceptual   | Procedimental  | Actitudinal  |   |  |
| <b>PLAN DE MEDIOS Y CREACIÓN DE CONTENIDOS PARA LA PROMOCIÓN DE LA SALUD</b>   | 13  | Medios impresos-digitales: infografía                      | Diseñar contenidos para medios impresos que estimulen las buenas prácticas en salud.                                   | Colabora en el desarrollo de contenidos impreso para las buenas prácticas en salud.        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aula virtual institucional</li> <li>• Saberes previos</li> </ul>   | Construye contenidos para medios impresos que estimule las buenas prácticas en salud.      |
|  | 14  | Medios audiovisuales-digitales                             | Crear contenidos audiovisuales que estimulen las buenas prácticas en salud.  | Valora los contenidos audiovisuales como estrategia para informar, prevenir e influenciar. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición dialógica y conflicto cognitivo</li> <li>• Material impreso y digital: Google Drive</li> </ul>                          | Construye contenidos para medios audiovisuales que estimule las buenas prácticas en salud. |
|  | 15  | Redes sociales: infodemia                                  | En el contexto de redes sociales, evalúa la influencia de las redes sociales en el ámbito de la salud.                 | Evalúa la influencia de las redes sociales en el ámbito de la salud.                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajos colaborativos</li> </ul>  | Evalúa la influencia de las redes sociales en el ámbito de la salud.                       |
|  | 16  | Presentación y sustentación de sus materiales y contenidos | En equipo, presentan y sustentan su material comunicacional para el cambio de comportamiento.                          | Es puntual y responsable en la presentación de su trabajo final.                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de casos</li> </ul>   | Presentan y sustentan su material comunicacional para el cambio de comportamiento.         |
| <b>Unidad Didáctica IV:</b>  | <b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>                  |  |  |  |   |  |
|  | <b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>                         |  | <b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>   |  | <b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>   |  |
|  | Aplica los conocimientos para el estudio de casos reales. |  | Diseña el plan de medios y 01 herramienta de comunicación para la promoción de la salud y el cambio de comportamiento. |  | Presenta y sustentan la viabilidad del plan de medios y el diseño del contenido comunicacional para la puesta en marcha de una campaña la salud y cambio de comportamiento. |  |



## VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados:

### De enseñanza.

- Clase magistral
- Exposición - diálogo
- Trabajos individuales y/o colaborativos
- Dinámica al azar

### 3.1 De aprendizaje

- Lluvia de ideas
- Búsqueda de información
- Debate y análisis de textos
- Tareas académicas colaborativas (organizadores, esquemas, guiones)
- Exposición en equipo

### 3.2 Recursos didácticos.

- Videos
- Guías de aprendizaje y autoaprendizaje
- Repositorios de datos
- Correo electrónico institucional
- Aplicaciones: Padlet, Kahoot, Stop Wach
- Redes de comunicación

### 3.3 Recursos informáticos

- Computadora
- Tablet
- Celulares
- Internet

## IV. EVALUACIÓN

La evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

### 1. Evidencias de Conocimiento.

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.



## 2. Evidencia de Desempeño

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

## 3. Evidencia de Producto

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

| VARIABLE                     | PONDERACIONES: | Unidades Didácticas denominadas Módulos |
|------------------------------|----------------|---|
| - Evaluación de Conocimiento | 30%            | El ciclo académico comprende 04 Módulos |
| - Evaluación de Producto     | 35%            |   |
| - Evaluación de Desempeño    | 35%            |   |

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4); Calculado de la siguiente manera:

$$PF = \frac{PM1+PM2+PM3 +PM4}{4}$$

## VII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

### 4.1 Fuentes documentales

1. Ministerio de salud. Guía del planificador IEC – *Planeamiento estratégico de la comunicación educativa* (2005). Perú.
2. UNICEF. Guía metodológica y video de validación de materiales IEC (2003). Perú



#### 4.2 Fuentes bibliográficas

3. Ajzen, I. & Fishbein, M. (1974). *Factors influencing intentions and the intention behavior relation*. New York: Human Relations.
4. Baena, G. (1989). *Comunicación para la salud: una estrategia para la participación comunitaria*. México. Ed. Pax.
5. Comelles, J. y Perdiguero, E. (2017). *Educación, comunicación y salud, perspectivas desde las ciencias humanas y sociales*. España.
6. Marqués, F. Sáez, Salvador, Guayta, R. (2004). *Métodos y medios en promoción y educación para la salud*. España. UAC.
7. Respreto, H. Málaga, H (2002). *Promoción de la salud, como construir una vida saludable*. Colombia. Editorial Médica Panamericana.
8. Cuesta, U., Ugarte, A., Menéndez, T. (2008). *Comunicación y salud*. Editorial Complutense.
9. Cibanal, L., (2003). *Técnicas de comunicación y relación de ayuda en ciencias de la salud*. Madrid, España. ELSEVIER.
10. Montes, A. (2012). *El comunicador en salud: perfil de un profesional para el siglo XXI*. España.

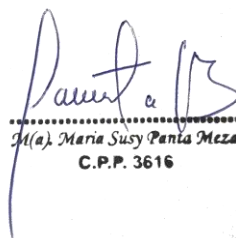
#### 4.3 Fuentes hemerográficas

11. COE G, A. Comunicación y promoción de la salud. CHASQUI 63, pp. 27. septiembre de 1998. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1217/1246>
12. Cuadernos.info N° 38 / junio 2016 / ISSN 0719-3661 / versión electrónica: [www.cuadernos.info/issn0719-367X](http://www.cuadernos.info/issn0719-367X)
13. Cortés Vázquez, Enrique B., Ramírez Guerrero, E. M. Marisela, Olvera Méndez, Juana, & Arriaga Abad, Yasmín de Jesús. El comportamiento de salud desde la salud: la salud como un proceso. *Alternativas en Psicología*, 14(20), 78-88. 02 de junio de 2020, Recuperado [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-339X2009000100009&lng=pt&tlng=es](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-339X2009000100009&lng=pt&tlng=es)
14. La comunicación de riesgos. Organización Panamericana de la Salud. [https://www.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=11400:la-comunicacion-de-riesgo-preguntas-frecuentes&Itemid=41610&lang=es](https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=11400:la-comunicacion-de-riesgo-preguntas-frecuentes&Itemid=41610&lang=es)

#### 4.4 Fuentes electrónicas

15. <https://ocw.unican.es/mod/page/view.php?id=491>
16. <https://enfermeria.ucm.es/data/cont/docs/11-2018-01-31-1993-Educaci%C3%B3n%20sanitaria.pdf>
17. <file:///E:/Descargas/COMUNICACION ESTRATEGICA EN SALUD.pdf>
18. <https://www.google.com/search?q=plan+estrategico+comunicacional+en+salud&oq=PLAN+ESTRATEGICO+EN+COMUNI&aqs=chrome.2.69i57j0l5.13513j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
19. <https://www.unicef.org/dominicanrepublic/informes/desarrollo-de-materiales-para-el-cambio-de-comportamiento-en-salud>
20. [https://www.paho.org/par/index.php?option=com\\_docman&view=download&category\\_slug=publicaciones-con-contrapartes&alias=68-guia-de-planificacion-participativa-de-estrategias-de-comunicacion-en-salud-1&Itemid=253](https://www.paho.org/par/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=publicaciones-con-contrapartes&alias=68-guia-de-planificacion-participativa-de-estrategias-de-comunicacion-en-salud-1&Itemid=253)

Huacho, setiembre de 2025

  
.....  
M(a), Maria Susy Pania Meza  
C.P.P. 3616