

idc

diseño & comunicación

Instituto de Educación Superior
Tecnológico Público



— PEI —

PROYECTO EDUCATIVO
INSTITUCIONAL



PERÚ

Ministerio
de Educación

Dirección Regional
de Educación
de Lima Metropolitana



PEI

PROYECTO EDUCATIVO INSTITUCIONAL

2025 - 2030

CONTENIDO

PRESENTACIÓN

I. **CAPÍTULO: IDENTIDAD DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO DISEÑO Y COMUNICACIÓN**

- 1.1 ¿Quiénes somos?
- 1.2 Identificación
- 1.3 Misión
- 1.4 Visión
- 1.5 Valores
- 1.6 Datos de identificación
- 1.7 Reseña Institucional
- 1.8 Base legal

II. **CAPÍTULO: DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL**

III. **CAPÍTULO: PROPUESTA PEDAGÓGICA**

- 3.1 Objetivos
- 3.2 El Diseño Curricular
- 3.3 La Evaluación del Aprendizaje
- 3.4 La Metodología de Enseñanza
- 3.5 Tecnología en el aula
- 3.6 Aulas inteligentes
- 3.7 Principios de la Educación Peruana
- 3.8 Programa de Estudio Diseño Publicitario
- 3.9 Programa de Estudio Diseño de Modas
- 3.10 Programa de Estudio Diseño de interiores
- 3.11 Programa de Estudio Comunicación Audiovisual
- 3.12 Módulos Transversales (Unidades Didácticas de empleabilidad)
- 3.13 Investigación aplicada a la innovación

IV. **CAPÍTULO: PROPUESTA DE GESTIÓN**

- 4.1 Enfoque de modelo de gestión
- 4.2 Políticas institucionales de gestión
- 4.3 Perfil del personal directivo y jerárquico
- 4.4 Perfil del docente
- 4.5 Perfil del personal administrativo
- 4.6 Descripción de la estructura organizativa
- 4.7 Infraestructura
- 4.8 Organigrama institucional

PRESENTACIÓN

El 28 de julio del año 2003, se promulgó la nueva Ley General de Educación N° 28044, como resultado de un consenso multipartidario del Congreso de la República, sustentado por un Acuerdo Nacional y el fruto de una consulta nacional. El 31 de octubre del 2016 se promulgó la Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior y de la carrera pública de sus docentes; Ley N°30512; y su modificatoria Ley N°31653 promulgada el 29 de diciembre del 2022 y su Reglamento Decreto Supremo N°010-2017 - ED –MINEDU; del 23 de agosto del 2017; y la RVM N°277-2019-MINEDU y RVM N°049-2022-MINEDU que actualiza los Lineamientos Académicos Generales para los Institutos de Educación Superior y las Escuelas de Educación Superior Tecnológicas. Este acontecimiento va ligado a un proceso de descentralización y desconcentración de los organismos del Estado y la Política Educativa de modernizar y mejorar la calidad de los servicios educativos; propiciando la participación de la comunidad y de los diferentes niveles nacional, regional y local. En tal sentido, nuestro Instituto tiene que actualizar sus instrumentos de gestión, acorde con la nueva realidad que vive el país y las siguientes normas RVM N°103-2022-MINEDU; anexo V “Condiciones Básicas de Calidad para los Institutos de Educación Superior y las Escuelas de Educación Superior”.

El 22 de abril de 1965, con R.S. N° 566- 65, se creó el Instituto Nacional de Decoración de Interiores y alta Costura, ubicado en Jirón Ica N°376 Cercado de Lima, con dos carreras: decoración de interiores y alta costura. El 19 de setiembre de 1984, con la R.M. N° 1157- 84, se cambia el nombre a INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO “DISEÑO”, iniciando su labor educativa con las carreras profesionales de DISEÑO DE INTERIORES Y DISEÑO PUBLICITARIO. El 11 de marzo de 1996, se realizó el traslado del Instituto a su nuevo local, ubicado en Jirón Chota N° 1121- Cercado de Lima. En enero de 1998, con la R.M. N° 026- 98-E.D., se creó dos carreras profesionales más; DISEÑO DE MODAS y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, las cuales completan las cuatro carreras profesionales que

se dictan en la actualidad. En el año 2006, mediante la Resolución Directoral N°0818-2006-E.D. se revalida el funcionamiento Institucional del Instituto Superior Tecnológico Público "Diseño", con las cuatro carreras profesionales ya mencionadas. Según las R.M. N° 0023 - 2010 - E.O. y R.D.R N° 001824 - 2010 D.R.E.L.M. el IESTP. "Diseño", cambia oficialmente de nombre y se relanza como Instituto de Educación Superior Tecnológico Público "Diseño y Comunicación" - IDC.

El presente Proyecto Educativo Institucional es un instrumento de planeamiento estratégico que nos facilita conducir nuestra institución de manera eficaz para hacer frente al gran reto que se avecina en la política educativa nacional, los cuales progresivamente generarán los cambios puntuales para mejorar el quehacer educativo de cada día. La Comisión de PEI del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público "DISEÑO y COMUNICACIÓN", ha recogido las experiencias, capacidades y potencialidades de la comunidad educativa, para elaborar un PEI actualizado, de acuerdo con la nueva normatividad del Sector Educación de tal manera que al implementar las propuestas estructurales que orientan las actividades del Instituto podamos afrontar exitosamente los retos que se presenten. Asumimos el compromiso de dar prestigio al Instituto y seguir enriqueciendo su trayectoria exitosa de 60 años forjando profesionales en Diseño y Comunicación.

CAPÍTULO I

IDENTIDAD DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PÚBLICO DISEÑO Y COMUNICACIÓN

1.1 ¿Quiénes somos?

El Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Diseño y Comunicación”, genéricamente denominado desde 2009 como IDC, es una institución académica que forma profesionales técnicos en cuatro carreras autorizadas: Diseño de Interiores, Diseño Publicitario, Diseño de Modas y Comunicación Audiovisual en modalidad presencial.

Somos un Instituto de Educación Superior Tecnológico Público con 59 años de experiencia, pioneros en la enseñanza del diseño y la comunicación.

Méritos:

- Ganadores en concursos reconocidos por el Ministerio de Educación - Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana.
- Muestra Tec. III - Lima 1998
- Primer puesto en el Área de Ecología y Medio Ambiente
- Muestra Tec. IV — Lima 1999. Segundo Puesto en el Área de Sociales
- Muestra Tec. V — Lima 2000. Primer Puesto en el Área de Ecología y Medio Ambiente.
- Segundo Puesto en el Área de Sociales
- Primer Puesto en el 111 Concurso Nacional de Diseñadores de Moda - Lima 1999
- Premio "LA TIJERA DE ORO".
- Expositor en la Feria Internacional para la Educación Educativa 2000 del 22 de Junio al 02 de Julio del 2000.
- Ganadores del Concurso de Historietas COMICTON, organizado por la Universidad Mayor de San Marcos en el año 2004.
- Realización y presentación de desfiles de Modas en el Hotel Sheraton para empresarios, auspiciado por la Sociedad Nacional de Industria. (2002-2003).
- Finalistas del Concurso de Cortometrajes Nivel Estudiantil, organizado por CONACINE (2002)
- Producción de dos programas de televisión: Punto "D" y "GENTV" para el canal 45 UHF (2000-2004).
- Ganadores del primer concurso Perú Moda -2005-
- Gestión de Revalidación del ISTP "Diseño" por el Ministerio de Educación (2004-2005).

- Creadores y Organizadores del Festival de Cortometrajes Estudiantiles "Chaska Ñawi" (2005-2010)
- Participación de la especialidad de Diseño Publicitario en las Ferias de artes de gráficas GRAFINCA, a la vanguardia de la industria gráfica desde el año 2010-2024
- Participación en la especialidad de Diseño de Modas en las ferias Ecoplast con desfiles de modas de vestidos realizados en plástico, participando Enel desfile de trajes de plástico más grande del mundo 2015-2024.

1.2 Identificación

El Instituto de Educación Tecnológica Público Diseño y Comunicación es una institución educativa pública que forma profesionales en Diseño y Comunicación. Orienta sus acciones a los mercados de sus cuatro programas de estudio y establece Alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas con la finalidad de mejorar continuamente la calidad de la Educación Superior en nuestro país, y satisfacer las demandas tecnológicas y de innovación de las diferentes empresas que reciben a nuestros egresados. Teniendo como principio fundamental la estimulación de la creatividad en sus diferentes aplicaciones, como propuesta práctica en el desarrollo de las carreras que ofertamos.

1.3 Visión

Ser una institución de educación superior tecnológica, líder en diseño y comunicación, tanto en Lima como en las regiones del Interior del País, consolidada por la excelencia de su servicio educativo, su infraestructura de vanguardia y el uso de tecnologías disruptivas; así como por el espíritu innovador y la visión de emprendimiento que distingue a sus egresados, quienes se encuentran preparados para impactar y liderar en un mundo digital en permanente cambio

1.4 Misión

Formar profesionales técnicos de excelencia en Diseño y Comunicación, líderes emprendedores y agentes de cambio, comprometidos con la innovación, el desarrollo sostenible y la mejora continua de sus comunidades y el país. A través de una formación integral que consolida competencias técnicas de vanguardia, espíritu innovador, principios éticos y capacidad de adaptación a entornos dinámicos

1.5 Valores

Para el cumplimiento de nuestra misión y visión nos planteamos los siguientes Valores y Principios institucionales.

1. **INTEGRIDAD:** La integridad asegura que todas las acciones y decisiones dentro de la

institución sean honestas, justas y transparentes.

- 2. RESPETO:** Valor fundamental en las relaciones interpersonales dentro de nuestra comunidad educativa. El respeto fomenta un ambiente de convivencia armoniosa y consideración hacia los demás.
- 3. EXCELENCIA:** Refleja el compromiso con la calidad y la mejora continua en todas las actividades académicas y administrativas. La excelencia es el estándar al que aspiramos todos los miembros del IESTP “Diseño y Comunicación”.
- 4. COMPROMISO SOCIAL:** Tenemos una gran responsabilidad como institución educativa, el contribuir positivamente a la sociedad, promoviendo el bienestar común y formando ciudadanos conscientes y comprometidos.
- 5. INNOVACIÓN:** Importante valor para el progreso y la adaptación a los cambios, la innovación se sustenta en los valores anteriores. Una cultura de innovación debe estar alineada con la integridad, el respeto, la excelencia y el compromiso social para ser efectiva y ética.

1.6 Principios

Estos principios representan el compromiso fundamental de nuestra institución de educación superior para garantizar una formación integral, ética y coherente con nuestra identidad y cultura institucional

- 1. EXCELENCIA ACADÉMICA:** Impulsa a la institución a ofrecer una formación técnica avanzada, asegurando que los estudiantes desarrollen un profundo dominio en competencias especializadas, preparándolos para sobresalir en sus campos profesionales.
- 2. APRENDIZAJE CONTINUO:** Fomenta una cultura de actualización constante entre estudiantes y docentes, promoviendo una mentalidad proactiva y abierta al cambio, esencial para mantenerse a la vanguardia en un entorno industrial en constante evolución.
- 3. DESARROLLO DE COMPETENCIAS BLANDAS:** Complementa la formación técnica al equipar a los estudiantes con habilidades interpersonales y de liderazgo, esenciales para adaptarse y sobresalir en situaciones laborales complejas y en constante cambio.
- 4. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA:** Promueve el espíritu emprendedor y la creatividad, incentivando a la comunidad educativa a desarrollar soluciones innovadoras que aborden las necesidades emergentes y desafíos de la industria.

5. **RESPONSABILIDAD SOCIOAMBIENTAL:** Orienta a la comunidad institucional hacia la implementación de proyectos y prácticas sostenibles, que no solo contribuyan al desarrollo industrial, sino que también promuevan el bienestar social y el respeto por el medio ambiente.

VALORES Y ÁREAS DE APLICACIÓN

ASPECTO	VALORES	ÁREAS DE APLICACIÓN DOCTRINARIA
HACIA EL INTERIOR DEL INSTITUTO	DIGNIFICACIÓN	Recurso humano, derechos y obligaciones que permita formar personas responsables, conscientes, críticas, libres y solidarias que contribuyan al desarrollo y bienestar del país.
	LEALTAD	A la Institución, cultura organizacional, misión, visión y valores a la constitución y a los derechos humanos universales.
	COMPROMISO	De excelencia y buen desempeño en la productividad de las funciones educativas.
	CAPACITACIÓN CONTINUA Y DESARROLLO INTEGRAL	Recurso humano para fomentar la cultura de paz y trabajo.
	CREDIBILIDAD	Alineación entre planes, acciones, conocimientos y resultados, para promover una educación con enfoque de valores.
	SINCERIDAD Y HONESTIDAD	Comunicación clara, oportuna y veraz, evitando cualquier tipo de engaño o información sesgada.
	JUSTICIA Y EQUIDAD	En el reconocimiento y compensación por el desempeño educativo en el ámbito social y laboral.
	MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA	En el ambiente institucional, laboral y familiar.
	RESPETA LOS DERECHOS HUMANOS INSTITUCIONALES	Trato digno, sin discriminación al estudiante y personal de servicio, así como al cuidado y mantenimiento de manera adecuada la infraestructura y los recursos del Instituto.
	CALIDAD INTEGRAL Y PERMANENTE	Bienes, servicios y procesos en la gestión pedagógica, institucional y administrativa.
	DIGNIFICACIÓN	Recurso humano, derechos y obligaciones que permita formar personas responsables, conscientes, críticas, libres y solidarias que contribuyan al desarrollo y bienestar del país.
	ACTITUD DE SERVICIO	Respuesta oportuna a las necesidades del cliente o atención eficiente a los usuarios

HACIA NUESTROS CLIENTES Y USUARIOS	COMPROMISO Y GARANTIA	Respaldamos nuestros servicios con un firme compromiso de calidad e innovación continua, garantizando la satisfacción plena de nuestros estudiantes y comunidad.
	COMPETITIVIDAD	Impulsamos la mejora continua de nuestros procesos educativos y empresariales a través de la incorporación de soluciones tecnológicas vanguardistas.
	CREATIVIDAD	En diseños y servicios con menor inversión y excelente calidad.
	ALIANZAS ESTRATÉGICAS	Para generar un valor agregado a la producción de bienes y servicios.
	MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA	Aplicamos los avances científicos y tecnológicos para enriquecer el proyecto de vida de los ciudadanos, elevando su bienestar.
HACIA LA COMUNIDAD Y SOCIEDAD	EL BIEN COMÚN	Bienestar en la vida y convivencia con valores solidarios
	RESPONSABILIDAD SOCIAL	Asumir un compromiso firme de reducir los índices de pobreza, desempleo y desnutrición, promoviendo una sociedad más justa e incluyente.
	DEFENSA DEL MEDIO AMBIENTE	Una educación para la preservación del medio ambiente, asegurando las condiciones favorables para el bienestar, paz y el desarrollo del ciudadano.
	AGENTE DE CAMBIO	Diseñamos y ejecutamos actividades y proyectos innovadores que impulsan el desarrollo integral de las personas y comunidades.
	RESPECTO SOLIDARIO	A las instituciones.
	CUMPLIMIENTO OPORTUNO	De las obligaciones fiscales y legales.
HACIA EL ESTADO	CONCIENCIA CIUDADANA	Servicios, solidaridad y responsabilidad.
	DEFENSA DE LOS INTERESES NACIONALES	Patrimonio y riquezas nacionales como concepto de patria.
	IDENTIDAD Y COMPROMISO NACIONAL	Desarrollar la cultura nacional y economía.

1.7 Datos de identificación del IDC

Nombre	I.E.S.T.P. Diseño y Comunicación
Dirección	Jr. Chota 1121 – Cercado de Lima
Código Modular	0337931
Teléfonos	4330262 - 4334658
Página Web	www.idc.edu.pe
Facebook	@institutoidc
Correo electrónico	wlugo@institucioneducativa.edu.pe
Dependencia	DRELM – Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana
Director General	Mg. Walter Ernesto Lugo Peña

1.8 Reseña institucional

Denominación Inicial	Instituto Nacional de Decoración de Interiores y Alta Costura.
Documento de Legal	R.S. N° 566 - del 22 de abril de 1965.
Ubicación Institucional Inicial	Jr. Ica N° 376 - Tercer piso - Lima Cercado
Programa de Estudios	Decoración de Interiores: 3 años. Nivel Educación Superior
Carrera técnica	Alta Costura: 2 años. Nivel de Capacitación Técnica

ADECUACIÓN INSTITUCIONAL AL NIVEL DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA

Denominación	Instituto Superior Tecnológico Público "Diseño".
Documento Legal	R.M. N° 1157-84-ED- del 19 de setiembre de 1984
Sede Institucional	Jr. Ica N° 376 - Tercer piso. Lima Cercado
Programas de Estudios	Diseño de Interiores, según R.D. N° 627-89-ED Diseño Publicitario, según R.D. N° 627-89-ED

CAMBIO DE SEDE INSTITUCIONAL

Ubicación	Jr. Chota N° 1121, Lima Cercado - Perú
Documento Legal	R.D. N° 105-96-ED- 11 de marzo 1996

AMPLIACIÓN DE CARRERAS PROFESIONALES

Documento Legal	R.M. N° 026-98-ED- del 20 de enero de 1998
Programas de Estudios	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación Audiovisual • Diseño de Modas
Documentos Legales	R.D. N° 627-89-ED R.D. N° 1001-90-ED
Revalidación	R.D. N° 0818-2006-ED

CAMBIO DE NOMBRE HASTA LA ACTUALIDAD

Denominación	Instituto de Educación Superior Tecnológico Público "Diseño y Comunicación"
Documento Legal	R.D.R. N° 001824-2010-DRELM
Sede Institucional	Jr. Chota N° 1121, Lima Cercado - Perú
Programas de Estudios	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Interiores • Diseño Publicitario • Comunicación Audiovisual • Diseño de Modas
Duración de las carreras	3 años
Nivel	Profesional Técnico
Aniversario Institucional	19 DE SETIEMBRE

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Ubicación	Jr. Chota N° 1121, Lima 01, Perú
Fecha de Inauguración	11 DE MARZO DE 1996
Fuente de financiamiento	Tesoro Público- INFES
Área	1500 m ² aproximadamente
Pisos	3
Aulas	11
Talleres	1
Centros de Cómputo	4
Set de televisión y cabina de radio	1
Biblioteca	1
Oficinas administrativas	9

1.9 Base Legal

- a) Constitución Política del Perú.
- b) Ley 23384 Ley General de Educación – 1982
- c) DL 882 (09.11) – 1996
- d) DS 014-2002-ED – Creación, Autorización y Revalidación - 2002
- e) Ley N° 28044, Ley General de Educación – 2003
- f) Ley 29394 Ley de IES y EES – 2009
- g) DS 004-2010-ED – Reglamento de la Ley 29394 - 2010
- h) Ley N° 30512, Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior y de la Carrera Pública de sus docentes - 2016
- i) Decreto Supremo N° 010-2017-MINEDU, Reglamento de la Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior y de la Carrera Pública de sus docentes. – Reglamento de la Ley 30512 – 2017
- j) DECRETO SUPREMO N° 016-2021-MINEDU Decreto Supremo que modifica el Reglamento de la Ley N° 30512, Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior y de la Carrera Pública de sus Docentes y lo adecua a lo dispuesto en el Decreto de Urgencia N° 0172020 que establece medidas para el fortalecimiento del Licenciamiento de Institutos y Escuelas de Educación Superior en el marco de la Ley N° 30512 y en el Decreto Legislativo N° 1495, que establece disposiciones para garantizar la continuidad y calidad de la prestación del servicio educativo en los Institutos y Escuelas de Educación Superior, en el marco de la Emergencia Sanitaria causada por el COVID19
- k) Resolución ViceMinisterial N° 049-2022-MINEDU Actualizar los “Lineamientos Académicos Generales para los Institutos de Educación Superior y las Escuelas de Educación Superior Tecnológica”, aprobados por el artículo 3 de la Resolución Viceministerial N° 178-2018-MINEDU y modificados por la Resolución Viceministerial N° 277-2019-MINEDU y Aprobar el “Catálogo Nacional de la Oferta Formativa de la Educación Superior Tecnológica y Técnico - Productiva” 12. Resolución Viceministerial N° 010-2022-MINEDU que aprueba Criterios Generales de Diseño para Infraestructura Educativa

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL

La base para la elaboración de un proyecto institucional tiene como premisa el diagnóstico situacional de la institución en su contexto. Este diagnóstico se fundamenta en una investigación descriptiva de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que nos permite identificar en qué situación se encuentra nuestra comunidad educativa.

ANÁLISIS FODA	
MARCO REFERENCIAL DEL ESCENARIO INSTITUCIONAL	
OPORTUNIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior y de la carrera pública de sus docentes que otorga mayores atribuciones a los directores de Institutos. El DCBN permite adecuar periódicamente el plan curricular a las necesidades del mercado laboral. Posibilidad de realizar convenios con instituciones públicas y privadas, nacionales y extranjeras. Opción de emprender actividades productivas en los cuatro programas de estudios que ofertamos. Ampliar la infraestructura con un cuarto nivel de la edificación con apoyo financiero de organismos del estado. 	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación estratégica del IESTP "Diseño y Comunicación". Innovación tecnológica permanente. Personal docente profesional y técnico con experiencia en el campo laboral y académico. Personal directivo con altas calificaciones académicas en gestión de la educación. Egresados laborando en el mercado local, nacional e internacional. Somos la institución académica más reconocida del sector público que oferta programas de estudio de alto nivel artístico, creativo y tecnológico, a nivel nacional. Estudiantes con espíritu crítico, vanguardista y destacado liderazgo. Personal administrativo con experiencia en la actividad pública.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> Clima organizacional desfavorable. Limitada participación y poco interés del personal en desarrollar actividades en bien de la institución. Limitados convenios Gestión con poco compromiso y no participativo. Docentes con poco dominio de herramientas tecnológicas para la educación superior. 	<ul style="list-style-type: none"> Desentendimiento del gobierno central en asumir su responsabilidad dejando que los institutos sobrevivan con sus escasos recursos. Oferta de carreras Universitarias de Diseño Publicitario, Diseño de Modas y Diseño de Interiores. Exigua asignación de recursos del Estado, el cual genera conflictos y ambiente social inadecuado. Cumplimiento con la acreditación y

<ul style="list-style-type: none"> • Personal administrativo con formación académica intermedia • Escasa proyección de servicios productivos a la comunidad. Débil liderazgo institucional. • Infraestructura física de la década de los 90, fue diseñada para institución educativa de educación básica regular y no para educación superior. • Desinformación a la comunidad educativa sobre el manejo y uso de los recursos del Instituto. • No hay estabilidad en los puestos Jerárquicos y Directivos en la institución, se asigna por encargatura, lo que genera inestabilidad en la gestión. 	<p>licenciamiento para continuar funcionando como Institución de Educación Superior.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior y de la carrera pública de sus docentes que no garantiza el equipamiento y crecimiento institucional de los IESTPs. • Creación de nuevas Instituciones de Educación Superior Privada con mejor imagen y prestigio que brindan los mismos programas de estudio a nivel superior o universitario.
--	--

DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL

FACTOR	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
UBICACIÓN	<p>Ubicación estratégica del IESTP "Diseño y Comunicación", permite disponer de los servicios, comunicaciones y transporte. Intensa actividad económica, turística, instituciones educativas de todos los niveles y modalidades, públicos y privados; instituciones del Estado y empresas privadas.</p> <p>Ubicación urbana exclusiva del Instituto, permite tener relación directa con mercado laboral del sector empresarial, comercial e industrial.</p>	<p>Oportunidad del IESTP "Diseño y Comunicación", de desarrollar y ofertar cursos de capacitación, actualización y titulación para los trabajadores que laboran en la zona.</p> <p>Oportunidad del IESTP "Diseño y Comunicación", de desarrollar y ofertar cursos. Titulación para los trabajadores empíricos que laboran en la zona.</p> <p>Oportunidad de abastecer al sector empresarial, comercial e industrial con mano de obra calificada.</p>
INFRAESTRUCTURA FÍSICA	<p>Edificación moderna de tres pisos, con distribución funcional y racional de sus ambientes existentes para atender la demanda interna y externa.</p>	<p>Oportunidad de utilizar la infraestructura en el desarrollo de actividades de capacitación y producción para el mercado local.</p>
EQUIPAMIENTO	<p>Los cuatro programas de estudios cuentan con el equipamiento básico, del mismo modo las áreas administrativas y dirección del Instituto.</p> <p>La Innovación Tecnológica permanente, el uso y mantenimiento preventivo facilita el desarrollo normal de las actividades académicas y administrativas.</p>	<p>Posibilidad de utilizar el equipamiento en el desarrollo de productos para el mercado local y brindar asesoría técnica y profesional.</p>

<p>DEL PERSONAL DIRECTIVO</p>	<p>Personal directivo con altas calificaciones académicas en gestión de la educación. Apertura a las propuestas dirigidas a desarrollar actividades que beneficien a la institución.</p>	<p>Oportunidad para realizar alianzas estratégicas con empresas relacionadas a nuestros programas de estudios.</p>
<p>DEL PERSONAL DOCENTE</p>	<p>Profesionales con título universitario con postgrado y técnicos con experiencia en el campo laboral y académico que garantizan una formación académica competitiva de nuestros alumnos.</p> <p>Participación como organizadores y expositores de seminarios, conferencias y conversatorios que refuerzan el nivel académico de los alumnos.</p> <p>Interés de los docentes por la innovación tecnológica.</p>	<p>Desarrollo de eventos dirigidos, convenios que faciliten el intercambio docente con instituciones locales, regionales e internacionales.</p> <p>Oportunidad para desarrollar nuevas experiencias de capacitación a distancia y cursos de especialización.</p>
<p>DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO</p>	<p>Personal administrativo capacitado e identificado con experiencia en el sector público.</p>	<p>Posibilidad de desarrollar actividades productivas conjuntamente con el personal docente.</p>
<p>DE LA ADMISIÓN</p>	<p>Proceso de admisión transparente y eficiente que se realiza anualmente, es normado mediante Decreto Directoral, en concordancia con las disposiciones emanada del Ministerio de Educación y DRELM.</p> <p>Aceptación de los jóvenes y adultos que acuden a una institución con prestigio alcanzado, y difusión publicitaria impresa, radial, televisiva, Página Web y participación en ferias vocacionales, eventos, entre otros.</p>	<p>La Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior, posibilita el desarrollo de exámenes de admisión de manera independiente, facilitando la posibilidad de tener más de un proceso de admisión al año.</p> <p>La adquisición de nueva tecnología facilita la oportunidad de desarrollar nuevas formas de publicidad y promoción del instituto, permitiendo llegar a nuevos segmentos en la población.</p>
<p>DE LOS ALUMNOS</p>	<p>Estudiantes con espíritu crítico y vanguardista y alto nivel de liderazgo. Estudiantes actúan con interés en las actividades y proyectos de desarrollo e imagen institucional.</p>	<p>Oportunidad de capacitar y desarrollar estudiantes emprendedores y con alto interés por desarrollar proyectos empresariales que generen autoempleo y empleo.</p> <p>Oportunidad de lograr que, con la participación de los estudiantes, el manejo de los recursos se más transparente.</p> <p>Oportunidad de lograr proyectar y consolidar el prestigio institucional mediante el desarrollo de actividades y proyectos institucionales con la participación de los alumnos.</p>

DE LOS EGRESADOS	<p>Egresados laborando en el mercado local, nacional e internacional.</p> <p>Formación profesional adecuada como resultado del proceso sistemático de la formación general, específica y experiencias formativas en situaciones reales de trabajo de los alumnos.</p>	<p>Oportunidad de lograr consolidar el prestigio institucional mediante el buen desempeño de los egresados en sus centros laborales y la creación de Micro y pequeñas empresas.</p>
DE LOS RECURSOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS	<p>Los recursos económicos ordinarios (R.O.) vía tesoro público, recursos directamente recaudados (RDR) vía tasas educativas y generación de bienes y servicios (alquileres y extensión educativa constituyen y financian el presupuesto operativo institucional.</p> <p>La Dirección y el Consejo Directivo son los encargados de controlar y evaluar el ejercicio económico y financiero según normas actualizadas de ejecución, administración y control del sector.</p>	<p>Oportunidad para desarrollar nuevas fuentes de financiamiento e ingresos, donaciones y firmas de convenios nacionales e internacionales.</p> <p>Oportunidad para manejar con mayor independencia y responsabilidad los recursos de la Institución, según la nueva normatividad.</p>
DE LA PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	<p>Existe un potencial tecnológico instalado que pueden generar bienes y servicios a la comunidad cuyos resultados económicos pueden mejorar el prestigio institucional.</p>	<p>Oportunidad de generar nuevos recursos económicos y financieros para la institución y el personal del instituto.</p>
DE LOS CURSOS DE EXTENSIÓN EDUCATIVA	<p>El IESTP "D y C", tiene gran aceptación al proyectarse a la comunidad a través de servicios educativos (programas de estudios y capacitación)</p>	<p>Instituciones del Estado y empresas privadas requieren de capacitación, convenios inter institucionales, que permiten el ingreso de jóvenes y/o adultos a las diversas modalidades de formación y capacitación profesional.</p>

DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL

FACTOR	DEBILIDADES	AMENAZAS
UBICACIÓN	<p>Zona urbana con infraestructura antigua y deteriorada, descuidada y con eminente peligro de colapsar, con elevado índice de contaminación ambiental.</p> <p>Zona urbana, considerada de alto riesgo por la delincuencia, prostitución, drogadicción, especialmente en el turno de la noche que pone en peligro la integridad física y moral de los alumnos y personal del instituto y desalienta a los potenciales clientes del instituto.</p>	<p>El aumento de la inseguridad en el centro de la ciudad está originando que muchos potenciales postulantes prefieran zonas con menor riesgo, originando que los programas de estudios de la noche tengan problemas para tener postulantes o retener a los ingresantes.</p>

<p>INFRAESTRUCTURA FÍSICA</p>	<p>Es necesario construir el tercer y cuarto piso con materiales de calidad para optimizar las metas educativas y fomentar el desarrollo institucional.</p> <p>La infraestructura física de la década del 90, diseñada para centro educativo de educación básica regular, no es adecuada para las actividades del Instituto.</p> <p>Es esencial adaptar las aulas y talleres de formación profesional a las demandas académicas y productivas de los programas de estudios.</p>	<p>La deficiente infraestructura prefabricada del tercer piso no responde a las necesidades reales del instituto, originando problemas académicos, insatisfacción de los postulantes y la deserción en los diversos programas de estudios.</p>
<p>EQUIPAMIENTO</p>	<p>El avance y exigencias tecnológicas requiere incrementar y modernizar permanentemente sus equipos para desarrollar competitivamente las actividades académicas y la producción y servicios.</p>	<p>La falta de inversión oportuna en la compra de tecnología para los programas de estudios, puede originar deserción de alumnos y la migración a otras instituciones educativas del sector privado.</p>
<p>DEL PERSONAL DIRECTIVO</p>	<p>Clima organizacional en proceso de armonización, lo que contribuiría a motivar la participación e identificación del personal y alumnos con la institución, dificultando el funcionamiento y alcance de los objetivos.</p> <p>Insuficiente Comunicación sobre el manejo y uso de los recursos del Instituto por parte de los directivos, lo que genera desconfianza en la comunidad educativa.</p> <p>El Personal directivo y jerárquico tiene escasa capacitación en Gestión Pública y desarrollo de Proyectos Productivos. Su débil liderazgo institucional no contribuye a desarrollar una gestión exitosa.</p>	<p>La falta de un clima institucional armonioso puede generar que la comunidad educativa no se identifique con los objetivos trazados y no permita el desarrollo institucional.</p> <p>El poco conocimiento en el manejo de la gestión pública puede originar que los directivos incurran en faltas administrativas que puedan originar sanciones para el personal y la institución.</p>
<p>DEL PERSONAL DOCENTE</p>	<p>Insuficiente formación pedagógica y dominio de las TIC, dificultan la aplicación de nuevas estrategias de gestión educativa.</p> <p>La plana docente está conformada en su mayoría por profesores contratados, lo cual representa una dificultad para asegurar la continuidad y sostenibilidad de las actividades y proyectos.</p> <p>Se requiere brindar incentivos al personal docente para que participen de manera proactiva en las actividades académicas mediante el trabajo en equipo e impulsar el mejoramiento profesional y académico.</p> <p>Mínima participación del personal docente en los cursos de extensión y programas de bienes y servicios.</p>	<p>La Ley de la Carrera Pública de los Docentes de los Institutos y Escuelas de Educación Superior, tendrá nuevas exigencias laborales para los docentes, debido a los nuevos requisitos para ascender y mantenerse en el nivel educativo.</p> <p>La falta de incentivos puede originar la renuncia de docentes calificados y su migración al sector privado.</p>

<p>DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO</p>	<p>Personal administrativo con formación académica intermedia lo cual dificulta a implementación de nuevas estrategias de gestión.</p> <p>Debido a escaso presupuesto asignado por el estado para puestos de trabajo del personal administrativo no es posible contar con la cantidad suficiente de personal para atender a cabalidad las necesidades de la institución.</p> <p>Personal administrativo carece de actualización y capacitación acorde con las necesidades que desempeñan en cada área.</p> <p>Personal administrativo requiere ser incluido en el plan de mejoramiento económico a través de las actividades productivas.</p> <p>Personal de mantenimiento y servicios con productividad intermedia lo cual no cubre las necesidades de limpieza, conservación y mejoramiento de la infraestructura física y mobiliario de la institución.</p>	<p>La falta de incentivos y capacitación del personal administrativo puede originar un detrimento en su productividad y malestar en sus relaciones interpersonales con los usuarios internos y externos.</p> <p>La percepción distorsionada del personal administrativo puede originar desinterés y desatención en sus responsabilidades cotidianas, poniendo en peligro la seguridad y mantenimiento de la infraestructura del instituto.</p>
<p>DE LA ADMISIÓN</p>	<p>Los programas de estudios, perfiles profesionales y mallas curriculares están desactualizados, con respecto al mercado laboral por lo que es necesario revisarlos y adecuarlos al necesidades y exigencias del mercado competitivo.</p> <p>Limitadas alianzas estratégicas con empresas e instituciones públicas y privadas que puedan aportar puestos laborales a los que culminan su programa de estudios.</p>	<p>La falta de actualización de los contenidos de las unidades didácticas de los programas de estudios puede originar a mediano plazo, que algunos programas disminuyan su aceptación en el público usuario.</p> <p>La falta de alianzas estratégicas con el sector empresarial, comunidad y sectores del estado, dificulta la inserción de nuestros alumnos en el mercado laboral, el alcance de los objetivos y pongan en peligro el prestigio de la institución.</p>
<p>DE LOS ESTUDIANTES</p>	<p>Poca iniciativa en organizar círculos de estudio, asociaciones culturales que mejoren y fortalezcan su formación profesional sólida, creativa, innovadora y emprendedora.</p>	<p>Poca identificación de los alumnos con la institución, no contribuyen al desarrollo de actividades académicas, artísticas y culturales poniendo en riesgo la buena marcha institucional.</p>

<p>DE LOS EGRESADOS</p>	<p>Poca comunicación con los egresados, para conocer su situación laboral actual.</p> <p>Escasas estrategias que garanticen el desarrollo de las prácticas preprofesionales durante el periodo de formación académica, mediante convenios con empresas relacionadas a los cuatro programas de estudios.</p>	<p>Escasa ejecución de prácticas profesionales de los egresados y seguimiento de sus actividades laborales, lo cual originan que los egresados no se inserten en el mercado laboral y no permiten cubrir las demandas profesionales de las empresas.</p>
<p>DE LOS RECURSOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS</p>	<p>No se incentivan adecuadamente, a los docentes y personal administrativo que participan en actividades productivas y proyectos de generación de bienes y servicios cuyos dividendos, además de financiar la sostenibilidad, continuidad y desarrollo institucional, deben incentivar económicamente a sus ejecutores.</p> <p>Limitada comunicación sobre el manejo de los recursos económicos de parte de la DRELM, ha originado que el personal tenga desconfianza de la transparencia del uso de los recursos.</p>	<p>Falta de asignación de recursos financieros de parte del estado genera pérdida de voluntad e interés en el personal de la institución.</p> <p>Poca comunicación sobre el manejo de los recursos económicos del Instituto desvaloriza el éxito de la gestión y por ende el clima institucional.</p>
<p>DE LA PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS</p>	<p>Existe poco interés de parte de los docentes por desarrollar actividades empresariales que permita elaborar productos para el mercado local y generar prácticas para los alumnos.</p>	<p>Falta de iniciativa de la Jefatura de Producción y Servicios para generar recursos económicos a través de proyectos productivos, lo que no permite ofrecer al mercado productos relacionados a nuestros programas de estudios que genere interés entre los consumidores y las empresas del sector.</p>
<p>DE LOS CURSOS DE EXTENSIÓN EDUCATIVA</p>	<p>Escasa proyección de servicios a la comunidad no permite consolidarnos en el mercado económico como institución emprendedora.</p> <p>Escasa participación de docentes en los cursos de extensión por falta de iniciativa, motivación y compromiso institucional.</p> <p>Falta impulsar un plan agresivo de relaciones corporativas con empresas e instituciones públicas y privadas para generar recursos y el mejoramiento de la infraestructura física, modernización de los laboratorios y talleres.</p>	<p>La Creación de nuevas Instituciones de educación superior privadas que brindan las mismas especialidades en nuestra capital, y especialmente en los conos de la ciudad, están facilitando que cubran los servicios desatendidos por el instituto y capacitación de trabajadores de mando medio de Micro y Pequeñas Empresas.</p>

<p>IMAGEN INSTITUCIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS</p>	<p>Falta implementar la Oficina de Relaciones Públicas, que permita difundir las actividades académicas y consolidar el prestigio de la Institución.</p> <p>Carencia de un programa de Asistencia Social y Psicología Educativa, que brinde apoyo a los miembros de la Institución y comunidad en general.</p>	<p>Existencia de instituciones privadas a nuestro entorno que tienen oficinas de imagen institucional y relaciones públicas bien implementadas que opacan la imagen de nuestra institución.</p> <p>Presencia de entidades de asistencia social y de salud cercanas a la institución, que ofrecen programas de bienestar social y de salud.</p>
--	--	--

DIAGNÓSTICO EXTERNO

FACTOR	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>VARIABLES ECONÓMICAS</p>	<p>Ley de Institutos y Escuela de Educación Superior, faculta y autoriza a los Institutos públicos realizar actividades y proyectos que les permita generar sus propios recursos económicos.</p>	<p>Oportunidad de realizar actividades y proyectos productivos, amparados en la nueva legislación y con independencia administrativa y gerencial, permitiéndole generar sus propios recursos económicos.</p> <p>Oportunidad de generar empresas en cada una de las especialidades que de brinda en el Instituto.</p>
<p>VARIABLES TECNOLÓGICAS</p>	<p>El Nuevo Diseño Curricular Básico diseñando e implementado recientemente, busca responder a las necesidades del Mercado competitivo, los lineamientos del estado, los alumnos, demanda del mercado laboral.</p>	<p>Oportunidad de aprovechar las necesidades de las empresas públicas y privadas, para ofertarles mano de obra calificada, mediante alianzas estratégicas.</p>
<p>VARIABLES LEGALES</p>	<p>La nueva visión del Estado y sus instituciones la priorizan educación superior tecnológica, como soporte importante en proceso cambio y estratégico para el desarrollo, la producción, seguridad y bienestar del país.</p>	<p>Nueva ley de Institutos y Escuelas Superiores y su modificatoria, permite a los Institutos estatales, tomar decisiones y administrativas con mayor independencia y responsabilidad.</p>

DIAGNÓSTICO EXTERNO

FACTOR	DEBILIDADES	AMENAZAS
VARIABLES ECONÓMICAS	<p>La política económica implementada por el estado, por compromisos asumidos con organismo internacionales, dirigido a reducir el sector público especialmente en el sector educación.</p> <p>Tendencia del estado a reducir los gastos en los servicios públicos y la educación, obliga al Instituto a prever estrategias económicas para garantizar sostenibilidad, continuidad y desarrollo institucional auto gestionado.</p>	<p>Tendencia del gobierno central a transferir su responsabilidad a los órganos desconcentrados como la DRELM e institutos.</p> <p>Factores de Política de estado, dirigidas a reducir el aparato estatal y aplicando el licenciamiento de instituciones de educación superior afectando a los que no reúnen los requisitos básicos de calidad.</p>
VARIABLES TECNOLÓGICAS	<p>Tecnología que ingresa rápidamente a la obsolescencia por los avances tecnológicos, lo cual dificulta un proceso de modernización constante por la escasez de presupuesto.</p>	<p>Los programas de estudios de Diseño Publicitario, Diseño de Modas y Diseño de Interiores, se están implementando como carreras Universitarias, pudiendo originar a mediano plazo la deserción de estudiantes y la reducción de postulantes en los próximos años, debido a la mayor inversión en tecnología, plana docente y mejor calidad educativa de estas instituciones.</p>
VARIABLES LEGALES	<p>Tendencia del Gobierno en trasladar parte de su responsabilidad de sostenimiento de las instituciones educativas a sus directivos, comunidad educativa y usuarios.</p>	<p>La Tendencia del estado a la indiferencia y desatención a los Institutos de Educación Superior Tecnológico Público, puede originar en un mediano plazo deserción de estudiantes y excedencia del personal del instituto.</p>

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Posicionarnos en el mercado educativo como líderes en carreras creativas relacionadas al diseño y la comunicación.
- Mejora continua de nuestro servicio educativo sobre la base de tecnología y relación con el mercado productivo.
- Aportar a la sociedad con la formación de profesionales capaces, éticos y con consciencia social, que apliquen sus conocimientos en el beneficio del país.

	HECHO	INTERPELACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
F FORTALEZAS	El IEST "Diseño y Comunicación", tiene una ubicación estratégica, que dispone de los servicios, comunicaciones y transporte, con una moderna infraestructura debidamente equipada.	¿Cómo utilizar adecuadamente la ubicación estratégica del Instituto para potencializar sus servicios?	Utilizar la capacidad total de las instalaciones del IESTP "Diseño y Comunicación", con proyectos productivos, de servicios, de extensión y promoción comunal.
	El IESTP "Diseño y Comunicación", cuenta con personal directivo, docente y administrativo con formación académica idónea y con experiencia en la administración pública.	¿Cómo lograr aumentar la Productividad del personal y motivarlos a participar en proyectos de generación de recursos propios y al desarrollo de proyectos innovadores?	Crear estímulos, incentivos para que el personal participe en proyectos de generación de recursos propios y el desarrollo de proyectos innovadores.
	El proceso de admisión es oportuno, transparente y eficiente.	¿Cómo incentivar a los jóvenes y adultos de las Instituciones Educativas y de la comunidad del ámbito de influencia para que postulen en mayor número al instituto y tener posibilidades de hacer una mejor selección de estudiantes?	Debe potenciarse el plan de difusión e imagen institucional y campañas permanentes de orientación vocacional.
	Los estudiantes demuestran interés y actitud para mejorar y/o incrementar su nivel académico y profesional.	¿Cómo lograr disminuir drásticamente la deserción con el fin que un mayor número de alumnos culminen sus estudios profesionales y logren titularse?	Formular proyectos de mejoramiento educativo y permitir mayor acceso a las prácticas preprofesionales a través de alianzas estratégicas. Asimismo, tener asesoramiento para formar empresas y los egresados generen auto empleo.
	Los egresados tienen aceptación en el mercado laboral.	¿Cómo lograr que los egresados no se desvinculen de la institución?	Formar la asociación de egresados. Realizar un registro y seguimiento de los egresados y ofertarles cursos de actualización profesional y obtener su apoyo para la inserción efectiva de los futuros egresados.
	Los programas de extensión educativa tienen gran acogida en la comunidad.	¿Qué acciones deben realizarse para potenciar los programas de extensión, para lograr nuevos beneficios para la institución?	Debe celebrarse convenios y alianzas estratégicas con empresas del sector e intensificarse la realización de programas de extensión e incentivar la participación del personal de la institución.

	HECHO	INTERPELACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
D DEBILIDADES	El instituto en el turno nocturno enfrenta un alto riesgo debido a la presencia en sus alrededores de personas vinculadas a la delincuencia, prostitución, drogadicción, etc.	¿Qué acciones deben tomarse para garantizar la seguridad y protección de los alumnos y personal del Instituto?	Debe coordinarse con la Municipalidad Metropolitana y la 7o Región de la Policía, para que la zona donde se encuentra ubicado el IESTP "Diseño y Comunicación", sea considerado en los planes de seguridad ciudadana.
	Los recursos financieros que recibe del estado el IESTP "Diseño y Comunicación", no son suficientes para cubrir todas sus necesidades educativas y administrativas.	¿Cómo lograr mayores recursos para mejorar la eficiencia y eficacia del servicio educativo?	Intensificar las actividades de generación de recursos propios y gestionar donaciones de organizaciones no gubernamentales.
	Falta implementar y equipar los ambientes de formación profesional, así como ejecutar el proyecto del IESTP, que incluye la construcción en material noble del 3ero y 4to. piso.	¿Qué acciones se deben tomar para ampliar la infraestructura existente e implementar adecuar los ambientes de formación profesional?	Se debe coordinar con el Organismo Regional, PRONIED y el MINEDU para que culmine la construcción del 3ero y 4to. Piso y equipamiento del IESTP "Diseño y Comunicación".
	Es preciso actualizar, optimizar y modernizar la tecnología y el equipamiento utilizado por el IESTP "Diseño y Comunicación".	¿Qué acciones se deben tomar para mejorar la tecnología y equipamiento del IESTP y hacerlo más eficiente?	Se debe mejorar la propuesta pedagógica y formular proyectos de mejoramiento e innovación educativa.
	Los constantes cambios legales, de la política educativa y normas de gestión requieren que los instrumentos de gestión pedagógica, institucional y administrativa sean actualizados permanentemente.	¿Qué acciones deben realizarse para potenciar la eficiencia y eficacia de la gestión en el Instituto para contar con instrumentos de gestión debidamente actualizados?	Desarrollar un plan de capacitación, supervisión, monitoreo y evaluación, del personal y que la comunidad educativa participe previa preparación en la actualización de los instrumentos de gestión. Establecer círculos de calidad para mejorar los niveles de gestión.
	El Personal del IESTP a pesar de su dedicación o interés por colaborar en mejorar los servicios del Instituto, se ve desmotivado y se tienen diversas limitaciones profesionales, sociales, emocionales y económicas.	¿Cómo lograr motivar e integrar al personal del IESTP para una mayor participación en el desarrollo institucional?	Realizar un programa de actualización del personal: cursos, seminarios, talleres de motivación, integración y desarrollo personal. Crear un Fondo de Desarrollo Institucional que, además de cubrir las necesidades de la institución, establezca incentivos profesionales, sociales y económicos.

	HECHO	INTERPELACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p style="text-align: center;">D</p> <p>DEBILIDADES</p>	<p>Los perfiles profesionales y mallas curriculares correspondientes al DCBN que se encuentran vigentes desde el año 2010 aproximadamente están en proceso de actualización y adecuación en correspondencia al mercado laboral para su inclusión en el CNOF.</p>	<p>¿Qué acciones deben realizarse para lograr que los perfiles profesionales y mallas curriculares respondan al tercer milenio?</p>	<p>Establecer coordinación con las empresas relacionadas a los cuatro programas de estudios, instituciones públicas y privadas, con el gobierno local y regional, egresados y profesionales de reconocido prestigio del sector productivo y/o servicio para lograr reformular los perfiles profesionales y las mallas curriculares de estudios, aplicando tecnologías innovadoras y demanda del mercado laboral.</p> <p>Realizar un plan de capacitación para el personal del Instituto, que los actualice de acuerdo con los avances científicos, tecnológicos, culturales, educativos y necesidades del campo laboral.</p>
	<p>La formación tecnológica, así como las experiencias formativas en situaciones reales de trabajo deben realizarse en condiciones reales de trabajo.</p>	<p>¿Qué acciones deben potencializar y mejorar la formación tecnológica, así como las experiencias formativas en situaciones reales de trabajo con el fin que los egresados estén en mejores condiciones para incorporarse al campo laboral?</p>	<p>Se debe actualizar y mejorar los perfiles, planes, guías y otros instrumentos de gestión que garanticen una adecuada formación en condiciones reales de trabajo. Se deben intensificar los convenios con empresas e instituciones nacionales y extranjeras, así como lograr nuevas alianzas estratégicas en el sector productivo.</p>
	<p>Crear e implementar un programa de producción que mejore las condiciones y características de la formación profesional y genere una actitud emprendedora de gestión empresarial.</p>	<p>¿Qué acciones deben realizarse para mejorar y potencializar el Instituto con un centro de producción que beneficie a los alumnos y a la comunidad educativa en general?</p>	<p>Formular proyectos que permitan contar con la cooperación técnica nacional e internacional.</p> <p>Establecer cursos de capacitación y otros de desarrollo organizacional y empresarial para potencializar los servicios que ofrece el instituto.</p> <p>Desarrollar el taller de producción que elabore productos y brinde servicios al mercado de consumo.</p>

	Falta programas complementarios, culturales y educativos de apoyo al estudiante y a la comunidad educativa.	¿Qué acciones se deben potencializar para mejorar la eficiencia y la eficacia del Instituto?	Mejorar los actuales servicios educativos de apoyo al estudiante y a la comunidad educativa en general logrando la cooperación de ONGs, empresas e instituciones públicas y privadas a través de convenios.
--	---	--	---

	HECHO	INTERPELACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
O OPORTUNIDADES	Se ha promulgado la Ley General de Educación N°28044, la Ley N°30512 y su modificatoria Ley N°31653 promulgada el 29 de diciembre del 2022, Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior, Reglamento D.S. N°010 2017-MINEDU y normas recientes que favorecen, a los alumnos y a las instituciones educativas de nivel superior.	¿Qué acciones debería realizarse para potencializar la coyuntura de lograr el licenciamiento y Acreditación?	Reformular y actualizar el Proyecto Educativo Institucional (PEI) y los instrumentos de gestión del IESTP “D y C”. Establecer nuevos canales de coordinación y participación con las diferentes instancias; el gobierno, la comunidad, la sociedad civil organizada, y las empresas. Establecer nuevas alianzas estratégicas y actualizar los planes, proyectos y programas institucionales.
	El IESTP “D y C” cuenta con una valiosa experiencia educativa de más de 58 años, (1965-2023) habiendo sido acreditada en su primera etapa de vida institucional.	¿Cómo potencializar la experiencia institucional en el nuevo escenario político educativo que se está desarrollando en el país?	Lograr que la acreditación institucional obtenida, permita un rápido acceso a coordinaciones de intercambio mutuo con nuevas instituciones y empresas del sector de acuerdo con el nivel que le corresponde. El IESTP “D y C” debe lograr a corto plazo el licenciamiento y/o acreditación de los programas de estudios para lograr el desarrollo institucional plenamente.
	La insuficiente asignación de recursos financieros de parte del estado al IESTP “D y C”.	¿Cómo lograr cubrir el déficit presupuestario y complementar la exigua asignación de recursos financieros de parte del estado en el mejoramiento del servicio educativo?	Gestionar la ampliación de presupuesto asignado a la institución ante la DRELM, MINEDU y Economía y Finanzas. Promover actividades de generación de recursos propios y gestionar donaciones de organizaciones no gubernamentales y empresas privadas.

O OPORTUNI_ DADES	La insuficiente asignación de recursos financieros de parte del estado al IESTP “D y C”.	¿Cómo lograr cubrir el déficit presupuestario y complementar la exigua asignación de recursos financieros de parte del estado en el mejoramiento del servicio educativo?	Gestionar la ampliación de presupuesto asignado a la institución ante la DRELM, MINEDU y Economía y Finanzas. Promover actividades de generación de recursos propios y gestionar donaciones de organizaciones no gubernamentales y empresas privadas.
	La discontinuidad del proceso de modernización, productividad y actualización tecnológica de los IESTP.	¿Cómo lograr que los planes de estudios tengan continuidad en mediano y largo plazo en beneficio y desarrollo del Instituto?	Lograr mediante el DCBN la actualización de contenidos de los programas de estudios del IESTP “D y C” de acuerdo con el nivel que le corresponde. El IESTP “D y C” debe convertirse en una institución líder en formación profesional de Programas de Estudios de Diseño y Comunicación.

CAPÍTULO III

PROPUESTA PEDAGÓGICA

3.1 Objetivos

La propuesta pedagógica tiene los siguientes objetivos:

- **DESARROLLO INTEGRAL DEL ESTUDIANTE:**

Este enfoque implica la promoción no solo de habilidades académicas, sino también de competencias sociales, emocionales, físicas y éticas que contribuyen a formar una persona plena, capaz de enfrentar de manera efectiva los desafíos personales y sociales

- **DESARROLLAR COMPETENCIAS TÉCNICAS Y TRANSVERSALES:**

Capacitar a los estudiantes en habilidades técnicas avanzadas y en competencias transversales como pensamiento crítico, comunicación efectiva, y trabajo en equipo.

- **FOMENTAR LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO:**

Es decir, promover el pensamiento innovador y el emprendimiento mediante proyectos reales y experiencias prácticas.

- **ASEGURAR LA RELEVANCIA DEL CURRÍCULO:**

Es necesario mantener los programas académicos actualizados con las últimas tendencias tecnológicas y las necesidades del mercado laboral.

La educación es un proceso de aprendizaje y enseñanza que se desarrolla a lo largo de toda la vida y que contribuye a la formación integral de las personas, al pleno desarrollo de sus potencialidades, a la creación de cultura y al desarrollo de la familia y de la comunidad nacional, latinoamericana y mundial. Se desarrolla en Instituciones Educativas en sus diversos niveles y en diferentes ámbitos de la sociedad.

- **FORTALECER EL VÍNCULO CON LA INDUSTRIA:**

Establecer alianzas con empresas y organizaciones para mejorar la empleabilidad de los egresados y garantizar que el currículo esté alineado con las demandas del sector.

3.2 El Diseño Curricular

Contempla contenidos actualizados: La actualización regularmente con los contenidos para reflejar las últimas tendencias y tecnologías. Además, integrar competencias técnicas y habilidades blandas en todos los programas académicos. Implementar el aprendizaje basado en proyectos (ABP), incorporar proyectos reales y estudios de caso en el currículo.

3.3 La Evaluación del Aprendizaje:

Las evaluaciones continuas a través de sistemas de evaluación que incluyan exámenes prácticos, proyectos, y autoevaluaciones. La retroalimentación constante, se debe proporcionar retroalimentación continua para ayudar a los estudiantes a mejorar y adaptarse.

3.4 La Metodología de Enseñanza

Aprendizaje Activo, utilizar metodologías como el aprendizaje basado en problemas (ABP), el aprendizaje colaborativo, y el aprendizaje basado en proyectos.

3.5 Tecnología en el aula

Utilizar plataformas digitales: Integrar herramientas digitales y plataformas de aprendizaje en línea para complementar la enseñanza presencial.

3.6 Aulas Inteligentes

Equipar las aulas con tecnología avanzada para facilitar el aprendizaje interactivo.

3.7 Principios de la Educación Peruana ley N° 28044

CONCEPTO DE LA EDUCACIÓN

La educación es un proceso de aprendizaje y enseñanza que se desarrolla a lo largo de toda la vida y que contribuye a la formación integral de las personas, al pleno desarrollo de sus potencialidades, a la creación de cultura y al desarrollo de la familia y de la comunidad nacional, latinoamericana y mundial. Se desarrolla en Instituciones Educativas en sus diversos niveles y en diferentes ámbitos de la sociedad.

PRINCIPIOS DE LA EDUCACIÓN

La educación peruana tiene a la persona como centro y agente fundamental del educativo se sustenta en los siguientes principios:

LA ÉTICA. - Que inspira una educación promotora de los valores de paz, solidaridad, justicia, libertad, honestidad, tolerancia, responsabilidad, trabajo, verdad y pleno respeto a las normas de convivencia, que fortalece la conciencia moral, individual y hace posible una sociedad basada en el ejercicio permanente de la responsabilidad ciudadana.

LA EQUIDAD. - Que garantiza a toda igualdad de oportunidades de acceso, permanente de la responsabilidad ciudadana.

LA INCLUSIÓN. - Que incorpora a las personas con discapacidad, grupos excluidos, marginados y vulnerables, especialmente en el ámbito rural, sin distinción de etnia, religión, sexo u otra causa de discriminación, contribuyendo así a la eliminación de la pobreza, la exclusión y las desigualdades.

LA CALIDAD. - Que asegura condiciones adecuadas para una educación integral, pertinente, abierta, flexible y permanente.

LA DEMOCRACIA. - Que promueve el respeto de los derechos humanos la libertad de conciencia, pensamiento y opinión, el ejercicio pleno de la ciudadanía y el reconocimiento de la voluntad popular y que contribuye a la tolerancia mutua, entra las relaciones entre las personas y entre mayorías y minorías, así como el fortalecimiento del estado de derecho.

LA INTERCULTURALIDAD. - Que asume como riqueza la diversidad cultural, étnica y lingüística del país y encuentra en el reconocimiento y respeto a las diferencias, así como en el mutuo conocimiento y actitud de aprendizaje del otro sustento, para la convivencia armónica y el intercambio entre las diversas culturas del mundo.

LA CONCIENCIA AMBIENTAL. - Que motiva el respeto, cuidado y conservación del entorno natural como garantía para el desenvolvimiento de la vida.

LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACION. - Que promueven la producción de nuevos

conocimientos en todos los campos del saber, el arte y la cultura, centrando la preocupación del docente y estudiante en la asignación de notas y promedios, contenidos por áreas curriculares donde los materiales, la evaluación y hasta las técnicas de la metodología activa, aprendizaje significativo se optimizan el marco conceptual y operativo de la diversificación curricular que se origina en el conocimiento del medio natural y social de la comunidad.

Nuestro modelo pedagógico está basado en una pedagogía en la cual la enseñanza - aprendizaje es una actividad propia del que aprende, que es reflexiva, analítica, crítica y comunicativa. Para este propósito debemos reconceptualizar los objetivos, Al respecto, la formación técnica especializada de nuestros alumnos en sus respectivas carreras profesionales será el resultado del soporte tecnológico expresado en el uso de equipos y materiales avanzados, con tecnología de punta, docentes actualizados, con autoestima proyectada a un mundo globalizado, expectativas profesionales para lograr que nuestros egresados se inserten exitosamente al mundo del trabajo. Por ello, consideramos basarnos en el Decreto Legislativo N° 728 "Ley de Fomento del Empleo", el cual en su artículo 17° menciona que las prácticas preprofesionales de los estudiantes de educación superior (...) percibirán un monto equivalente al 70% del ingreso mínimo legal que equivale actualmente a S/.750.00.

Por esta razón, el IESTP "Diseño y Comunicación "realizara el seguimiento correspondiente a sus alumnos y egresados que practiquen en empresas que estén en convenio con PROMPERÚ, Ministerio de Trabajo y Promoción Social, y otras instituciones empresariales y así de esta manera asegurarles las subvenciones económicas a quienes realicen sus prácticas a partir de cuatro horas a más en un periodo no menor de 720 horas de prácticas preprofesionales para la modalidad por asignaturas y /o por módulos de formación profesional equivalente a 400 horas de prácticas preprofesionales por cada módulo a los del sistema modular.

Esta propuesta se complementa en la participación emprendedora de los docentes y estudiantes, quienes a través de los programas de estudios generan, ofertan y ejecutan cursos de extensión, producción de bienes y servicios.

Es preocupación permanente repotenciar la capacidad tecnológica instalada, así como contar con una plana docente profesional actualizada para lograr egresados con sólida formación técnica y competitiva.

Los principios educativos deben guiar la calidad y relevancia de la educación que se ofrece, algunos principios son los siguientes:

- **Relevancia y Adaptabilidad:**

Actualización Continua: Las carreras profesionales son revisados y actualizados según las

últimas tendencias y tecnologías del sector respectivo.

Adaptación a las Necesidades del Mercado: Los contenidos y competencias enseñadas se alinean con las demandas del mercado laboral local.

- **Enfoque en Competencias:**

Desarrollo Integral: Fomentar no solo habilidades técnicas, sino también competencias transversales como pensamiento crítico, resolución de problemas, comunicación efectiva y trabajo en equipo.

Aprendizaje Basado en Competencias: Enfocar el aprendizaje en el desarrollo de competencias prácticas y aplicables en el entorno profesional.

- **Innovación y Tecnología:**

Integración de Tecnología: Utilizar herramientas y tecnologías emergentes para mejorar la enseñanza y el aprendizaje, como plataformas de aprendizaje en línea, simulaciones virtuales y tecnologías interactivas.

Innovación Pedagógica: Adoptar metodologías educativas innovadoras, como el aprendizaje basado en proyectos (ABP) y la enseñanza personalizada.

- **Formación Práctica y Profesional:**

Vinculación con la Industria: Establecer alianzas con empresas y organizaciones para ofrecer prácticas profesionales, proyectos colaborativos y experiencias del mundo real.

Proyectos Reales: Incorporar proyectos y estudios de caso que reflejen situaciones reales del sector tecnológico.

- **Inclusión y Accesibilidad:**

Educación Inclusiva: Garantizar que todos los estudiantes, independientemente de su origen, tengan acceso a oportunidades educativas equitativas.

Flexibilidad: Ofrecer modalidades de estudio flexibles, como educación a distancia o híbrida, para atender las necesidades de diversos grupos de estudiantes.

- **Calidad y Excelencia:**

Estándares Académicos: Mantener altos estándares de calidad académica y de formación técnica mediante la evaluación continua y la mejora de los procesos educativos.

Certificación y Acreditación: Obtener y mantener acreditaciones y certificaciones que validen la calidad de los programas ofrecidos.

- **Desarrollo de la Investigación y la Innovación**

Fomento de la Investigación: Promover la investigación aplicada y la innovación tecnológica como parte integral del currículo.

Proyectos de Innovación: Incentivar la participación de estudiantes y docentes en

proyectos de investigación e innovación.

- **Ética y Responsabilidad Social**

Formación en Valores: Incorporar principios éticos y de responsabilidad social en el currículo para formar profesionales conscientes de su impacto en la sociedad.

Compromiso Social: Fomentar la participación de estudiantes en iniciativas comunitarias y proyectos de responsabilidad social.

3.8 Programas de Estudios

DISEÑO PUBLICITARIO

PERFIL PROFESIONAL

El Programa de Estudios de Diseño Publicitario pertenece al ámbito de las Ciencias de la Comunicación; se orienta hacia la creación de estrategias de publicidad para los de diferentes medios de comunicación: Periódicos, Revistas, Radio, Televisión, etc. Su trabajo se desarrolla en el marco de la campaña publicitaria, ejecutando diversas estrategias y poniendo en acción sus habilidades gráficas para comunicar al público sobre los bienes del mercado.

A nivel profesional realiza las siguientes actividades: elaboración de bocetos, artes finales e ilustración en general para: afiches, catálogos, logotipos, envases, etiquetas, papelería, avisos paneles, avisos luminosos y spots publicitarios, diagramación de textos, revistas, periódicos, diseño de páginas web, animación digital.

CAMPO LABORAL

El diseñador publicitario es un profesional altamente capacitado para concebir, diseñar y supervisar la producción de material gráfico publicitario de manera eficaz y estratégica. Al desempeñarse en una relación de dependencia dentro de una empresa, su campo de trabajo abarca agencias de publicidad, servicios gráficos, medios de comunicación (radio, televisión, revistas, periódicos, diseño web), así como diversas empresas e instituciones que requieren fortalecer su imagen institucional y corporativa.

Su habilidad para comunicar visualmente de forma efectiva le permite desarrollar soluciones innovadoras y prácticas que apoyan el crecimiento y posicionamiento de las marcas en el mercado. Entre sus funciones destaca la elaboración de campañas publicitarias y gráficas, la creación de artes finales, la ilustración y el diseño de materiales promocionales tales como afiches, folletos, empaques, y productos de merchandising. Asimismo, el diseñador publicitario es competente en la creación y desarrollo de identidades visuales (marcas, logotipos, papelería corporativa) y en la diagramación de revistas, periódicos, catálogos y demás piezas editoriales.

El diseñador publicitario también participa en producciones fotográficas y en la creación de spots publicitarios, además de incursionar en el diseño de sitios web, diseño multimedia y animación digital. Estas competencias permiten al futuro profesional contribuir significativamente al mundo de los negocios a través de una comunicación visual persuasiva y funcional.

PLAN DE ESTUDIOS POR MÓDULOS DE DISEÑO PUBLICITARIO

MÓDULO I: ARTE PUBLICITARIO	
I SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Diseño 2 D • Creatividad • Dibujo Artístico • Fundamento Visual • Historia del Diseño • Técnicas de Comunicación • Lógica y Funciones • Cultura Física y Deportes • Informática e Internet 	II SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas e Ilustración • Tipografía • Diseño Digital • Diseño 3D • Interpretación y Producción de Textos • Estadística General • Cultura Artística • Ofimática • Fundamentos de Investigación
MÓDULO II: ILUSTRACIÓN PUBLICITARIA	MÓDULO III: MEDIOS Y PRODUCCIÓN PUBLICITARIA
III SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Ilustración Digital • Diagramación • Diagramación Digital • Concepto Visual • Proyecto Ilustrador • Sociedad y Economía en la Globalización • Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible • Investigación e Innovación Tecnológica 	IV SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Producción Gráfica • Prerensa Digital • Taller de Medios • Fotografía y Expresión Visual • Proyecto Arte Final • Comunicación Interpersonal • Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica
MÓDULO IV: CREATIVIDAD PUBLICITARIA	MÓDULO V: DIRECCIÓN DE ARTE PUBLICITARIO
V SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Redacción Creativa y Publicitaria • Animación Publicitaria • Estrategia Publicitaria • Creatividad en Medios Alternativos • Proyectos de Creatividad Publicitaria • Comunicación Empresarial • Ética Profesional • Organización y Constitución de Empresas 	VI SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Dirección de Arte Publicitario • Dupla Creativa • Publicidad Audiovisual • Campañas Publicitarias • Proyecto de Dirección Publicitaria • Liderazgo y Trabajo en Equipo • Proyecto Empresarial • Legislación e Inserción Laboral

ITINERARIO FORMATIVO DISEÑO PUBLICITARIO

MÓDULOS EDUCATIVOS	UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS POR SEMESTRE						UNIDADES DIDÁCTICAS		MÓDULOS EDUCATIVOS		
		I	II	III	IV	V	VI	Horas	Créditos	Horas	Créditos	
MTP N°1 Arte Publicitario	Diseño 2D	6						108	4	756	32	
	Fundamentos Visuales	5						90	4			
	Creatividad	4						72	3			
	Dibujo Artístico	4						72	3			
	Historia del Diseño	3						54	2			
	Técnicas de Ilustración		5					90	4			
	Tipografía		5					90	4			
	Diseño Digital		5					90	4			
	Diseño 3D		5					90	4			
MTP N°2 Ilustración Publicitaria	Ilustración Digital			5				90	4	396	16	
	Diagramación			5				90	4			
	Diagramación Digital			3				54	2			
	Concepto Visual			3				54	2			
	Proyecto Ilustrador			6				108	4			
MTP N°3 Medios y Producción Publicitaria	Producción Gráfica				5			90	4	432	18	
	Prensa Pre Digital				5			108	4			
	Taller de medios				3			108	5			
	Fotografía y Expresión Visual				3			54	2			
	Proyecto Arte Final				6			72	3			
MTP N°4 Creatividad Publicitaria	Redacción Creativa y Publicidad					5		108	4	432	18	
	Animación Publicitaria					4		72	3			
	Estrategia Publicitaria					4		72	3			
	Creatividad en Medios Alternativos					5		72	4			
	Proyecto de Creatividad Publicitaria					6		108	4			
MTP N°5 Dirección de Arte Publicitario	Dirección del Arte Publicitario						4	72	3	414	17	
	Dupla Creativa						4	72	3			
	Publicidad Audiovisual						4	72	3			
	Campañas Publicitarias						5	90	4			
	Proyecto de Dirección Publicitaria						6	108	4			
TOTAL DE HORAS Y CRÉDITOS DE MÓDULOS TRANSVERSALES		8	10	8	6	6	7	810	33	810	33	
TOTAL DE HORAS Y CRÉDITOS DE MÓDULOS TÉCNICO PROFESIONALES		22	20	22	24	24	23	2430	101	2430	101	
TOTAL DE HORAS SEMANALES		30	30	30	30	30	30					
TOTAL GENERAL		540	540	540	540	540	540	3240	134	3240	134	3240

(Módulo técnico Profesional)

2430

DISEÑO DE MODAS

PERFIL PROFESIONAL

El Diseñador de Modas es un profesional creativo, innovador y altamente preparado para comprender y adaptarse a las dinámicas de la industria de la moda a nivel global y local. Esta carrera le proporciona las herramientas necesarias para conceptualizar y desarrollar propuestas de moda únicas, alineadas con las demandas y expectativas del mercado tanto nacional como internacional.

A través de una formación integral, el diseñador adquiere conocimientos y habilidades en áreas como el análisis de tendencias, el desarrollo de producto, la investigación de materiales, y la gestión de producción, todo ello enfocado en crear colecciones y prendas que conecten con la identidad de sus usuarios y que destaquen en el mercado. Además de las habilidades de diseño, se forma en técnicas de patronaje, confección y tecnología textil, esenciales para convertir sus ideas en productos viables y de alta calidad.

CAMPO LABORAL

El campo laboral del Diseñador de Modas ofrece amplias oportunidades en la industria de la moda, ya sea como profesional en relación de dependencia dentro de empresas del sector o como emprendedor a cargo de su propio proyecto. Su perfil creativo y técnico le permite generar y presentar propuestas de diseño innovadoras que satisfagan las necesidades de un mercado nacional e internacional.

Los diseñadores de modas pueden desempeñarse en diversas especialidades que abarcan todas las etapas del diseño y la producción de prendas y accesorios, responsable de conceptualizar y desarrollar colecciones y estilos de acuerdo con las tendencias de moda. La creatividad en esta área es fundamental para crear propuestas que generen impacto en el mercado y se alineen con la identidad de marca. Su labor incluye investigar las tendencias globales y locales, adaptándolas a las expectativas del mercado y del público objetivo, además de desempeñarse como Diseñador Creativo, Diseñador Patronista, Diseñador y Muestrista, Desarrollador de Producto, Control de Calidad y Organizador de Eventos.

PLAN DE ESTUDIOS POR MÓDULOS DE DISEÑO DE MODAS

MÓDULO I:

ASISTENTE OPERATIVO EN DESARROLLO DE PRODUCTO

I SEMESTRE

- Técnicas de Comunicación
- Lógica y Funciones
- Cultura Física y Deportes
- Informática e Internet
- Interpretación de Fichas Técnicas
- Taller De Patronaje Tejido Punto
- Taller De Patronaje Tejido Plano
- Taller De Confecciones
- Dibujo De Moda Básico

II SEMESTRE

- Interpretación y Producción de Textos
- Estadística General
- Cultura Artística
- Ofimática
- Fundamentos de Investigación
- Desarrollo de Figurín Tejido Punto
- Desarrollo de Figurín Tejido Plano
- Moulage
- Taller de Muestras
- Patronaje por Ordenador

MÓDULO II:

ASISTENTE DIGITAL EN DESARROLLO DE PRODUCTO

III SEMESTRE

- Sociedad y Economía en la Globalización
- Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible
- Investigación e Innovación Tecnológica
- Desarrollo de Flats
- Figurismo de Moda
- Taller de Diseño Textil
- Historia de la Moda
- Marketing Y Publicidad de La Moda

IV SEMESTRE

- Comunicación Interpersonal
- Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica
- Ilustración de Moda Digital
- Fotografía de Moda Digital
- Color, Tramas y Texturas
- Taller de Diseño Peruano
- Diseño Con Hilados
- Negocios Internacionales

MÓDULO III:

DISEÑADOR DE PRODUCTO TEXTILES

V SEMESTRE

- Comunicación
- Ética Profesional
- Organización y Constitución de Empresas
- Diseño y Desarrollo de Producto Damas
- Diseño y Desarrollo de Producto Caballeros
- Diseño y Desarrollo de Producto Niños
- Taller De Accesorios de Moda
- Sociología y Cultura de Moda

VI SEMESTRE

- Liderazgo y Trabajo en Equipo
- Proyecto Empresarial
- Legislación e Inserción Laboral
- Proyectos profesionales
- Desarrollo de Producto
- Ingles Técnico de Moda
- Producción de Eventos de Moda
- Técnicas de Producción Industrial
- Presentación de Colecciones

ITINERARIO FORMATIVO DISEÑO DE MODAS

MÓDULOS EDUCATIVOS	UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS POR SEMESTRE						UNIDADES DIDÁCTICAS		MÓDULOS EDUCATIVOS	
		I	II	III	IV	V	VI	Horas	Créditos	Horas	Créditos
MTP N°1 Asistente operativo en Desarrollo de Producto	Análisis de Materiales Textiles	3						54	2	738	31
	Interpretación de Fichas Técnicas	3						54	2		
	Taller de Patronaje Tejido Punto	5						90	4		
	Taller de Patronaje Tejido Plano	6						108	4		
	Taller de Confecciones	5						90	4		
	Desarrollo de Figurín Tejido Punto		4					72	3		
	Desarrollo de Figurín Tejido Plano		4					72	3		
	Modulage		3					54	2		
	Taller de Muestras		5					90	4		
	Patronaje por Ordenador		4					54	3		
MTP N°2 Asistente digital en Desarrollo de productos	Desarrollo de Flats			6				108	4	828	31
	Dibujo de Moda			7				126	5		
	Procesos Tecnológicos			3				54	2		
	Costeos de Producción			3				54	2		
	Marketing y Publicidad de la moda			3				54	2		
	Ilustración de Moda Digital				6			108	4		
	Fotografía de Moda Digital				6			108	4		
	Color Tramas y Texturas				6			108	4		
	Cont. Calidad Textil y Conf.				3			54	2		
	Negocios Internacionales				3			54	2		
MTP N°3 Diseñador de productos textiles	Diseño y Des. de Prod. Damas					6		108	4	846	33
	Diseño y Des. de Prod. Caballeros					6		108	4		
	Diseño y Des. de Prod. Niños					6		108	4		
	Historia y Cultura de la moda					3		54	2		
	Habilidades Comunicativas Profesionales					3		54	2		
	Desarrollo de Portafolios Profesionales						5	90	4		
	Desarrollo de Producto						5	90	4		
	Accesorios de Moda						3	54	2		
	Ingles técnico						2	36	1.5		
	Producción de Eventos de Moda						2	36	1.5		
	Desarrollo Personal						3	54	2		
	Taller de Diseño Peruano						3	54	2		
TOTAL DE HORAS Y CRÉDITOS DE MÓDULOS TRANSVERSALES		22	20	22	24	24	23	2412	101	2412	101
TOTAL DE HORAS Y CRÉDITOS DE MÓDULOS TÉCNICO PROFESIONALES		8	10	8	6	6	7	810	33	810	33
TOTAL DE HORAS SEMANALES		30	30	30	30	30	30				
TOTAL GENERAL		540	540	540	540	540	540	3222	134	3222	134

2412

DISEÑO DE INTERIORES

PERFIL PROFESIONAL

El Diseñador de Interiores es un profesional que articula el aspecto técnico de la construcción con el arte y la creatividad, analizando críticamente su entorno para resolver problemas de espacio habitable, garantizar su belleza, distribución y funcionalidad. Equilibra el arte y técnica, debe estar apto para los cambios de un mundo globalizado, con su labor, permitiendo mejorar la calidad de vida de la sociedad y del habitad en el que vivimos.

El Diseñador de interiores distribuye el espacio y la ubicación del mobiliario, evaluando el espacio disponible y su función. Planifica, organiza y gestiona el proyecto.

CAMPO LABORAL

La carrera de Diseñador de Interiores es amplia y variada, desarrollando su labor de manera dependiente en empresas constructoras de viviendas unifamiliares, residencias de interés social, edificios multifamiliares, oficina en general, locales de hospedaje, recreativos, etc.

El Diseñador de Interiores es un profesional altamente capacitado que se desempeña en empresas dedicadas al comercio de materiales de acabados, mobiliario y ambientación de espacios interiores, así como en su propia práctica independiente. Su labor se centra en la creación y optimización de ambientes funcionales y estéticamente atractivos.

Este especialista ofrece servicios de diseño y ambientación a una amplia variedad de establecimientos, incluyendo: Restaurantes, Cafeterías, Centro de Estética, Locales Recreativos, Salas de Conferencia, Salas de Exposición, Boutiques y/o Galerías Comerciales, Tiendas de Autoservicio, Stand, Ferias, Museos, Auditorios, Bibliotecas, Teatros, Centros Educativos, Agencias de Servicios, Hoteles, Bares, Consultorios, Centros Vacacionales, Casinos, Salas de Juego, Discotecas y Karaoke, etc.

Su enfoque integral abarca desde la conceptualización del espacio hasta la selección de materiales y la implementación de soluciones innovadoras, garantizando que cada proyecto refleje las necesidades y aspiraciones de sus clientes, al tiempo que cumple con los estándares de funcionalidad y diseño.

PLAN DE ESTUDIOS POR MÓDULOS DE DISEÑO DE INTERIORES

MÓDULO I:

DISEÑO INTERIOR PARA VIVIENDAS EN PLATAFORMAS DIGITALES 2D

I SEMESTRE

- Técnicas de Comunicación
- Lógica y Funciones
- Cultura Física y Deportes
- Informática e Internet
- Dibujo Arquitectónico
- Color I
- Taller de Diseño
- Proyectos de Viviendas I
- Tecnología de los Materiales
- Fundamentos del Diseño Interior
- Historia del Arte y los Estilos

II SEMESTRE

- Interpretación y Producción de Textos
- Estadística General
- Cultura Artística
- Ofimática
- Fundamentos de Investigación
- Dibujo Técnico Decorativo
- Color II
- Taller de Diseño de Vivienda II
- Tecnología de los Materiales II
- Jardines y Paisajismo
- Historia del Arte y los Estilos II

MÓDULO II:

DISEÑO INTERIOR PARA OFICINAS Y ESPARCIMIENTO EN PLATAFORMAS DIGITALES 3D

III SEMESTRE

- Sociedad y Economía en la Globalización
- Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible
- Investigación e Innovación Tecnológica
- Representación 3D
- Taller de Textura Decorativas
- Taller de Diseño y Proyectos de Ambientes de Esparcimiento
- Bocetos
- Procesos Constructivos I

IV SEMESTRE

- Comunicación Interpersonal
- Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica
- Reproducción de Imagen Fotorrealista
- Iluminación I
- Taller de Diseño y Proyectos de Oficinas
- Muebles I
- Procesos Constructivos II
- Visión del Arte Étnico

MÓDULO III:

DISEÑO INTERIOR COMERCIAL, GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DE OBRAS INTERIORISTAS

V SEMESTRE

- Comunicación Empresarial
- Ética Profesional
- Organización y Constitución de Empresas
- Taller de Diseño y Proyectos Comerciales I
- Iluminación II
- Gestión y Organización de Obras
- Muebles I
- Taller De Creatividad

VI SEMESTRE

- Liderazgo y Trabajo en Equipo
- Proyecto Empresarial
- Legislación e Inserción Laboral
- Taller de Diseño y Proyectos Comerciales II
- Interpretación Estética del Interiorismo
- Técnica de Presentación de Proyectos
- Taller de Creatividad II

ITINERARIO FORMATIVO DISEÑO DE INTERIORES

MÓDULOS EDUCATIVOS	UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS POR SEMESTRE						UNIDADES DIDÁCTICAS		MÓDULOS EDUCATIVOS	
		I	II	III	IV	V	VI	Horas	Créditos	Hora	Créditos
MTP N°1 Diseño interior para viviendas en plataformas digitales 2D	Dibujo Arquitectónico	4						72	3	756	31
	Color 1	3						54	2		
	Taller de Diseño y Proyectos de Viviendas 1	6						108	5		
	Tecnología de los materiales 1	3						54	2		
	Fundamentos del diseño Interior	3						54	2		
	Historia del arte y los estilos 1	3						54	2		
	Dibujo técnico decorativo		3					54	2		
	Color II		3					54	2		
	Taller de Diseño y Proyectos de Vivienda II		6					108	5		
	Tecnología de los materiales II		3					54	2		
	Jardines y paisajismo		3					54	2		
	Historia del arte y los estilos II		2					36	2		
MTP N°2 Diseño interior para oficinas y esparcimiento en plataformas digitales 3D	Representación 3D			4				72	3	828	35
	Taller de texturas decorativas			4				72	3		
	Taller de diseño y proyectos de Ambientes de Esparcimiento			6				108	5		
	Bocetos			4				72	3		
	Procesos constructivos 1			4				72	3		
	Reproducción de imagen fotorrealista				4			72	3		
	Iluminación 1				3			54	2		
	Taller de diseño y Proyectos de oficinas				6			108	5		
	Muebles 1				4			72	3		
	Procesos constructivos II				4			72	3		
	Visión del arte étnico				3			54	2		
MTP N°3 Diseñador interior comercial, gestión y organización de obras interioristas	Taller de diseño y Proyectos comerciales 1					8		144	6	846	36
	Iluminación II					3		54	2		
	Gestión y organización de obras					6		108	5		
	Muebles II					4		72	3		
	Taller de creatividad 1					3		54	2		
	Taller de diseño y Proyectos comerciales II						12	180	8		
	Interpretación Estética del Interiorismo						2	54	2		
	Técnica de presentación de proyectos						4	108	5		
Taller de Creatividad II						5	72	3			
TOTAL DE HORAS Y CRÉDITOS DE MÓDULOS TRANSVERSALES		8	10	8	6	6	7	810	32	810	32
TOTAL DE HORAS Y CRÉDITOS DE MÓDULOS TÉCNICO PROFESIONALES		22	20	22	24	24	23	2430	102	2430	102
TOTAL DE HORAS SEMANALES		30	30	30	30	30	30				
TOTAL GENERAL		540	540	540	540	540	540	3240	134	3240	134

Módulo técnico Profesional

2430

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

PERFIL PROFESIONAL

El Programa de Estudio de Comunicación Audiovisual, se desarrolla en el campo de la Producción Audiovisual, Periodismo, Publicidad y Comunicación Organizacional.

El profesional en Comunicación Audiovisual diseña, produce, realiza y difunde programas para la radio, cine, televisión spots publicitarios y reportes periodísticos, promueve y mejora la comunicación organizacional. Para ello maneja con destreza los equipos y tecnologías necesarias para tales fines.

CAMPO LABORAL

El campo laboral del comunicador audiovisual es amplio y diverso, ofreciendo oportunidades tanto en el sector dependiente como en el independiente. Este profesional puede desempeñarse en:

- Canales de televisión
- Productoras de televisión
- Empresas editoriales
- Agencias de noticias
- Departamentos de prensa
- Emisoras de radio
- Agencias de publicidad
- Asesoría en la elaboración de eventos
- Comunicación organizacional

Su versatilidad le permite contribuir en múltiples áreas, desde la producción y edición de contenido audiovisual hasta la gestión de la comunicación interna y externa de organizaciones, adaptándose a las necesidades específicas de cada entorno.

PLAN DE ESTUDIOS POR MÓDULOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

MÓDULO I:

OPERACIÓN AUDIOVISUAL

I SEMESTRE

- Técnicas de Comunicación
- Lógica y Funciones
- Cultura Física y Deportes
- Informática e Internet
- Narrativa y Lenguaje Audiovisual
- Guion Técnico para Radio y Televisión
- Fotografía I
- Tecnología Audiovisual I (Sonido)
- Técnicas Visuales Publicitarias

II SEMESTRE

- Interpretación y Producción de Textos
- Estadística General
- Cultura Artística
- Ofimática
- Fundamentos de Investigación
- Técnicas de Registro y Fundamentos del Periodismo
- Formatos de Redacción Periodístico y Publicitaria
- Fotografía II
- Géneros y Formatos Audiovisuales
- Tecnología Audiovisual II (Video)

MÓDULO II:

PRODUCCIÓN PARA MEDIOS AUDIOVISUALES INTERACTIVOS

III SEMESTRE

- Sociedad y Economía en la Globalización
- Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible
- Investigación e Innovación Tecnológica
- Producción Audiovisual I (Medio Audiovisual)
- Taller de Realización Periodístico
- Marketing I
- Fundamentos de la Publicidad
- Taller de Locución Audiovisual
- Taller de Cámara e Iluminación

IV SEMESTRE

- Comunicación Interpersonal
- Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica
- Producción Audiovisual II (Medio Interactivos)
- Taller de Realización Publicitaria
- Taller de Creatividad
- Marketing II
- Fundamentos de las Relaciones Publicas

MÓDULO III:

REALIZACIÓN AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA

V SEMESTRE

- Comunicación
- Ética Profesional
- Organización y Constitución de Empresas
- Taller de Realización de Videos Educativos e Institucionales
- Captura y Retoque de Fotografía Digital
- Taller de Edición
- Diseño y Producción Multimedia
- Post Producción Audiovisual (After Effects)
- Producción de Eventos y Espectáculos

VI SEMESTRE

- Liderazgo y Trabajo en Equipo
- Proyecto Empresarial
- Legislación e Inserción Laboral
- Dirección de Arte y Escena
- Taller de Realización de Programas De Estudio
- Taller de Realización de Ficción y Documentales
- Dirección y Fotografía
- Taller de Realización Multimedia
- Post Producción Audiovisual II (Animación 3D)

ITINERARIO FORMATIVO DISEÑO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

MÓDULOS EDUCATIVOS	UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS POR SEMESTRE						UNIDADES DIDÁCTICAS		MÓDULOS EDUCATIVOS		
		I	II	III	IV	V	VI	Horas	Créditos	Horas	Créditos	
MTP N°1 Operación Audiovisual	Narrativa y Lenguaje Audiovisual	4						72	3	756	32	
	Guion Técnico para radio y televisión	5						90	4			
	Fotografía I	4						72	3			
	Tecnología Audiovisual I (Sonido)	5						90	4			
	Técnicas Visuales Publicitarias	4						72	3			
	Técnicas de Registro y Fundamentos del Periodismo		4					72	4			
	Formatos de Redacción Periodística y Publicitaria		4					72	3			
	Fotografía II		4					72	2			
	Géneros y Formatos Audiovisuales		4					72	3			
	Tecnología Audiovisual II (Video)		4					72	3			
MTP N°2 Producción para medios audiovisuales e interactivos	Producción Audiovisual I (Medios Audiovisuales)			4				72	3	828	35	
	Taller de Realización Periodística			4				72	3			
	Marketing I			3				54	3			
	Fundamentos de la Publicidad			3				54	4			
	Taller de Locución Audiovisual			4				72	2			
	Taller de Cámara e Iluminación			4				72	3			
	Producción Audiovisual II (Medios Interactivos)				5			90	3			
	Taller de Realización Publicitaria				6			108	4			
	Taller de Creatividad				6			108	3			
	Marketing II				3			54	3			
Fundamentos de las Relaciones Públicas				4			72	4				
MTP N°3 Realización audiovisual y multimedia	Taller de Realización de Videos Educativos e Institucionales					5		90	3	846	34	
	Captura y Retoque de Fotografía Digital					2		36	1			
	Dirección de Arte y Escena						4	72	3			
	Taller de Edición					4		72	2			
	Diseño y Producción Multimedia					4		72	3			
	Post Producción Audiovisual 1 (After Effects)					4		72	3			
	Producción de Eventos y Espectáculos					5		90	4			
	Taller de Realización de Programas de Estudio						4	72	3			
	Taller de Realización de Ficción y Documentales						4	72	3			
	Dirección de Fotografía						3	54	3			
	Taller de Realización Multimedia						4	72	3			
Post Producción Audiovisual II (Animación 3D)						4	72	3				
TOTAL DE HORAS Y CRÉDITOS DE MÓDULOS TRANSVERSALES		8	10	8	6	6	7	810	33	810	33	
TOTAL DE HORAS Y CRÉDITOS DE MÓDULOS TÉCNICO PROFESIONALES		22	20	22	24	24	23	2430	101	2430	101	
TOTAL DE HORAS SEMANALES		30	30	30	30	30	30					
TOTAL GENERAL		540	540	540	540	540	540	3240	134	3240	134	3240

(Módulo técnico Profesional)

2430

3.9 Módulos Transversales

(UNIDADES DIDÁCTICAS DE EMPLEABILIDAD)

Los cuatro programas de estudio incluyen módulos transversales diseñados para complementar una formación integral que abarca no solo conocimientos técnicos, sino también el desarrollo de habilidades blandas esenciales para el mercado laboral. Estos módulos se centran en aspectos como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, la resolución de conflictos y la adaptabilidad, que son fundamentales para el éxito profesional.

ITINERARIO FORMATIVO MÓDULOS TRANSVERSALES DE LOS CUATRO PROGRAMAS DE ESTUDIO

MÓDULOS EDUCATIVOS	UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS POR SEMESTRE						UNIDADES DIDÁCTICAS		MÓDULOS EDUCATIVOS	
		I	II	III	IV	V	VI	Horas	Créditos	Horas	Créditos
COMUNICACIÓN	Técnica de comunicación	2						36	1.5	72	3
	Interpretación y Producción de textos		2					36	1.5		
MATEMÁTICAS	Lógica y funciones	2						36	1.5	72	3
	Estadística general		2					36	1.5		
SOCIEDAD Y ECONOMÍA	Sociedad y economía en la globalización			3				54	2	54	2
MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	Medio ambiente y desarrollo sostenible.			3				54	2	54	2
ACTIVIDADES	Cultura física y deporte	2						36	1.5	72	3
	Cultura artística		2					36	1.5		
INFORMÁTICA	Informática e Internet	2						36	1.5	72	3
	Ofimática		2					36	1.5		
IDIOMA EXTRANJERO	Comunicación Interpersonal				2			36	1.5	72	3
	Comunicación Empresarial					2		36	1.5		
	Fundamentos de Investigación		2					36	1.5	144	6
INVESTIGACIÓN TECNOLÓGICA	Investigación e innovación tecnológica			2				36	1.5		
	Proyecto de investigación e innovación tecnológica				4			72	3		
RELACIONES EN EL ENTORNO DEL TRABAJO	Comportamiento ético					2		36	1.5	72	3
	Liderazgo y trabajo en equipo						2	36	1.5		
GESTIÓN EMPRESARIAL	Organización y constitución de empresas					2		36	1.5	72	3
	Proyecto empresarial						2	36	1.5		
FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN	Legislación e inserción laboral						3	54	2	54	2

3.10 Investigación Aplicada a la Innovación

Nuestra institución está comprometida con el desarrollo de la investigación, la creatividad y la innovación; por ello se fomenta en los estudiantes la investigación dentro de las unidades didácticas encada programa de estudio.

Los estudiantes aplican sus conocimientos en el desarrollo de proyectos reales donde afinan las competencias técnicas adquiridas. La investigación docente y estudiantil se fomenta a través de la Unidad de investigación, destinada para ello.

Las líneas de Investigación están delimitadas por los cuatro programas de estudio, agregando además la investigación educativa; además, se realizan periódicamente ferias, participaciones en eventos y otras actividades extracurriculares que permiten desarrollar innovación en el campo del diseño y la comunicación.

Finalmente, la Unidad de investigación también se encarga de promover, fomentar y gestionar investigación con la participación del personal docentes a través de proyectos de investigación en horas no lectivas que aportan a las áreas académicas y al desarrollo pedagógico.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE GESTIÓN

4.9 Enfoque de Modelo de Gestión

El enfoque de modelo de gestión actual del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público " Diseño y Comunicación", permite desarrollar una política institucional que permita una rápida adecuación y respuestas a los cambios e innovaciones que presenta el mercado laboral y la realidad socio política de nuestro país.

La gestión se da como un todo articulado, es un proceso de distribución y atribución, con relaciones con variables por necesidad, donde sus elementos solo son aislables para propósitos didácticos. No se puede separar lo académico de lo institucional / administrativo en el instituto y al revés. En consecuencia, el diseño de enfoque de gestión parte del componente inmaterial, pedagógico, hacia la parte más dura de la organización, el manejo de recursos e identificación de procesos, cualquiera que sea el tipo de instituto, la especialización de la gestión pedagógica, institucional, administrativa, económica y financiera se debe manejar de manera integrada y con transparencia y conducta ética en todos sus niveles. El enfoque se expresa por criterios en las

dimensiones pedagógica e institucional / administrativa / económica y financiera. Los criterios o principios de gestión se conceptúan como variables independientes, causales, convertidos en procesos primarios del instituto que permiten obtener resultados.

Los resultados deben buscar elevar los rendimientos académicos, mejorar el desempeño profesional de los docentes, impactar en las expectativas de la comunidad, convertir a la institución en una institución líder, con transparencia en la gestión y una alta conducta ética de todos sus integrantes, hacer del Instituto una comunidad de relaciones sociales basada en el respeto mutuo y el mejoramiento de la calidad humana en los sectores privados.

Las ciencias administrativas actual condicen la enorme necesidad de la evaluación como elemento de reorientación de las organizaciones. En el enfoque de gestión del IESTP "Diseño y Comunicación", sin descuidar la evaluación externa. Lo más importante está dado por una cultura de la autoevaluación de los directivos del Instituto, que implica responsabilidad, ética y transparencia en la gestión y que está ligada a las nuevas formas de gestionar organizaciones inteligentes. El enfoque de gestión maneja el supuesto de confianza sobre los directivos de los Institutos, ellos dan muestra a diario de vocación, superación y perfil patriótico en la formación de profesionales técnicos y el buen manejo de los recursos del estado evitando el aprovechamiento propio o en beneficio de otros. El enfoque de gestión plantea:

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS
<p>1. Mejorar de manera significativa los rendimientos académicos para lograr la eficiencia y eficacia del servicio educativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento en rendimiento académico en el área de formación tecnológica. • Mayor número de horas de clases efectivas. • Calidad en la participación de la familia, la comunidad y los centros laborales en los aprendizajes. • Articulación de las áreas académicas al Proyecto Curricular Institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba de inicio y término del semestre. • Eventos de motivación y sensibilización alumnos / docentes. • Documento proyecto Nuevo Diseño Curricular Básico del Instituto. • Desarrollo de actividades de apoyo al mejoramiento académico.
<p>2. Perfeccionar y mejorar la calidad de desempeños de los docentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de estrategias metodológicas activas, con aumento de horas de exposición, demostración pedagógica con prácticas de calidad. • Recuperación de horas de clases perdidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formato de bitácora de acontecimiento en el desarrollo del año. • Actualización convergente en áreas aурiculares. • Monitoreo participante.
<p>3. Lograr impacto positivo en la comunidad/empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor satisfacción de comunidad / empresa por servicio educativo del Instituto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta comunidad / empresa. • Seguimiento de egresados

<p>4. Consolidación del equipo directivo - jerárquico para la implantación del enfoque de modelo de gestión con asistencia y monitoreo continuo en cada etapa del proceso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desempeño profesional del equipo directivo jerárquico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor presencia del equipo directivo jerárquico en las aulas, talleres, laboratorios y otras áreas del Instituto. • Documento de informes parciales.
<p>5. Mejorar sustancialmente los rendimientos académicos para lograr la eficiencia y eficacia del servicio educativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Afinamiento de política educativa institucional en la gestión del IESTP. "Diseño y Comunicación". • Actualización de los instrumentos de gestión pedagógica, institucional y administrativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Documento de avance de modelo de gestión. • Monitoreo permanente.
<p>6. Perfeccionar y mejorar la calidad de desempeños docentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de matriculados por carrera, turnos y horarios. • Reconocimiento de los usuarios por la satisfacción del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registros. • Monitoreo permanente. • Encuesta a los usuarios.
<p>7. Lograr impacto positivo en la comunidad/empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de egresados titulados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registros permanentes • Monitoreo permanente • Reunión de Coordinación
<p>8. Mejoramiento de las prácticas profesionales a través de convenios con empresas e instituciones públicas y privadas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de convenios. • Número de estudiantes en práctica profesional en empresas e instituciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registros. • Monitoreo permanente

4.10 Políticas Institucionales de Gestión

- A. El Proyecto Educativo Institucional (PEI) debe ser el documento básico y guía para la conducción de la Institución y se constituye en un hilo de continuidad y de direccionalidad a través de los planes estratégicos del Plan Anual a lo largo del Tiempo.
- B. Se debe encaminar al personal de la institución al trabajo en equipo, con responsabilidades individuales en la consecución de los objetivos y metas, dentro de un ambiente agradable, fraterno, sin privilegios, ni marginaciones por parte de sus superiores inmediatos.
- C. Nuestra atención debe estar centrada en el alumno (cliente). Se debe otorgar un servicio de muy buena calidad y con mucha emoción social y cristiana.
- D. Debe cultivarse la predisposición para el cambio, la innovación y el mejoramiento continuo de los procedimientos y procesos de las operaciones en el que hacer institucional.
- E. El Prestigio institucional se basa en la calidad de los servicios que se otorga y en la conducta positiva de todos los integrantes del instituto.

- F. El Instituto estimula, coadyuva y apoya la superación profesional del personal de la institución, porque ello redundará en una buena formación del educando que es nuestra esperanza del mañana.
- G. Selección, capacitación y evaluación periódica del personal y alumnos para optimizar los procesos que permitan brindar los servicios de calidad y oportunidad, propiciar la práctica de relaciones fraternas y de colaboración ejercitando los valores como la honestidad, transparencia, sinceridad, respeto mutuo y autoestima.
- H. Aplicar los principales instrumentos formativos de gestión pedagógica, institucional y administrativo que conlleve a los servicios de calidad que ofrece el Instituto.
- I. Implementación de planes estratégicos de trabajo, planes operativos, proyectos y programas que permitan la excelencia de la institución y la atención oportuna con buen trato a la comunidad educativa.
- J. Diversificar la oferta de servicios tendientes a reforzar la acción pedagógica a los alumnos y personal docente para su mejor desenvolvimiento en las aulas de clases y en el Instituto para y de este modo, cualificar el trabajo institucional.
- K. Coadyuvar a perfilar un pensamiento pedagógico genuino para el Perú, relacionándolo con sus raíces culturales e históricas.
- L. Contribuir a forjar una cultura nacional con valores y principios que dé como resultado vivir en una sociedad digna, justa y llena de posibilidades para todos los ciudadanos, permitiendo el desarrollo personal, comunal, regional y nacional.
- M. Brindar un eficiente, adecuado y oportuno servicio a los requerimientos de las áreas de docencia, producción, servicios y administración.
- N. Desarrollar una permanente coordinación con los diversos entes del sector y otras Instituciones públicas y privadas, que contribuyan a mejorar los servicios del Instituto.
- O. Lograr que el personal y estudiantes estén comprometidos con la visión, misión, objetivos y metas de la institución como un equipo de suma de individualidades.
- P. Establecer medios de estímulo que fortalezcan la dedicación, eficiencia y responsabilidad.

4.11 Perfil del Personal Directivo y Jerárquico

- A. El Proyecto Educativo Institucional (PEI) debe ser el documento básico y guía para la conducción de la Institución y se constituye en un hilo de continuidad y de direccionalidad a través de los planes estratégicos del Plan Anual a lo largo del Tiempo.
- B. Poseer una formación profesional en uno de los programas de estudios que ofrece el instituto y conocimiento de gestión del Institutos públicos.

- C. Poseer una visión integral coherente y orgánica de la persona humana, de la familia, la comunidad, el país, el mundo y la vida, para proponer y transmitir valores en su acción educativa.
- D. Asume en libertad y por convicción las actitudes inherentes a su acción educativa para liderar al equipo de docentes, no docentes, padres de familia y alumnos.
- E. Lograr que su participación a la gestión pedagógica, institucional y administrativa, estén claramente marcados por los rasgos característicos de la visión, misión, ideario del Instituto, propiciando la excelencia y la creatividad para la innovación.
- F. Mantener un proceso dinámico permanente de búsqueda de respuestas a los desafíos que plantea la competitividad, la calidad total, la excelencia y la modernidad dentro del contexto que plantea la realidad en la tarea educativa.
- G. Potenciar la participación de, todos los estamentos en la construcción de la comunidad educativa y propiciar la identificación personal del Instituto.
- H. Conseguir que las actividades contenidas en el Proyecto de Educativo Institucional del Instituto, tenga continuidad, coherencia y direccionalidad, fijando para ello sus instrumentos de gestión.
- I. Propiciar la solidaridad, el servicio de justicia, la verdad, la honestidad, la paz, la conciencia, crítica y el sentido de la vida
- J. Orientar al IESTP "Diseño y Comunicación", para que contribuya la educación, paz, la cultura, la ciencia, la tecnología, el trabajo, la práctica de la ética, la moral y las necesidades personales, nacionales, como sustento de la seguridad, bienestar y desarrollo del país.
- K. Motivar a la comunidad educativa del Instituto para que realicen experiencias innovadoras, con profunda vocación, compromiso, creatividad, a través de su Proyecto de Educativo Institucional.
- L. Potenciar su capacidad profesional para: Integrarse y relacionarse con los diferentes estamentos del que trabajo institucional, con proyección a la comunidad.
- M. Expresarse y comunicarse interna y externamente en el logro de la visión, misión del Instituto.
- N. Identificar, plantear y/o superar situaciones de riesgo y problemas propios de su gestión.
- O. Actuar con iniciativa y creatividad para conducir al Instituto a la modernidad y la constante innovación.
- P. Incentivar las relaciones humanas y orientar al personal hacia su autodesarrollo permanente y excelencia en la función que desempeña.

- Q. Comprometer el proceso de calidad total de la educación y la producción de los cambios sociales y económicos y en el aporte de éste, al desarrollo integral del país.
- R. Promover en el personal del Instituto, una mentalidad empresarial y de liderazgo para la eficiencia y eficacia del servicio, basada en la equidad, respeto, justicia y la práctica de los valores más altos del ser humano.
- S. Actuar con justicia, objetividad e imparcialidad para motivar el clima laboral armónico y positivo.

4.12 Perfil del Docente

- A. Poseer una formación profesional, unido a una preparación y capacitación permanente, identificándose con la visión, misión del IESTP "Diseño y Comunicación"
- B. Es un agente del servicio educativo que promueve la investigación, el cambio con una convicción y libertad para propiciar la excelencia y calidad educativa.
- C. Tener una visión integral coherente, organizada en función de la persona humana, la familia, la comunidad, el país, el mundo y la vida, permitiendo promover y transmitir valores en su acción educativa.
- D. Poseer una actitud humanista, científica, tecnológica y cultural, con una escala de valores, que incluya una educación para la vida, el trabajo, el desarrollo y la democracia y la paz, es decir, una búsqueda de realización personal y compromiso social solidario.
- E. Respeta y acepta al estudiante como persona y estimula la conquista de valores.
- F. Posee una elevada autoestima, transmitiendo una personalidad segura, decidida.
- G. Refleja un alto nivel de calidad profesional y humana en su trato cordial y fraterno hacia los educandos, compañeros de trabajo y padres de familia. Cultiva buenas relaciones basadas en la tolerancia, utilizando un lenguaje mesurado y respetuoso que fomenta la amistad, la comprensión mutua y la cooperación.
- H. Es comprensivo, reflexivo, autocrítico y con una interioridad que lo sensibiliza con la comunidad educativa.
- I. Orienta sus acciones hacia la búsqueda continua de la justicia y la paz en el ámbito institucional.
- J. Propicia el trabajo en equipo como miembro activo de una comunidad educativa viva y dinámica.
- K. Buscar el desarrollo de todas las potencialidades del educando para que logre su formación integral.

- L. Ser ejemplo para los educandos en el respeto a la salud integral y la vitalidad, manteniendo su cuerpo y mente sano y fuerte.
- M. Promover conjuntamente con los estudiantes hábitos de reflexión y diálogo que fomenten una conciencia moral, cívica, patriótica y religiosa.

4.13 Perfil del Personal Administrativo

- A. Se identifica con la visión, misión e ideario del IESTP "Diseño y Comunicación", y contribuye a lograr un servicio de calidad para la satisfacción de los usuarios.
- B. Tener una calificación técnica que garanticen su participación en el desarrollo de la gestión del I.E.S.T.P." Diseño y Comunicación" Sirve a los estudiantes y usuarios en general, con respeto, cortesía, rapidez, actitud preferente, alegría y disponibilidad, orientando sus acciones hacia la búsqueda de la justicia y la paz.
- C. Respeta y acepta al estudiante como persona, estimulándola a la conquista de valores y principios.
- D. Posee una elevada autoestima, transmitiendo una personalidad segura y decidida, optimista frente a los desafíos que se le presentan. Profesa y promueve actitudes en defensa de la vida y las asume como parte de su labor diaria.
- E. Actúa con autenticidad, rectitud, honestidad, transparencia y ética, orientando su trabajo hacia los objetivos de la institución Estimula y valora todo tipo de trabajo como un servicio para la convivencia pacífica y fraterna a favor del desarrollo de la institución y de la sociedad.

4.14 Descripción de la Estructura Organizativa

Nº	CARGO FUNCIONAL	CONDICIÓN LABORAL	OBSERVACIONES
01	Director General	Plaza CAP	
02	Jefe de Unidad Académica	Plaza CAP	
03	Jefe de Secretaría Académica	Plaza CAP	
04	Jefe de la Unidad de Investigación		
05	Jefe de la Unidad de Bienestar y Empleabilidad		
06	Jefe de Área de Calidad Educativa		
07	Coord. del Área Académica de Diseño Publicitario	Plaza CAP	
08	Coord. del Área Académica de Diseño de Interiores	Plaza CAP	
09	Coord. de Área Académica de Diseño de Modas	Plaza CAP	
10	Coord. del Área Académica de Comunicación Audiovisual	Plaza CAP	

a) ÓRGANOS DE APOYO

N°	CARGO FUNCIONAL	CONDICIÓN LABORAL	OBSERVACIONES
01	Jefe de Unidad Administrativa	Plaza CAP	
02	Jefe Actividades Productivas Empresariales	Por funciones	No hay plaza orgánica.
03	Jefe de Formación continua		

b) PERSONAL DOCENTE

CONDICIÓN LABORAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	OBSERVACIONES
Nombrados	12	05	TOTAL	
Contratos	15	14	17	
Destacada	00	01	29	DOCENTE
TOTAL	27	20	01	

c) DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL DOCENTE

CONDICIÓN LABORAL	DISEÑO PUBLICITARIO			DISEÑO DE MODAS			DISEÑO DE INTERIORES			COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL			MÓDULOS TRANSVERSALES			ASISTENTE DE TALLER		
	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T
Nombrados	5	0	5	0	0	0	1	4	5	4	0	4	2	2	4	0	0	0
Contratados	3	3	6	3	6	9	2	3	5	2	0	2	3	0	3	2	2	4
Destacados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
TOTAL	8	3	11	3	6	9	3	6	10	6	0	6	5	3	8	2	2	4

Fuente: DIRECCION GENERAL/ CUADRO DE HORAS

H: HOMBRES

M: MUJERES

T: TOTAL

d) PERSONAL ADMINISTRATIVO

CONDICIÓN LABORAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	OBSERVACIÓN
Nombrados	7	7	14	
Contratados CAS	0	2	2	
Contratados CAP	1	0	1	
Destacados	0	0	0	
TOTAL	8	9	17	

e) PERSONAL ADMINISTRATIVO POR CARGOS

CONDICIÓN LABORAL	OFICINISTA		AUX. BIBLIOTECA		AUX. LABORATORIO		PERIODISTA		TÉCNICO ADMINISTRATIVA.		TRABAJO SERVICIO		SECRETARIA		OTROS		TOTAL
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
Nombrados	0	2	1	1	2	1	0	1	1	0	3	0	0	1	0	0	13
Contratados CAS	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	02
Contratados CAP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	03
Destacados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	0	2	1	1	2	1	0	1	3	1	4	1	0	1	0	0	18

f) METAS DE INGRESANTES APROBADAS POR LA DRELM

N°	PROGRAMAS DE ESTUDIOS	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
01	Diseño Publicitario	80	80	80	80	70
02	Diseño de Modas	80	80	80	80	60
03	Diseño de Interiores	80	80	80	80	70
04	Comunicación Audiovisual	40	40	40	40	35
	TOTAL	280	280	280	280	235

g) POSTULANTES POR PROGRAMAS DE ESTUDIOS

N°	PROGRAMAS DE ESTUDIOS	2020	2021	2022	2023	2024
01	Diseño Publicitario	116	160	145	126	100
02	Diseño de Modas	108	160	105	114	116
03	Diseño de Interiores	71	121	110	78	79
04	Comunicación Audiovisual	114	110	87	76	86
	TOTAL	409	551	447	394	381

(Fuente: Secretaría Académica)

h) MATRICULADOS POR PROGRAMAS DE ESTUDIOS

N°	PROGRAMAS DE ESTUDIOS	2020	2021	2022	2023	2024
01	<i>Diseño Publicitario</i>	150	202	181	181	177
02	<i>Diseño de Modas</i>	167	182	174	184	165
03	<i>Diseño de Interiores</i>	152	192	165	151	163
04	<i>Comunicación Audiovisual</i>	97	110	103	88	88
	TOTAL	570	685	620	604	593

(Fuente: Secretaría Académica)

i) DISTRIBUCIÓN DE LOS ALUMNOS POR PROGRAMAS ACADÉMICOS - AÑO LECTIVO 2024 – I – II

SEMESTRE	PRIMERO			SEGUNDO			TERCERO			CUARTO			QUINTO			SEXTO			TOTAL
	D	T	N	D	T	N	D	T	N	D	T	N	D	T	N	D	T	N	
PROGRAMAS DE ESTUDIOS																			
DISEÑO PUBLICITARIO	36		27	00		00	33		28	00		00	30		23	00		00	177
DISEÑO DE MODAS	59			00		00	58			00		00	45			00		00	165
DISEÑO DE INTERIORES	35		28	00		00	28		27	00		00	24		21	00		00	163
COMUNICACION AUDIOVISUAL	0		35	00		00	0		30	00		00	0		23	00		00	88

D	Diurno	T	Tarde	N	Noche
(Fuente: Secretaría Docente)					

j) EGRESADOS

PROGRAMAS DE ESTUDIOS PROFESIONALES	2020 -II	2021-II	2022-II	2023-II
<i>Diseño Publicitario</i>	23	16	34	34
<i>Diseño de Modas</i>	33	49	34	49
<i>Diseño de Interiores</i>	42	35	41	33
<i>Comunicación Audiovisual</i>	26	28	21	19
TOTALES	124	128	130	135

k) TITULADOS

CARRERAS PROFESIONALES	2020	2021	2022	2023	2024
<i>Diseño Publicitario</i>	0	2	4	13	02 en proceso
<i>Diseño de Modas</i>	0	8	4	06	
<i>Diseño de Interiores</i>	0	7	8	09	
<i>Comunicación Audiovisual</i>	0	7	0	07	
TOTALES	0	24	16	35	

4.15 **Infraestructura**

a) SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIO	TIPO	PROVEEDOR
<i>LUZ</i>	Eléctrica	ENEL
<i>AGUA</i>	Red Pública	SEDAPAL
<i>DESAGÜE</i>	Alcantarillado	SEDAPAL
<i>INTERNET</i>	Cableado	WIN

b) SERVICIOS HIGIÉNICOS

USUARIOS	CANTIDAD	PISOS
<i>ALUMNOS</i>	2	1er y 3er Piso
<i>ALUMNAS</i>	2	1er y 3er Piso
<i>DOCENTES</i>	1	1er Piso
<i>ADMINISTRATIVOS</i>	2	1er Piso
<i>DISCAPACITADOS</i>	1	1er Piso

c) AREADO

ASPECTO	ÁREA EN M2
<i>TERRENO</i>	1237.00
<i>CONSTRUCCIÓN</i>	2013.33
<i>ÁREAS LIBRES</i>	521.65
<i>OTROS (especificar)</i>	

d) DESCRIPCIÓN DE AMBIENTES

IDENTIFICACIÓN	UBICACIÓN	CANTIDAD
AULAS	1ER, 2DO Y 3ER PISO	10
LABORATORIO DE CÓMPUTO	2DO Y 3ER PISO	4
TALLERES	2DO PISO	1
OFICINA ADMINISTRATIVAS	1ER Y 2DO PISO	12
BIBLIOTECA	1ER PISO	1
OFICINA DE ATENCIÓN AL ALUMNO	-	0
AUTORIO	-	0
CAFETERÍA	-	1
LIBRERÍA	-	0
TÓPICO	1ER PISO	1

e) DESCRIPCIÓN DE AULAS

IDENTIFICACIÓN	UBICACIÓN	ÁREA (M2)	CAPACIDAD	MAT. DE CONSTRUCCIÓN	TIPO DE ILUMINACIÓN	TIPO DE VENTILACIÓN
AULA 101	1ER. PISO	77.00	40	CONVENCIONAL	NATURAL	NATURAL
AULA 102	1ER. PISO	62.00	40	CONVENCIONAL	NATURAL	NATURAL
AULA 103	1ER. PISO	54.00	35	CONVENCIONAL	NATURAL	NATURAL
AULA 201	2DO PISO	54.00	35	CONVENCIONAL	NATURAL	NATURAL
AULA 301	3ER PISO	54.00	35	DRYWALL	NATURAL	NATURAL
AULA 302	3ER PISO	54.00	35	DRYWALL	NATURAL	NATURAL
AULA 303	3ER PISO	75.00	40	CONVENCIONAL	NATURAL	NATURAL
AULA 304	3ER PISO	56.00	35	DRYWALL	NATURAL	NATURAL
AULA 305	3ER PISO	40.00	26	DRYWALL	NATURAL	NATURAL
AULA 306	3ER PISO	46.00	30	MADERA	NATURAL	NATURAL

f) DESCRIPCIÓN DE LABORATORIOS

IDENTIFICACIÓN	UBICACIÓN	ÁREA (M2)	CAPAC.	MAT. DE CONSTRUCCIÓN	TIPO DE ILUMINACIÓN	TIPO DE VENTILACIÓN
LABORATORIO 201 <i>DISEÑO DE INTERIORES</i>	2DO PISO	77.00	31	CONVENCIONAL	NATURAL	NATURAL
LABORATORIO 202 <i>DISEÑO PUBLICITARIO</i>	2DO PISO	61.00	24	CONVENCIONAL	NATURAL	NATURAL
LABORATORIO 203 <i>COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL</i>	2DO PISO	55.00	22	CONVENCIONAL	NATURAL	NATURAL
LABORATORIO 301 <i>DISEÑO DE MODAS</i>	3ER PISO	49.00	20	CONVENCIONAL	NATURAL	NATURAL
TALLER DE MÁQUINAS <i>DISEÑO MODAS</i>	2DO PISO	126.00	31	CONVENCIONAL	NATURAL	NATURAL
ISLA DE EDICIÓN <i>COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL</i>	2DO PISO	90.00	6	CONVENCIONAL	NATURAL	NATURAL

g) DESCRIPCIÓN DE AMBIENTES ADMINISTRATIVOS

IDENTIFICACIÓN	UBICACIÓN	ÁREA (M2)	CAPAC.	MAT. DE CONSTRUCCIÓN	TIPO DE ILUMINACIÓN
<i>DIRECCIÓN</i>	1ER PISO	20.00		CONVENCIONAL	NATURAL
<i>SECRETARIA DE DIRECCIÓN</i>	1ER PISO	7.00		CONVENCIONAL	NATURAL
<i>JEFATURA UNIDAD ACADÉMICA</i>	1ER PISO	12.00		CONVENCIONAL	NATURAL
<i>SECRETARÍA ACADÉMICA</i>	1ER PISO	17.00		CONVENCIONAL	NATURAL
<i>SALA DE PROFESORES</i>	1ER PISO	55.00		CONVENCIONAL	NATURAL
<i>COORDINACIÓN ACADÉMICA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL</i>	1ER PISO	16.00		CONVENCIONAL	NATURAL
<i>COORDINACIÓN ACADÉMICA DIS. INTERIORES Y MODAS</i>	1ER PISO	16.00		CONVENCIONAL	NATURAL
<i>ÁREA DE ADMINISTRACIÓN</i>	1ER PISO	26.00		DRYWALL	NATURAL

ALMACÉN	1ER PISO	10.00		DRYWALL	NATURAL
TÓPICO	2DO PISO	12.00		CONVENCIONAL	NATURAL
BIBLIOTECA	1ER PISO	32.00			
COORDINACIÓN ACADÉMICA DISEÑO PUBLICITARIO	2DO PISO	27.00			

h) EQUIPO DIDÁCTICO A EMPLEAR

TIPO DE EQUIPO	CANTIDAD	UBICACIÓN
<i>Retroproyector de transparencia</i>	Ver inventario institucional	
<i>Equipo de vídeo</i>	Ver inventario institucional	
<i>Proyector de diapositivas</i>	Ver inventario institucional	
<i>Computadoras</i>	Ver inventario institucional	
<i>Grabadoras de audio</i>	Ver inventario institucional	
<i>Monitor de TV</i>	Ver inventario institucional	
<i>Pizarra</i>	Ver inventario institucional	
<i>Pupitres</i>	Ver inventario institucional	
<i>Mesas</i>	Ver inventario institucional	
<i>Sillas</i>	Ver inventario institucional	
<i>Carpetas</i>	Ver inventario institucional	
<i>Otros (especificar)</i>	Ver inventario institucional	

i) METAS DE LOS PROGRAMAS DE ESTUDIOS

N°	PROGRAMA DE ESTUDIOS	METAS DE INGRESANTES						MATRICULADOS						EGRESADOS				
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019	2020	2021	2022	2023
1	D. PUBLICITARIO	80	80	80	80	80	70	332	323	341	331	181	177	30	23	16	34	34
2	D. INTERIORES	80	80	80	80	80	70	389	355	337	301	151	163	44	42	35	41	33
3	D. MODAS	40	40	80	80	80	60	380	325	394	325	184	165	43	33	49	34	49
4	C. AUDIOVISUAL	40	40	40	40	40	35	186	203	210	185	88	88	19	26	28	21	19
	TOTAL	240	240	280	280	280	235	1287	1206	1282	1142	604	593	136	124	128	130	135

4.16 Organigrama Institucional

