

**RESOLUCIÓN RECTORAL No. 47 DE 2020
(5 de noviembre de 2020)**

Por medio de la cual se modifica el plan de estudios del Programa de Publicidad, modalidad Presencial, ofrecido en la Universidad Católica Luis Amigó, Sede Medellín.

EL RECTOR GENERAL DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ, en uso de sus atribuciones legales y estatutarias, y

CONSIDERANDO QUE:

PRIMERO. La Universidad Católica Luis Amigó ofrece actualmente en el Centro Regional/ Sede Medellín, el Programa de Publicidad, modalidad Presencial, según Resolución 04506 del 08 de abril de 2015 expedida por el Ministerio de Educación Nacional y código SNIES 53857.

SEGUNDO. Corresponde al Rector General, según el literal h del Artículo 38 del Estatuto General, autorizar mediante Resolución Rectoral la modificación de programas de pregrado o de posgrado, tanto para la Sede Principal como para las Seccionales, Centros Regionales u otros lugares donde llegaren a ofrecerse.

TERCERO. Conforme a lo establecido en el literal C del numeral 10.4.2.2 de la Estructura Orgánica, es competencia del Comité Curricular del Programa: "Revisar periódicamente el currículo y cuidar de que se mantenga actualizado y en consonancia con el desarrollo del conocimiento y las necesidades de la región."

CUARTO. El Comité Curricular del Programa de Publicidad, según consta en el acta 009 de 9 de octubre de 2020 allegada a la Rectoría para aprobación, estudió ampliamente el tema de modificación curricular del Programa de Publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó y lo recomienda al Rector General para su análisis y aprobación.

QUINTO. El Rector General, analizó la documentación allegada y conceptuó favorablemente para realizar las respectivas modificaciones ya descritas.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. Aprobar la modificación del Plan de Estudios del Programa de Publicidad, modalidad Presencial, ofrecido en la Sede Medellín, el cual se describe a continuación. Tendrá una duración de 160 Créditos Académicos distribuidos en 10 niveles, conducentes al título de Profesional en Publicidad.



Nivel	Curso	Créditos académicos	Horas trabajo presencial	Horas de Trabajo Independiente	Total Horas de Trabajo
1	Conceptualización Visual: Taller Central	2	48	48	96
	Fundamentos de Economía.	2	48	48	96
	Estadística	2	48	48	96
	Competencias Fundamentales en Tic	2	32	64	96
	Redacción y Ortografía	2	48	48	96
	Publicidad	2	48	48	96
	Electiva I	2	48	48	96
	Contexto Amigoniano y Humanismo Cristiano	2	32	64	96
Subtotal nivel		16	352	416	768
2	Lenguaje Fotográfico	2	48	48	96
	Mercadeo	3	72	72	144
	Composición Gráfica: Taller Central	2	48	48	96
	Producción y Materiales	3	72	72	144
	Electiva II	2	48	48	96
	Electiva III	2	48	48	96
	Antropología y Cosmovisiones	2	32	64	96
Subtotal nivel		16	368	400	768
3	Comunicación Publicitaria	3	72	72	144

	Narrativas Audiovisuales	2	48	48	96
	Identidad e Imagen Corporativa: Taller Central	2	48	48	96
	Diseño Vectorial	3	72	72	144
	Inglés I	4	64	128	192
	Ética y Axiología	2	32	64	96
	Electiva IV	2	48	48	96
	Subtotal nivel	18	384	480	864
4	Comportamiento del Consumidor	3	72	72	144
	Dirección de Arte	2	48	48	96
	Redacción Publicitaria	2	48	48	96
	Imagen Digital	3	72	72	144
	Planeación Estratégica de Medios: Taller Central	3	72	72	144
	Inglés II	4	64	128	192
	Subtotal nivel	17	376	440	816
5	Generalidades del Proceso de Investigación y Construcción de Objetos de Conocimiento	2	32	64	96
	Semiótica de la Imagen	2	48	48	96
	Procesos Creativos: Taller Central	2	48	48	96

	Fotografía Publicitaria	2	48	48	96
	Procesos Estratégicos	2	48	48	96
	Inglés III	4	64	128	192
	Electiva V	2	48	48	96
	Subtotal nivel	16	336	432	768
6	Sociedad y Consumo	3	72	72	144
	Gerencia Publicitaria	2	48	48	96
	Música Publicitaria	2	48	48	96
	Generalidades Metodológicas desde la Investigación Cuantitativa	2	32	64	96
	Conceptualización: Taller Central	3	72	72	144
	Inglés IV	4	64	128	192
	Planeación Digital	2	48	48	96
	Subtotal nivel	18	384	480	864
7	Estrategias Digitales y Transmedia	3	72	72	144
	Radio Publicitaria	2	48	48	96
	Producción Audiovisual	2	48	48	96
	Marketing Digital	2	48	48	96
	Desarrollo Humano y Formación Sociopolítica	2	32	64	96
	Eventos: Taller Central	3	72	72	144

	Generalidades Metodológicas desde la Investigación Cualitativa	2	32	64	96
	Subtotal nivel	16	352	416	768
8	Proyecto Social	2	48	48	96
	Normativa Publicitaria	2	48	48	96
	Investigación Publicitaria	2	48	48	96
	Edición Digital	3	72	72	144
	Campaña de Bien Social: Taller Central	3	72	72	144
	Electiva VI	2	48	48	96
	Inglés V	4	64	128	192
	Subtotal nivel	18	400	464	864
9	Trabajo de Grado I: Taller Central	3	72	72	144
	Práctica Profesional I	8	192	192	384
	Electiva VII	2	48	48	96
	Subtotal nivel	13	312	312	624
10	Trabajo de Grado II: taller central	3	72	72	144
	Práctica Profesional II	7	168	168	336
	Electiva VIII	2	48	48	96
	Subtotal nivel	12	288	288	576
	Total	160	3552	4128	7680

ARTÍCULO SEGUNDO: Aprobar el siguiente Plan de Equivalencias del Plan de Estudios propuesto respecto al plan de Plan de Estudios Vigente del Programa de Publicidad, modalidad Presencial, Centro Regional/Sede Medellín:

Plan de Estudios Actual (160 créditos)			Plan de Estudios Propuesto (160 créditos)	
Código	Curso	Créditos	Curso	Créditos
PUTC01	Diseño Básico: Taller Central	2	Conceptualización Visual: Taller Central	2
PU060	Fundamentos de Economía.	2	Fundamentos de Economía	2
PU061	Estadística	2	Estadística	2
ATI01	Competencias Fundamentales en Tic.	2	Competencias Fundamentales en Tic	2
PU005	Redacción y Ortografía	2	Redacción y Ortografía	2
PU001	Epistemología Publicitaria	2	Publicidad	2
PUEE04	Electiva I	2	Electiva I	2
ASH01	Contexto Amigoniano y Humanismo	2	Contexto Amigoniano y Humanismo Cristiano	2
PU010	Fotografía Básica	2	Lenguaje Fotográfico	2
PU062	Mercado e Investigación	3	Mercadeo	3
PUTC02	Procesos Gráficos: Taller Central	2	Composición Gráfica: Taller Central	2
PU063	Composición Bidimensional	3	Producción y Materiales	3
PUEE06	Electiva II	2	Electiva II	2
PUEE03	Electiva III	2	Electiva III	2
ASH02	Antropología y Cosmovisiones.	2	Antropología y Cosmovisiones.	2

PU064	Teorías de la Comunicación	3	Comunicación Publicitaria	3
PU065	Apreciación Cinematográfica	2	Narrativas audiovisuales	2
PUTC03	Identidad e Imagen Corporativa: Taller Central.	2	Identidad e Imagen Corporativa: Taller Central.	2
PU014	Diseño Vectorial.	3	Diseño Vectorial.	3
ALE01	Inglés I	2	Inglés I	4
ALE02	Inglés II	2		
ASH03	Ética y Axiología	2	Ética y Axiología	2
PUEE01	Electiva IV	2	Electiva IV	2
PU066	Psicología Publicitaria	3	Comportamiento del Consumidor	3
PU067	Arte Universal	2	Dirección de Arte	2
PU068	Redacción Publicitaria.	2	Redacción Publicitaria.	2
PU020	Imagen Digital.	3	Imagen Digital.	3
PUTC04	Estrategia y Táctica de Medios: Taller Central	3	Planeación Estratégica de Medios: Taller Central	3
ALE03	Inglés III	2	Inglés II	4
ALE04	Inglés IV	2		
AFI01	Generalidades del Proceso de Investigación y Construcción de Objetos de Estudio	2	Generalidades del Proceso de Investigación y Construcción de Objetos de Conocimiento	2
PU024	Semiótica de la Imagen.	2	Semiótica de la Imagen.	2
PUTC02	Procesos Creativos: Taller Central.	2	Procesos Creativos: Taller Central.	2

PU066	Fotografía Publicitaria	2	Fotografía Publicitaria	2
PU069	Estrategia y Posicionamiento	2	Procesos Estratégicos	2
ALE05	Inglés V	2	Inglés III	4
ALE06	Inglés VI	2		
PUEE02	Electiva V	2	Electiva V	2
PU070	Sociedad y Consumo.	3	Sociedad y Consumo.	3
PU071	Administración	2	Gerencia Publicitaria	2
PU072	Música Publicitaria.	2	Música Publicitaria.	2
AFI02	Construcción Teórica en Procesos de Investigación	2	Generalidades Metodológicas desde la Investigación Cuantitativa	2
PUTC07	Conceptualización de Campañas Publicitarias: Taller Central	3	Conceptualización: Taller Central.	3
ALE07	Inglés VII	2	Inglés IV	4
ALE08	Inglés VIII	2		
PU074	Diseño Web	2	Planeación Digital	2
PUTC06	Multimedia y Nuevos Medios: Taller Central	3	Estrategias Digitales y Transmedia	3
PU073	Radio Publicitaria	2	Radio Publicitaria	2
PU031	Producción de Televisión	2	Producción Audiovisual	2
PU023	Planificación y negociación de medios	2	Marketing Digital	2
ASH04	Desarrollo Humano y Formación Sociopolítica	2	Desarrollo Humano y Formación Sociopolítica	2

PUTC08	Gestión de Eventos: Taller Central	3	Eventos: taller Central.	3
AFI03	Diseño Metodológico	2	Generalidades Metodológicas desde la Investigación Cualitativa	2
PU075	Proyectos Comunitarios	2	Proyecto Social	2
PU076	Normativa Publicitaria	2	Normativa Publicitaria	2
PU078	Investigación Publicitaria	2	Investigación Publicitaria	2
PU077	Edición Digital de Video	3	Edición Digital	3
PUTC09	Campaña Publicitaria de Bien Social: Taller Central	3	Campaña de Bien Social: Taller Central	3
PUEE05	Electiva VI	2	Electiva VI	2
ALE09	Inglés IX	2	Inglés V	4
ALE10	Inglés X	2		
PUTG01	Trabajo de Grado I: Taller Central I	3	Trabajo de Grado I: Taller Central I	3
PUPP01	Práctica Profesional I	8	Práctica Profesional I	8
PUEE07	Electiva VIII	2	Electiva VII	2
PUTG02	Trabajo de Grado II: Taller Central	3	Trabajo de Grado II: Taller Central	3
PUPP02	Práctica Profesional II	7	Práctica Profesional II	7
PUEE08	Electiva VIII	2	Electiva VIII	2

ARTÍCULO TERCERO: aprobar el siguiente Régimen de Transición:

Estrategias y acciones a implementar	Objetivo	Fecha de Inicio	Fecha de finalización prevista	Indicador de logro (para cada objetivo)	Recurso requerido (Físicos, tecnológicos, financieros, de talento humano)	Responsable
Divulgación del nuevo plan de estudios	Informar a los estudiantes los cambios a implementar dentro del nuevo plan de estudios que se ejecutará a partir de la aprobación del mismo	Agosto 2021	Noviembre 2021	Documento Renovación de Registro Calificado Aprobado	Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas	Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas
Electivas	Desarrollar electivas con las temáticas de los cursos nuevos y complementarios para las cohortes vigentes	Agosto 2021	Agosto 2028	Carta descriptiva y acta radicada de Comité Curricular del Programa de Publicidad	Docentes	Comité Curricular / Coordinador componente de electivas
Cartas descriptivas de los cursos (microcurrículo)	Actualizar las cartas descriptivas de los cursos con cambios de denominación para la continuidad académica de los estudiantes vigentes	Junio 2021	Agosto 2028	Carta descriptiva y acta radicada de Comité curricular del Programa de Publicidad	Docentes	Docentes del Programa de Publicidad

ARTÍCULO CUARTO. Informar las modificaciones realizadas al Programa de Publicidad, modalidad Presencial, ofrecido en la Sede Medellín al Ministerio de Educación Nacional, por medio del Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior –Saces-, de conformidad con las normas vigentes.

ARTÍCULO QUINTO: Garantizar los derechos adquiridos de quienes en la actualidad estén cursando el programa de Publicidad, respecto del título y el plan de estudios vigente.

ARTÍCULO SEXTO: Estas modificaciones iniciarán su implementación tan pronto el Ministerio de Educación Nacional autorice los cambios respectivos y solo regirán para quienes se matriculen posteriormente a la autorización oficial.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Medellín, a los cinco (5) días del mes de noviembre de dos mil veinte (2020).

EI RECTOR GENERAL

Padre CARLOS ENRIQUE CARDONA QUICENO

EI SECRETARIO GENERAL

FRANCISCO JAVIER AGOSTA GÓMEZ