



Programa profesional **PUBLICIDAD**

Modalidad Presencial - Código SNIES 53857

 **Acreditación de ALTA CALIDAD**

Escanea para más
información del programa



DURACIÓN: 10 semestres.
(160 créditos)

www.ucatolicaluissamigo.edu.co



ucatolicaluissamigo

OBJETIVO

Formar profesionales creativos, reflexivos e innovadores, capaces de comprender e intervenir los procesos sociales, a partir de las diferentes relaciones de la industria publicitaria, que se globaliza en lo comercial y social desde un desarrollo ético de la profesión y lo estratégico como postulado de acción.

PERFIL PROFESIONAL

El profesional en Publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó es persuasivo, veraz, ético, analítico, reflexivo, comprende fenómenos y tiene la capacidad para el desarrollo de estrategias comunicativas mediatizadas para la intervención social y cultural, aplicando competencias en:

- Conocer e Identificar el entorno y su relación con el contexto.
- Inteligencia emocional y social: desarrollo personal basado en una formación integral, ética y humana.
- Aplicar el “Sensemaking y visioning” para la asociación de la realidad con la prospectiva del medio y el entorno.
- Investigar, diseñar, desarrollar y gestionar diferentes alternativas a la solución de problemáticas en los diferentes escenarios en los que se desenvuelve el publicista.
- Gestionar la inclusión y la diversidad en las diferentes instancias y escenarios económicos, medioambientales y sociales.
- Identificar las habilidades del grupo de trabajo para generar empatía y un diálogo Interdisciplinar.

PERFIL OCUPACIONAL

El Profesional en Publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó cuenta con un amplio campo de actuación, como creador y gerente de su propia empresa o como director del departamento de publicidad y/o publicidad y mercadeo en empresas grandes y pequeñas. Igualmente, en diferentes organizaciones como: agencias de publicidad (grandes, medianas y pequeñas agencias de capital multinacional o nacional), productoras, medios de comunicación, broker de medios, empresas, pymes y casas editoriales, entre otras.

Podrá desempeñarse en cargos como director creativo, creativo gráfico, creativo copy, director de arte, ejecutivo de cuentas, planner de mercadeo, planificador y estrategia de medios, director de producción. Finalmente, en el área de investigación, desempeñarse como planner de investigaciones en los campos comercial y social. A futuro, cuenta con las capacidades para innovar y promover nuevas formas de la comunicación publicitaria y para adaptarse a los nuevos oficios que tendrá la profesión, con base en el avance de la tecnología y la sociedad del conocimiento.

PROCESO DE SELECCIÓN DE ESTUDIANTES

- Inscripción por el sistema académico en el sitio:
www.ucatolicaluissamigo.edu.co
- Menú Admisiones y Registro Académico / Inscripción aspirantes.
- Botón Aspirante Pregrados.

FINANCIACIÓN





NIVEL 1

Créditos académicos

| | |
|---|---|
| • Conceptualización visual: taller central | 2 |
| • Fundamentos de economía | 2 |
| • Estadística | 2 |
| • Competencias fundamentales en Tic | 2 |
| • Redacción y ortografía | 2 |
| • Publicidad | 2 |
| • Electiva I | 2 |
| • Contexto amigoniano y humanismo cristiano | 2 |

NIVEL 2

Créditos académicos

| | |
|---------------------------------------|---|
| • Composición gráfica: taller central | 2 |
| • Lenguaje Fotográfico | 2 |
| • Mercadeo | 3 |
| • Producción y materiales | 3 |
| • Antropología y cosmovisiones | 2 |
| • Electiva II | 2 |
| • Electiva III | 2 |

NIVEL 3

Créditos académicos

| | |
|--|---|
| • Comunicación publicitaria | 3 |
| • Narrativas audiovisuales | 2 |
| • Identidad e imagen corporativa: taller central | 2 |
| • Diseño vectorial | 3 |
| • Inglés I | 4 |
| • Ética y axiología | 2 |
| • Electiva IV | 2 |

NIVEL 4

Créditos académicos

| | |
|--|---|
| • Comportamiento del consumidor | 3 |
| • Dirección de arte | 2 |
| • Redacción publicitaria | 2 |
| • Imagen digital | 3 |
| • Planeación estratégica de medios: taller central | 3 |
| • Inglés II | 4 |

NIVEL 5

Créditos académicos

| | |
|--|---|
| • Semiótica de la imagen | 2 |
| • Procesos creativos: taller central | 2 |
| • Fotografía publicitaria | 2 |
| • Procesos estratégicos | 2 |
| • Inglés III | 4 |
| • Generalidades del proceso de investigación y construcción de objetos de conocimiento | 2 |
| • Electiva V | 2 |

NIVEL 6

Créditos académicos

| | |
|---|---|
| • Sociedad y consumo | 3 |
| • Gerencia publicitaria | 2 |
| • Música publicitaria | 2 |
| • Conceptualización: taller central | 3 |
| • Inglés IV | 4 |
| • Planeación digital | 2 |
| • Electiva VI | 2 |
| • Generalidades metodológicas desde la investigación cuantitativa | 2 |

NIVEL 7

Créditos académicos

| | |
|--|---|
| • Estrategias digitales y transmedia | 3 |
| • Radio publicitaria | 2 |
| • Producción audiovisual | 2 |
| • Marketing digital | 2 |
| • Desarrollo humano y formación sociopolítica | 2 |
| • Eventos: taller central | 3 |
| • Generalidades metodológicas desde la Investigación cualitativa | 2 |

NIVEL 8

Créditos académicos

| | |
|--|---|
| • Proyecto social | 2 |
| • Normativa publicitaria | 2 |
| • Investigación publicitaria | 2 |
| • Edición digital | 3 |
| • Campaña de bien social: taller central | 3 |
| • Inglés V | 4 |

NIVEL 9

Créditos académicos

| | |
|--------------------------------------|---|
| • Práctica profesional I | 8 |
| • Trabajo de grado I: taller central | 3 |
| • Electiva VII | 2 |

NIVEL 10

Créditos académicos

| | |
|---------------------------------------|---|
| • Práctica profesional II | 7 |
| • Trabajo de grado II: taller central | 3 |
| • Electiva VIII | 2 |

Programa profesional

PUBLICIDAD

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Correo: dir.publicidad@amigo.edu.co

Medellín Transversal 51 A No. 67 B 90

Tel.: (604) 4487666 - ext. 9904 - 9540 - 9731

 300 287 05 39



SC-CER152085



“Formación humana y profesional al servicio del desarrollo y la transformación social”