

Programa Profesional

Publicidad

METODOLOGÍA PRESENCIAL

SNIES 53857 - Resolución Men. 4506 del 08/04/2015 – Vigencia: 7 años.



Universidad Católica Luis Amigó
*Fomación humana y profesional al servicio del desarrollo
y la transformación social*

Vigilada Mineducación





Presentación

El programa, integra las competencias de un nuevo Profesional en Publicidad altamente capacitado para desempeñarse en las diferentes áreas del campo publicitario, y que en perspectiva, responde a las necesidades comerciales y sociales de diferentes entornos productivos integrados en las grandes, medianas y pequeñas empresas en el ámbito local, nacional e internacional. Así mismo, este profesional, desde su énfasis distintivo en publicidad social, se constituye en un creativo e innovador, capaz de resolver situaciones que involucren el desarrollo de propuestas relacionadas con la conceptualización y estrategia de marcas y productos, desde las diferentes dimensiones del ejercicio de la comunicación persuasiva o publicitaria, liderada por la formación integral fundamentada en la ética, el respeto y competitividad, como respuesta a las necesidades productivas y sociales del entorno.

Propósitos de Formación

- Formar un profesional en publicidad con sensibilidad social, creativo, innovador y reflexivo, que esté en capacidad de desarrollar propuestas conceptuales desde diferentes escenarios como las agencias de publicidad (grandes, medianas y pequeñas), empresas (grandes, medianas y pequeñas), entidades e instituciones, broker de medios, teniendo como objetivo primordial la intervención en el contexto social.
- Estimular en el estudiante el espíritu investigativo: desarrollo y apropiación de los métodos de investigación científica, en procura de fortalecer las investigaciones del mercado para los productos, bienes y servicios desde los medios, las marcas, las categorías y los grupos objetivos, entre otros.
- Propiciar el espíritu emprendedor: desarrollo y fortalecimiento del liderazgo empresarial para que desde los procesos de administración, gerencia y liderazgo se creen empresas publicitarias.

Perfil Profesional

- El egresado de la Universidad Católica Luis Amigó es un Profesional en Publicidad, comunicador, persuasivo, veraz, ético, analítico, reflexivo y comprometido con su formación; quien, desde la ética profesional, el compromiso con la sociedad, acorde al contexto y en momentos de consumo, desarrolla piezas y campañas publicitarias comerciales y de bien social para empresas (diferentes sectores de la economía) y pymes en el marco de la economía solidaria y de mercados.
- Es un profesional integral, planificador, estratega, táctico y creativo, capaz de crear y desarrollar estrategias y procesos de comunicación persuasiva encaminados a la venta de bienes, productos y servicios de cualquier unidad productiva del mercado.
- Es un profesional que privilegia el bienestar, la felicidad y la calidad de vida de población vulnerable, la niñez, la juventud y la familia, fomentando el bienestar del ser humano, de su comunidad y el de la sociedad.

Perfil Ocupacional

El Profesional en Publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó cuenta con un amplio campo de actuación, bien 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 estratega de medios, director de producción. Finalmente, en el área de investigación, desempeñarse como planner de investigaciones en los campos comercial y social.



Plan de Estudios

Nivel I

- Diseño básico taller central. 2
- Fundamentos de economía. 2
- Estadística. 2
- Competencias fundamentales en tic. 2
- Redacción y ortografía. 2
- Epistemología publicitaria. 2
- Electiva I. 2
- Contexto amigoniano y humanismo. 2

Nivel II

- Fotografía básica. 2
- Mercadeo e investigación. 3
- Composición bidimensional. 2
- Procesos gráficos: Taller central. 3
- Electiva II. 2
- Electiva III. 2
- Antropología y cosmovisiones. 2

Nivel III

- Teorías de la comunicación. 3
- Apreciación cinematográfica. 2
- Identidad e imagen corporativa: Taller central. 2
- Diseño vectorial. 3
- Inglés I. 2
- Inglés II. 2
- Ética y axiología 2
- Electiva IV. 2

Nivel IV

- Psicología publicitaria. 3
- Arte universal. 2
- Redacción publicitaria. 2
- Imagen digital. 3
- Estrategia y táctica de medios: Taller central. 3
- Inglés III. 2
- Inglés IV. 2

Nivel V

- Generación del proceso de investigación y construcción de objetos de estudio. 2
- Semiótica de la imagen. 2
- Procesos creativos: Taller central. 2
- Planificación y negociación de medios. 2
- Multimedia y nuevos medios: Taller central. 3
- Estrategia y posicionamiento. 2
- Inglés V. 2
- Inglés VI. 2

Nivel VI

- Sociedad y consumo. 3
- Administración. 2
- Música publicitaria. 2
- Construcción teórica de procesos de investigación. 2
- Conceptualización de campañas publicitarias: Taller central. 3
- Inglés VII. 2
- Inglés VIII. 2
- Desarrollo humano y formación sociopolítica 2

Plan de Estudios

- Fotografía publicitaria.
- Radio publicitaria.
- Producción de televisión.
- Diseño metodológico
- Diseño web.
- Gestión de eventos: taller central.
- Diseño metodológico de investigación.
- Inglés IX.
- Inglés X.

Nivel VII

2
2
2
2
3
2
2

- Proyectos comunitarios.
- Normativa publicitaria.
- Investigación publicitaria.
- Edición digital de video.
- Campaña publicitaria de bien social: taller central.
- Electiva V.
- Electiva VI.

Nivel VIII

2
2
2
3
3
2
2

- Trabajo de grado: taller central.
- Práctica profesional.
- Electiva VII.

Nivel IX

8
3
2

- Trabajo de grado: taller central.
- Práctica profesional.
- Electiva VIII.

Nivel X

3
7
2

Créditos Académicos

Generalidades

TÍTULO QUE OTORGA: Profesional en Publicidad.

DURACIÓN: 160 créditos.

METODOLOGÍA: Presencial.

FINANCIACIÓN

La Universidad Católica Luis Amigó ofrece crédito a los estudiantes a través de diferentes entidades financieras del sector público y privado.

PROCESO DE SELECCIÓN DE ESTUDIANTES

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

Más información: www.ucatolicaluisamigo.edu.co



[ucatolicaluisamigo](http://ucatolicaluisamigo.edu.co)



[@uluisamigo](https://twitter.com/uluisamigo)

LUGAR DONDE SE OFRECE

Medellín

Transversal 51 A No. 67 B 90

Tel.: 4487666 - ext. 9904

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño
ext. 9540 - 9731.

Correo: publicidad@amigo.edu.co