



CATÁLOGO ACADÉMICO

PUBLICIDAD

PERFIL DE EGRESO

El profesional de la Carrera de Publicidad de la Universidad de Las Américas es un profesional que demuestra ética empresarial, responsabilidad y compromiso con el fortalecimiento social del país a través del mejoramiento y reafirmación cultural enfocado a causas justas que cambien paradigmas en el país y el mundo.

El enfoque del publicista generará nuevas formas de pensar, lo que cambia la estructura del campo social, comercial y político, y esto se evidencia en los contenidos de las campañas publicitarias que buscan satisfacer las necesidades de los actores de la sociedad enfocados en modificar constantemente el perfil del consumidor de una forma responsable.

El Licenciado en Publicidad de la Universidad de Las Américas es un profesional competente con una visión global y una formación integral. Es un asesor en comunicación estratégica que combina creatividad, tecnología e innovación a favor de las causas comerciales, sociales y políticas. Es responsable y comprometido con su vocación y la sociedad.

El estudiante de Publicidad analiza de manera crítica los problemas comunicacionales y mercadológicos de las marcas y plantea propuestas de solución acorde a las nuevas tendencias y tecnologías del mercado. Aplica terminología especializada y técnicas de investigación publicitaria como insumo de la planificación estratégica y de las acciones tácticas, alineadas con los objetivos mercadológicos, comunicacionales y de marca. Contextualiza la cultura publicitaria y la evolución de su profesión a nivel global. Realiza un trabajo publicitario en equipo para el cumplimiento de objetivos estratégicos y del bien común en estructuras publicitarias especializadas en medios on line y off line, en el ámbito público y privado. Diseña campañas y productos comunicacionales creativos para persuadir al público. Aplica razonamiento lógico y matemático en la recolección, interpretación y valoración de datos, como insumo del trabajo publicitario y la administración estratégica de la inversión en creatividad, medios y producción. El egresado de la carrera,



conjuntamente con su título profesional alcanza el grado de Licenciado en Publicidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- 1.- Evalúa la información más relevante del anunciante, público objetivo y medios a favor de causas sociales, políticas o comerciales como insumo estratégico publicitario
- 2.- Utiliza herramientas metodológicas para la recolección de datos, fortaleciendo el proceso de investigación publicitaria.
- 3.- Desarrolla estrategias publicitarias, basadas en un diagnóstico previo, para resolver los problemas comunicacionales del anunciante.
- 4.- Elabora planes de medios en función del análisis del comportamiento y consumo de medios por parte del público objetivo
- 5.- Diseña campañas publicitarias en múltiples formatos, adaptando los contenidos a medios masivos y alternativos para incidir en el público objetivo.
- 6.- Produce piezas gráficas o productos audiovisuales publicitarios, aplicando nuevas tecnologías de la información para completar procesos de comunicación

PRIMER SEMESTRE

1.- PUBZ1111 BIG IDEA: ANÁLISIS DE CASOS EXITOSOS

Descripción del curso :

En esta materia se estudiarán los orígenes de la publicidad, los cambios que ha sufrido en las diferentes décadas desde su surgimiento, los referentes, las agencias que marcaron tendencia, las campañas exitosas y las ideas disruptivas detrás de esas campañas. Todos estos elementos serán analizados a través de los elementos constitutivos de un brief creativo y sus fases.

2.- FCAZ1302 TÉCNICAS CREATIVAS

Descripción del curso :

Tomando como supuesto que la creatividad no es un don exclusivo que poseen pocas personas, sino que es una característica inherente al ser humano –por lo tanto, asumida como una habilidad susceptible de ser



entrenada, estimulada y alimentada– con esta asignatura se pretende acercar al estudiante a los conceptos básicos relacionados con la creatividad, las fases del proceso creativo y su aplicación en las diferentes ramas de la comunicación. La asignatura busca despertar, motivar y potenciar las capacidades creativas. Con ese propósito, se desarrollarán técnicas creativas que facilitarán la generación de ideas y que contribuirán a la resolución de problemas.

3.- FGLZ0192 LENGUAJE Y COMUNICACIÓN DIGITAL

Descripción del curso :

La asignatura se concibe dentro del proceso comunicativo del estudiante (leer, escribir, escuchar y hablar) y lo normativo (la gramática) estará sujeto a los aspectos funcionales del idioma. Este proceso incluye el uso efectivo y crítico de la información y de las herramientas tecnológicas.

4.- MATZ0014 LENGUAJE CUANTITATIVO

Descripción del curso :

Este curso contribuye a la formación general del estudiante generando cambios en el ámbito del razonamiento cuantitativo para la solución de problemas cotidianos y la toma de decisiones en sus contextos dentro de la sociedad a través de dos áreas:

ÁREA 1. Aritmética: se persigue que el estudiante esté preparado para operar con los números reales de manera que sus cálculos sean correctos y se encuentre expresados de forma coherente; por consiguiente, asocia e interpreta el resultado obtenido a un suceso cotidiano.

ÁREA 2. Estadística: se persigue que el estudiante sea capaz de extraer características relevantes de un conjunto de datos por medio de herramientas de estadística e integrar los resultados al contexto al cual pertenecen dichos datos.

5.- INGZ0111 INGLÉS INTERMEDIO I

Descripción del curso :

The scope of this level entails the use of grammar, expressions, and vocabulary at an intermediate level. Grammar includes present simple, past



simple, present perfect, present perfect continuous, different forms of future, used to in affirmative and negative sentences, and information and yes/no questions to talk about people's behavior, personality, memories, plans, predictions, and facts. Topics about personal relationships, dilemmas, social life, speculations and events connected with the news are analyzed with the help of relative clauses, some phrasal verbs, conditional sentences, modal verbs may, might, can, could, and passive forms in simple present and past.

Vocabulary includes comparatives and superlatives, countable and uncountable nouns, quantifiers, adjectives, manner adverbs, appropriate words for talking about natural features, technology and gadgets, weather conditions and natural disasters. Expressions with make and do, and many conversational expressions like "it seems like", "if you ask me", etc. are included to help students to continue to an A2 Level.

All the contents are presented through natural language in authentic contexts, and explicitly develops conversation strategies to speak with fluency and confidence. The contents described above are the first steps to achieve the A2 level of proficiency according to the Common European Framework Reference for Languages. This class introduces Basic-Intermediate English skills as described in the CEFR for the English Language Level A2.

SEGUNDO SEMESTRE

1.- FCAZ1101 ESTÉTICA AUDIOVISUAL

Descripción del curso :

El curso de Estética Audiovisual comprende una enseñanza teórico-práctica de los elementos esenciales que componen el lenguaje audiovisual, apoyándose en conceptos estéticos básicos y en referentes específicos.

En la primera parte indagamos en la historia de la cinematografía con sus respectivos referentes fílmicos y discutimos los cambios en la forma audiovisual que se suceden en el tiempo.

En la segunda parte del curso hablamos de los diferentes estilos de los más destacados directores del cine y la puesta en escena con sus componentes



fotográficos y estéticos.

2.- PUBZ1121 COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

Descripción del curso :

Esta asignatura busca que el estudiante comprenda el papel de la publicidad dentro de la comunicación, el marketing y de la sociedad, así como los procesos publicitarios, la dinámica de las agencias de publicidad y los distintos medios con los que cuenta para difundir los mensajes.

Pre-requisitos :

PUBZ1111 BIG IDEA: ANÁLISIS DE CASOS EXITOSOS

3.- PUBZ1338 WORKSHOP WEEKEND JR

Descripción del curso :

Es un taller de fin de semana que permite a los estudiantes iniciarse en el campo de proyectos creativos e innovadores, desarrollando propuestas creativas como solución a problemas cotidianos o de la sociedad, como retos de carácter individual y de trabajo colaborativo.

Pre-requisitos :

FCAZ1302 TÉCNICAS CREATIVAS

4.- FCAZ1304 HERRAMIENTAS GRÁFICAS

Descripción del curso :

El curso de Herramientas Gráficas comprende una enseñanza teórico-práctica de las principales herramientas de los programas Illustrator y Photoshop, y el uso de su interfaz complementaria.

La primera parte del curso comprende bocetaje, conceptualización y composición a mano de piezas gráficas. Después se complementará con el conocimiento del uso de herramientas del lenguaje vectorial del programa Illustrator, que será conjugado con el aprendizaje de las principales herramientas del lenguaje digital del programa Photoshop.

5.- FGHZ0932 CIUDADANÍA, CULTURA E HISTORIA

Descripción del curso :

La asignatura interdisciplinaria Ciudadanía, cultura e historia aborda la historia y la cultura como herramientas transversales para el debate sobre la noción de ciudadanía. Esto supone acercarse a conceptos construidos socialmente (cf.



cultura, democracia, Estado, nación, género y etnia, entre otros) que atraviesan dicha categoría y que posibilitan la reflexión sobre un discurso que alberga preocupaciones y expectativas vinculadas con la forma de proceder del ciudadano y el deber ser. Incluye las prácticas de vinculación con la comunidad, lo que equivale a 48 horas de planificación, preparación, ejecución y evaluación de un proyecto de vinculación. Su aplicación se la hará según la normativa respectiva.

6.- INGZ0222 INGLÉS INTERMEDIO II

Descripción del curso :

The scope of this level entails the use of grammar, expressions, vocabulary, and writing at an intermediate level. Grammar includes the use of all the verb tenses, passive voice in the simple present and present continuous. It also includes the comparative as...as, be supposed to, the causative “get” and “have”, the use of past modals, and if clauses with the past perfect form of the verb. Vocabulary refers to colors, patterns, and styles of clothing. It also deals with cultural aspects such as manners and customs. In addition, it covers expressions about rules, crimes, and regulations, superstitions, household problems, emotions and personal behavior, ownership, possessions, and money. Finally, it includes expressions to describe fame, environmental problems, and to talk about areas of work, professions, and jobs. Writing focuses on cause and effect paragraphs.

Pre-requisitos :

INGZ0111 INGLÉS INTERMEDIO I

TERCER SEMESTRE

1.- PUBZ1334 HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN MERCADOLÓGICA

Descripción del curso :

En la asignatura imparte los conceptos básicos de Marketing, para estudiantes de tercer semestre, por lo que se requiere una explicación y estudios teóricos que serán propuestos desde un ángulo más práctico. Se requiere entender las tendencias actuales de marketing aplicadas a grandes marcas.

Entender las tendencias del marketing ayudará a que las propuestas publicitarias sean eficaces, de esta manera podrán desarrollar habilidades



estratégicas para el entendimiento y aplicación a propuestas comunicacionales.

2.- PUBZ1337 INSIGHT THINKING

Descripción del curso :

Esta materia busca que comprendas las bases del planning estratégico dentro del proceso publicitario a partir del estudio de los elementos constitutivos del brief creativo y del rol del planner dentro de la agencia.

Mediante el estudio de casos, la clase ampliará la definición de insight: qué es y cómo reconocer uno para entender su uso durante las diferentes etapas del proceso creativo.

Pre-requisitos :

PUBZ1121 COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

3.- PUBZ1348 WORKSHOP WEEKEND I

Descripción del curso :

En esta materia el estudiante desarrolla, en un fin de semana, una campaña a modo de un reto propuesto por la agencia de publicidad invitada, quienes acompañan, revisan y evalúan el trabajo de creación y presentación que los estudiantes proponen al final de la jornada.

Pre-requisitos :

PUBZ1338 WORKSHOP WEEKEND JR

4.- FGLZ0180 INVESTIGACIÓN Y TEXTOS ACADÉMICOS

Descripción del curso :

La asignatura ofrece una introducción a los fundamentos epistemológicos y metodológicos de la investigación cuantitativa y cualitativa. Además, integra el uso de las herramientas tecnológicas para un acercamiento a la investigación básica.

Pre-requisitos :

FGLZ0192 LENGUAJE Y COMUNICACIÓN DIGITAL

5.- FGHZ0922 CIENCIA, ENTORNO Y EL SER HUMANO

Descripción del curso :

La asignatura interdisciplinaria Ciencia, Entorno y Ser Humano aborda de



forma transversal al ser humano (ser biopsicosocial) en su relación con los diversos tipos de conocimiento científico y en su entorno (físico y social). El desarrollo del curso se plantea a partir de tres problemáticas: bienestar, entorno y sociedad. Al ser una de las asignaturas humanísticas transversales de Experiencia UDLA, está alineada a seis resultados de aprendizaje institucionales: pensamiento crítico, trabajo colaborativo, visión global y ciudadanía, comunicación y alfabetización digital e investigación; abarcando a la vez cuatro de las competencias claves ("Big Five").

6.- INGZ0333 INGLÉS AVANZADO I

Descripción del curso :

This class fosters students to develop their personal English language capabilities to meet the criteria for descriptors in the CEFR, (Common European Framework of Reference for Languages) which correspond to a high intermediate, independent user, starting the B2 Level of English.

Pre-requisitos :

INGZ0222 INGLÉS INTERMEDIO II

CUARTO SEMESTRE

1.- PUBZ1141 PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

Descripción del curso :

La Psicología del Consumidor, es una asignatura que cubre conceptos de neuromarketing, para estudiantes de cuarto semestre. Tiene como objetivo principal estudiar para poder explicar el comportamiento del consumidor. Entender las razones que impulsan a las personas a adquirir bienes o servicios como una forma de satisfacer deseos y necesidades, utilizando los conocimientos derivados de estrategias de información, comunicación e influencia social. Se trata de un área donde convergen diferentes disciplinas y una infinidad de factores que nos ayudan a entender el misterio.

Pre-requisitos :

PUBZ1334 HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN MERCADOLÓGICA

2.- PUBZ1342 FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA

Descripción del curso :



Con el aprendizaje de los contenidos expuestos en el curso de Fotografía Publicitaria, el estudiante desarrollará soluciones creativas para la producción de imágenes comerciales y conceptuales, la toma y creación de fotografías seductoras, dinámicas y enérgicas. Este curso incluye aprendizaje basado en problemas, talleres, lecturas, demostraciones y varios ejercicios prácticos.

Pre-requisitos :

FCAZ1101 ESTÉTICA AUDIOVISUAL

3.- PUBZ1358 WORKSHOP WEEKEND II

Descripción del curso :

En esta materia el estudiante desarrolla, en un fin de semana, una campaña a modo de un reto propuesto por la agencia de publicidad invitada, quienes acompañan, revisan y evalúan el trabajo de creación y presentación que los estudiantes proponen al final de la jornada.

Pre-requisitos :

PUBZ1348 WORKSHOP WEEKEND I

4.- PUBZ1346 ARQUITECTURA DE MARCAS

Descripción del curso :

En esta asignatura se estudiará la teoría y la práctica con respecto a los fundamentos de creación y manejo de una marca. Se estudiarán conceptos como la creación de una marca, la arquitectura de marca, el naming, la cromática, la identidad corporativa, entre otros. El objetivo de este curso es desarrollar secuencialmente la arquitectura de marca en las estrategias publicitarias, identificando insights clave en relación al contexto local.

Pre-requisitos :

FCAZ1304 HERRAMIENTAS GRÁFICAS

5.- ESTZ0021 ESTADÍSTICA PARA PUBLICIDAD

Descripción del curso :

Este curso, brinda las herramientas descriptivas que permite modelar los fenómenos aleatorios a partir de la representación gráfica, las medidas de tendencia central y las leyes de probabilidad. Estableciendo mecanismos para la obtención de información cualitativa y cuantitativa mediante la descripción, análisis, interpretación y modelamiento de los fenómenos aleatorios para la



toma de decisiones en cualquier contexto de su ámbito profesional.

Pre-requisitos :

MATZ0014 LENGUAJE CUANTITATIVO

6.- INGZ0444 INGLÉS AVANZADO II

Descripción del curso :

The scope of this level entails the use of grammar, expressions, and vocabulary at a high-intermediate level. Grammar includes the combination of all the different verb tenses such as present and future with will, be going to, may, and might. Past and present perfect forms, including continuous forms. Defining and non-defining relative clauses, conditional sentences, modal verbs. Speaking includes the opportunities to discuss about friends and social networking, media, experiences in childhood, jobs and employers, wishes, hopes and technology. Vocabulary includes personality, formal verbs, nouns and prepositions, expressions, word families, world problems, and expressions to give presentations.

Pre-requisitos :

INGZ0333 INGLÉS AVANZADO I

QUINTO SEMESTRE

1.- PUBZ2351 PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

Descripción del curso :

En esta materia se estudiará: Los medios tradicionales de comunicación en Ecuador; la composición de las audiencias de TV, principales emisoras y formatos, medios impresos y plataformas digitales; estrategias de negociación, planificación de pautas de medios, comercialización en medios y análisis de pauta.

Pre-requisitos :

MATZ0014 LENGUAJE CUANTITATIVO

2.- PUBZ2353 REDACCIÓN CREATIVA

Descripción del curso :

La asignatura trata sobre técnicas de uso correcto de lenguaje, conceptos básicos de ortografía, sintaxis, redacción y vocabulario. Se trabaja arduamente



en el desarrollo de la escritura del estudiante para que pueda manifestar textos de todo tipo, no solamente comerciales. Además, se revisa recursos de redacción ligados a la literatura, storytelling y cómo aplicar esos textos en distintos medios publicitarios adaptados a un grupo objetivo específico.

Pre-requisitos :

PUBZ1121 COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

FCAZ1302 TÉCNICAS CREATIVAS

3.- PUBZ1368 WORKSHOP WEEKEND III

Descripción del curso :

En esta materia el estudiante desarrolla, en un fin de semana, una campaña a modo de un reto propuesto por la agencia de publicidad invitada, quienes acompañan, revisan y evalúan el trabajo de creación y presentación que los estudiantes proponen al final de la jornada.

Pre-requisitos :

PUBZ1358 WORKSHOP WEEKEND II

4.- PUBZ2354 PREPRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Descripción del curso :

En esta materia se analizará a profundidad los elementos de la etapa de preproducción para la realización de piezas audiovisuales publicitarias; desde su conceptualización hasta la creación de la carpeta de preproducción mediante devoluciones entre cliente, agencia y productora.

Pre-requisitos :

PUBZ1342 FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA

5.- PUBZ2355 STORYTELLING

Descripción del curso :

Esta clase abordará todo el mundo del Storytelling, analizaremos recursos, estrategias icónicas en el mundo que lo han usado, arquetipos, personajes, analizaremos casos de referencias en historias, tonos de comunicación, elementos básicos del Storytelling: para que los alumnos sean capaces de incorporar entre sus conocimientos a la herramienta más potente que existe para la generación de contenidos: la de contar historias.



Pre-requisitos :

FCAZ1304 HERRAMIENTAS GRÁFICAS

FCAZ1302 TÉCNICAS CREATIVAS

6.- PUBZ2455 INVESTIGACIÓN PUBLICITARIA Y PLANNING

Descripción del curso :

La estrategia es la base para desarrollar una comunicación que construya marcas relevantes para las personas. En esta asignatura se estudiará sobre la importancia de realizar una investigación publicitaria profunda para obtener insights que aporten al desarrollo de una campaña. Los estudiantes tendrán que observar, investigar, leer, intuir, descartar, preguntar, replantear, hasta realizar una estrategia innovadora de planning. Se revisarán casos de éxito y se desarrollarán estrategias de campaña en base a briefs de clientes reales.

Pre-requisitos :

ESTZ0021 ESTADÍSTICA PARA PUBLICIDAD

SEXTO SEMESTRE

1.- PUBZ3374 DIRECCIÓN DE ARTE

Descripción del curso :

En la asignatura de Dirección de Arte el estudiante podrá conocer y utilizar herramientas para desarrollar, de manera multidisciplinaria, proyectos enfocados en el manejo de elementos visuales en el área de la publicidad. El objetivo del curso es aplicar conceptos enfocados en el manejo de elementos visuales, y que cumplan con los requerimientos creativos y funcionales que los clientes o las marcas necesiten.

Pre-requisitos :

FCAZ1304 HERRAMIENTAS GRÁFICAS

PUBZ2353 REDACCIÓN CREATIVA

2.- PUBZ2362 CAMPAÑAS COMERCIALES

Descripción del curso :

Uno de los problemas más grandes que tiene la industria publicitaria, es que los estudiantes recién graduados que empiezan a trabajar en una agencia no conocen ni los procesos ni los requerimientos mínimos para crear una



campaña publicitaria para una marca. Con este curso, el estudiante entenderá las necesidades del cliente, desde la planeación estratégica, el análisis de competencia y mercado, hasta la conceptualización y creación de una campaña comercial efectiva, mejorando incluso la forma no solo de crear, sino de presentar la campaña y venderle al cliente de forma correcta.

Pre-requisitos :

PUBZ2351 PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

PUBZ2455 INVESTIGACIÓN PUBLICITARIA Y PLANNING

3.- PUBZ1378 WORKSHOP WEEKEND IV

Descripción del curso :

En esta materia el estudiante desarrolla, en un fin de semana, una campaña a modo de un reto propuesto por la agencia de publicidad invitada, quienes acompañan, revisan y evalúan el trabajo de creación y presentación que los estudiantes proponen al final de la jornada.

Pre-requisitos :

PUBZ1368 WORKSHOP WEEKEND III

4.- PUBZ2363 CONCEPTUALIZACIÓN CREATIVA

Descripción del curso :

La materia permitirá al estudiante analizar a profundidad a las marcas con las que trabaja, identificar variables de análisis del grupo objetivo y definir hallazgos que puedan aplicarse como concepto central de una campaña de comunicación. Así también, analizará diferentes herramientas para plantear estrategias de comunicación y las pondrá en práctica para resolver problemas de marcas en diferentes mercados del mundo.

Pre-requisitos :

PUBZ2353 REDACCIÓN CREATIVA

5.- PUBZ2364 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Descripción del curso :

En esta materia se analizarán y pondrán en práctica las herramientas necesarias para la realización de un producto audiovisual desde la conceptualización del guion (etapa de preproducción), rodaje (producción) hasta su visualización (post producción) a través del uso correcto de cámaras



y herramientas de edición.

Pre-requisitos :

PUBZ2354 PREPRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

6.- PUBZ3379 ESTRATEGIA DE PUNTO DE VENTA

Descripción del curso :

Durante los últimos años ha aumentado la importancia de generar estrategias para el punto de venta, sea físico o virtual. El estudiante entenderá que el punto de comercialización tiene un objetivo añadido, la fidelización, que se logra mediante el contacto y la interacción con el consumidor. Lograr que haya un contacto con el producto es una ventaja competitiva para la marca.

Pre-requisitos :

PUBZ1141 PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

SÉPTIMO SEMESTRE

1.- PUBZ3375 PLANNING DIGITAL

Descripción del curso :

La materia le permitirá al estudiante plantear un plan estratégico digital para campañas publicitarias. Aprenderá a optimizar su presupuesto de campañas en redes sociales y Google, utilizar adecuadamente las herramientas y entender el entorno en el que se desenvuelven las nuevas tecnologías de la comunicación y la información.

Pre-requisitos :

PUBZ2455 INVESTIGACIÓN PUBLICITARIA Y PLANNING

PUBZ2351 PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

2.- PUBZ3373 TALLER DE RETÓRICA PUBLICITARIA

Descripción del curso :

Además de su vertiente teórica (Retórica), como técnica la retórica se traduce en aplicaciones prácticas. Por lo tanto, la asignatura está concebida para que se estudien sus fundamentos y se la aplique en el campo publicitario. Para ello, se analizarán diversas figuras retóricas y con los recursos que proporcionan esas figuras se crearán piezas publicitarias y campañas.

Pre-requisitos :



PUBZ2363 CONCEPTUALIZACIÓN CREATIVA

3.- PUBZ1388 WORKSHOP WEEKEND V

Descripción del curso :

En esta materia el estudiante desarrolla, en un fin de semana, una campaña a modo de un reto propuesto por la agencia de publicidad invitada, quienes acompañan, revisan y evalúan el trabajo de creación y presentación que los estudiantes proponen al final de la jornada.

Pre-requisitos :

PUBZ1378 WORKSHOP WEEKEND IV

4.- PUBZ3377 MULTIMEDIA

Descripción del curso :

Esta asignatura es una introducción para el estudiante a la estructura del lenguaje de escritura web HTML 5 y CSS para el desarrollo de productos multimedia visibles en plataformas on-line y off-line.

La materia inicia con aplicación básica de HTML para desarrollar productos multimedia publicitarios, cuya aplicación abarca desde proyectos de animación digital hasta proyectos didácticos, informativos y corporativos.

Pre-requisitos :

PUBZ2355 STORYTELLING

5.- PUBZ3380 CAMPAÑAS SOCIALES Y POLÍTICAS

Descripción del curso :

En esta asignatura el alumno aplicará herramientas en la planificación y ejecución de las estrategias del Marketing Social y la Comunicación Política como ejes de la concientización coyuntural y la gestión democrática, haciendo evidenciable el uso publicitario con un propósito social .

Pre-requisitos :

PUBZ2362 CAMPAÑAS COMERCIALES

PUBZ3374 DIRECCIÓN DE ARTE

PUBZ2363 CONCEPTUALIZACIÓN CREATIVA

6.- TITA5541 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

Descripción del curso :



La investigación social es un proceso encaminado a contribuir al conocimiento de las realidades sociales y de los comportamientos humanos. La asignatura busca dotar a los y las estudiantes de conocimientos básicos para la comprensión de la importancia de la investigación aplicada, para fundamentar propuestas publicitarias encaminadas a resolver diversos problemas comunicacionales.

Pre-requisitos :

PUBZ2455 INVESTIGACIÓN PUBLICITARIA Y PLANNING

OCTAVO SEMESTRE

1.- PUBZ3386 MARCO LEGAL DE LA PUBLICIDAD

Descripción del curso :

Comprende el estudio de la normativa jurídica vigente en nuestro país en el ámbito de la publicidad; de manera especial, la referente a comunicación, competencia, propiedad intelectual, defensa del consumidor y demás normas y principios aplicables en la materia

2.- PUBZ2369 BRANDING PERSONAL Y PORTAFOLIO

Descripción del curso :

En esta asignatura se estudiará: Elementos del branding personal y la construcción de valor de marca personal. Qué es un portafolio o book profesional, cómo se debe armar y presentar; elementos de un book profesional. Aplicación del branding personal al desarrollo de portafolios profesionales y digitales.

Pre-requisitos :

PUBZ3380 CAMPAÑAS SOCIALES Y POLÍTICAS

3.- PUBZ1398 WORKSHOP WEEKEND VI

Descripción del curso :

En esta materia el estudiante desarrolla, en un fin de semana, una campaña a modo de un reto propuesto por la agencia de publicidad invitada, quienes acompañan, revisan y evalúan el trabajo de creación y presentación que los estudiantes proponen al final de la jornada.



Pre-requisitos :

PUBZ1388 WORKSHOP WEEKEND V

4.- PUBZ3392 PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

Descripción del curso :

Esta materia es una guía que ayudará a los estudiantes a entender y saber cómo es el mundo de las prácticas pre profesionales publicitarias. Serán tres sesiones en las que se revisará como deben aplicar las habilidades y destrezas adquiridas a lo largo de la carrera, y como estas se alinean a su perfil de egreso. Este tiempo les permitirá brindar y entregar soluciones innovadoras y creativas a clientes reales, quienes, junto a sus jefes directos en agencias publicitarias, empresas privadas o instituciones públicas, evaluarán su desempeño. Esto impulsará a los pasantes a ser reconocidos en el mercado laboral publicitario, cumpliendo con horas de práctica que aporten a mejorar y fortalecer su book o portafolio profesional.

Pre-requisitos :

PUBZ2362 CAMPAÑAS COMERCIALES

PUBZ3380 CAMPAÑAS SOCIALES Y POLÍTICAS

5.- PUBZ3388 DESARROLLO MOBILE

Descripción del curso :

En esta asignatura se estudiará la evolución de la tecnología móvil orientada a satisfacer las necesidades empresariales. Los estudiantes podrán crear aplicaciones móviles teniendo énfasis en la correcta implementación para todo tipo de dispositivos poniendo en práctica técnicas utilizadas a nivel profesional.

Pre-requisitos :

PUBZ3377 MULTIMEDIA

PUBZ3375 PLANNING DIGITAL

6.- TITA5542 PROYECTO PUBLICITARIO

Descripción del curso :

Los estudiantes en esta asignatura tienen sesiones de acompañamiento para desarrollar su Proyecto Publicitario de Titulación establecido por la Carrera. Los alumnos podrán trabajar de forma individual o en duplas, se les asignará



un brief de carácter comercial o social para desarrollar una campaña publicitaria a lo largo del semestre que solucione los problemas planteados y cumpla con los objetivos del cliente. En el desarrollo del acompañamiento se integran todas las destrezas, habilidades y conocimientos logrados a lo largo de la Carrera como son la investigación, el desarrollo estratégico y la creación de la propuesta publicitaria.

Pre-requisitos :

TITA5541 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL
INGZ0444 INGLÉS AVANZADO II