

# PUBLICIDAD

| SEMESTRE 1   | SEMESTRE 2                            | SEMESTRE 3                                   | SEMESTRE 4                                | SEMESTRE 5                               | SEMESTRE 6                      | SEMESTRE 7                              | SEMESTRE 8                        |
|--|---------------------------------------|--|---|--|---------------------------------|---|-----------------------------------|
| Taller de Publicidad y Marketing I                     | Taller de Publicidad y Marketing II   | Taller de Publicidad y Marketing Digital III | Taller de Publicidad Marketing Digital IV | Taller de Publicidad Marketing Digital V | Taller Profesional de Agencia I | Seminario de Título y Ética Profesional | Taller de Titulación              |
| Taller de Redacción                                    | Taller de Redacción Creativa I        | Taller de Redacción Creativa II              | Planning                                  | Planificación y Análisis de Medios       | Nuevos Medios y Omnicanalidad   | Taller Profesional de Agencia II        | Taller de Integración Profesional |
| Taller de Fotografía                                   | Habilidades Comunicacionales I        | Habilidades Comunicacionales II              | Conducta del Consumidor                   | Investigación de Mercados y Audiencias   | Taller de Personal Branding     | Taller de Actualización Digital         |                                   |
| Ética de las Comunicaciones y RSE                      | Taller de Dirección de Arte Digital I | Taller de Dirección de Arte Digital II       | Taller de Edición Digital                 | Taller de Animación                      | Laboratorio Multimedia          | Publicidad Multimedia                   |                                   |
| Taller de Inglés I                                     | Mundo Contemporáneo                   | Construcción Imagen de Marca I               | Construcción Imagen de Marca II           | Emprendimiento, Gestión e Innovación     | Gestión y Producción de Eventos | Taller MKT Viral y RRSS                 |                                   |
| Taller de Aprendizaje*                                 | Taller de Inglés II                   | Taller de Inglés III                         | Taller de Inglés IV                       |  |                                 |   |                                   |
| Taller de Habilidades Comunicacionales y Relacionales* | Taller de Vida Universitaria*         | Formación General I*                         | Formación General II*                     | Formación General III*                   | Formación General IV*           | Formación General V*                    |                                   |

EXAMEN DE TÍTULO Y GRADO

|                           |  |                     |
|---------------------------|--|---------------------|
| ■ Formación Universitaria | ■ Creatividad y Pensamiento Estratégico Comunicacional                   | ■ Idioma Extranjero |
| ■ Formación General       | ■ Manejo de Herramientas Tecnológicas, Redes Sociales y Medios Digitales | ■ Titulación        |
|                           | ■ Ética, Emprendimiento e Innovación                                     |                     |

(\*) Asignaturas dictadas en modalidad 100% online para las jornadas diurna y vespertina

Nota: en el 5to semestre se desarrolla evento evaluativo de integración interdisciplinaria con el resto de carreras de la Facultad

• El esquema de asignaturas es referencial y podría tener modificaciones. Las condiciones de ejecución de las actividades prácticas de titulación y/o de obtención de grado, están disponibles en los reglamentos de la Universidad.

## Título Profesional

Publicista

## Grado Académico

Licenciado(a) en Publicidad y Marketing

## Duración

8 semestres

## Modalidad/Jornada

Presencial Diurna

## Perfil de Egreso

La egresada y el egresado de la carrera de Publicidad de Universidad UNIACC, son expertos(as) en la creación de ideas, conceptos, diseños, estrategias para empresas, organizaciones y entidades, que además de manejar herramientas conceptuales y tecnológicas, son capaces de entregar puntos de vista innovadores y sostenibles, que se traduzcan en soluciones comunicacionales estratégicas, creativas y tácticas, considerando el entorno social y económico en el que se desenvuelve. Los egresados y las egresadas, deberán trabajar con profesionales de distintas áreas: comerciales, empresariales, políticas, sociales y productivas, o en sus propios emprendimientos, entendiendo las distintas exigencias de cada uno(a) y el rol que debe tomar cada producto, idea o servicio que se busque masificar, generando el reconocimiento y respeto de sus pares, principalmente por la visión estratégico/creativa, que es parte del sello profesional.

## Campo Ocupacional

- Dirección creativa, dirección de arte, redacción creativa, dirección de cuentas, y planner, en agencias de publicidad, tanto tradicionales como digitales.
- Manejo de publicidad de productos y servicios de consumo masivo, en los departamentos comerciales de diferentes empresas.
- Planificación, evaluación y dirección en agencias de medios tradicionales o digitales.
- Creación, producción, desarrollo de publicidad y contenidos en diferentes medios de comunicación.
- Emprendimientos personales en el campo de la comunicación publicitaria y de las comunicaciones en general.