PUBLICIDAD

FACULTAD DE COMUNICACIONES | ESCUELA DE COMUNICACIÓN Y CREATIVIDAD

UNIVERSIDAD UNIACC

1ER	2DO	3ER	4TO	5TO	6TO	7MO	8VO
Taller de Publicidad y Marketing I	Taller de Publicidad y Marketing II	Taller de Publicidad y Marketing Digital III	Taller de Publicidad y Marketing Digital IV	Taller de Publicidad y 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 Análoga y Digital 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 y Creatividad Digital	Taller de Dirección de Arte Digital IA Generativa I	Taller de Edición Digital IA Audiovisual I	Taller de Animación IA Audiovisual II	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	Marketing Viral y Redes Sociales	
Herramientas de Razonamiento y Comunicación*	Taller de Inglés II	Taller de Inglés III	Taller de Inglés IV				
Herramientas para el Aprendizaje	Comunicar con Sentido: Lenguaje, Tecnología y Sociedad	Ser Humano, Hoy	Electivo Formación General I	Electivo Formación General II	Ética, Hoy	Electivo Formación General III	

EXAMEN DE TÍTULO Y GRADO

FICHA CARRERA

TÍTULO PROFESIONAL

Publicista

DURACIÓN

8 semestres

GRADO ACADÉMICO

Licenciado(a) en Publicidad y Marketing

MODALIDAD/ JORNADA

- Presencial Diurna

RESUMEN DEL PERFIL DE EGRESO

Profesional experto en la creación de ideas, conceptos, diseños y estrategias para empresas, organizaciones y entidades. Maneja herramientas conceptuales y tecnológicas, y aporta puntos de vista innovadores y sostenibles que se traducen en soluciones comunicacionales estratégicas, creativas y tácticas, considerando el entorno social y económico en que se desenvuelve. Trabaja con profesionales de áreas comerciales, empresariales, políticas, sociales y productivas, o en sus propios emprendimientos, entendiendo las exigencias de cada uno y el rol de cada producto, idea o servicio. Su sello profesional es la visión estratégica y creativa.

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.

ÁREA DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y DISCIPLINAR

- Creatividad y Pensamiento Estratégico Comunicacional
- Emprendimiento, Gestión e Innovación
- Manejo de Herramientas Tecnológicas, Redes Sociales y Medios Digitales

ÁREA DE FORMACIÓN GENERAL

- Asignaturas de Nivelación
- Asignaturas Sello
- Electivo de Formación General

(*) Asignatura dictada en modalidad online asincrónica, para todas las modalidades de estudio.

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. Última actualización: 2026