

Malla curricular — Publicidad

■ Línea Publicidad

■ Línea Laboratorio Herramientas

□ Línea Consumidor Comportamiento

■ Línea Contenido Relato

■ Línea Negocios

■ Línea Branding Marketing

□ Formación General e Inglés

Código SIES:

I3S1C13J1V1

Código DEMRE:

38013

I SEMESTRE	II SEMESTRE	III SEMESTRE	IV SEMESTRE	V SEMESTRE	VI SEMESTRE	VII SEMESTRE	VIII SEMESTRE
Laboratorio de Investigación Publicitaria	Laboratorio de Narrativa de Marca	Laboratorio de Branding I	Laboratorio de Branding II	Laboratorio Transmedia	Laboratorio de Comunicación Integrada	Clínica Profesional	Práctica Profesional
Taller de Imagen y Retoque Digital	Taller de Video y Animación Digital	Taller de Integración Gráfica y Audiovisual	Taller de Análisis y Gestión de Contenido Digital	Analítica Digital	Introducción al Diseño Web	Taller de Diseño y Plataformas Digitales	
Antropología del Consumo	Métodos y Conocimiento	Técnicas Cualitativas y Análisis de la Comunicación Publicitaria	Etnografía del Consumo	Técnicas Cuantitativas y Audiencias			
Teoría de la Imagen y Sociedad	Creación y Narrativa I	Creación y Narrativa II			Taller de Guión Audiovisual	Storytelling	
Economía de la Empresa			Gestión Comunicacional Estratégica y Corporativa I	Gestión Comunicacional Estratégica y Corporativa II	Plan de Negocios	Estrategia de Sostenibilidad	Optativos
Ética y Legislación	Marketing Estratégico	Análisis y Estrategia de Marca	Branding Estratégico	Planificación Estratégica de Medios	Marketing Metrics	Comunicación Gubernamental y Política	Optativos
	Inglés General I	Inglés General II	Inglés General III	Curso de Formación General	Curso de Formación General	Curso de Formación General	Curso de Formación General

PRÁCTICA PROFESIONAL:

Se desarrolla en el ciclo formativo final de la carrera, durante todo el VIII semestre. Las y los estudiantes aplicarán en esta instancia los saberes, competencias y habilidades adquiridas durante su trayectoria formativa en la carrera.

Como apoyo a este ciclo formativo final, previo a la práctica se encuentra la Clínica Profesional (VII semestre), asignatura en la cual estudiantes, en formato de agencias, trabajarán con clientes reales y resolverán todos sus requerimientos comunicacionales.

Además, la Escuela de Publicidad gestiona diversos convenios con empresas y organizaciones para el desarrollo de casos reales durante la carrera, que junto con la participación en los concursos publicitarios universitarios (nacionales e internacionales), coordinados por la unidad de vinculación con el medio, permiten acercar a la realidad laboral y adquirir experiencia con importantes marcas. Todo lo mencionado, se complementa con una serie de actividades que facilitarán la inserción del estudiantado en el mercado de las comunicaciones, marketing y publicidad.