

MALLA CURRICULAR
PUBLICIDAD

Código DEMRE
38013

Código SIES
I3S1C13J1V1

- Formación General e Inglés
- Línea de Laboratorios de Publicidad
- Línea Herramientas Digitales
- Línea Comportamiento del Consumidor
- Línea Contenido y Relato
- Línea Negocios
- Línea Branding Marketing

1	2	3	4	5	6	7	8
SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	SEMESTRE	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	Taller de Guión Audiovisual	Storytelling	
Teoría de la Imagen y Sociedad	Creación y Narrativa I	Creación y Narrativa II	Gestión Comunicacional Estratégica y Corporativa I	Gestión Comunicacional Estratégica y Corporativa II	Plan de Negocios	Estrategia de Sostenibilidad	Optativos
Economía de la Empresa	Marketing Estratégico	Análisis y Estrategia de Marca	Branding Estratégico	Planificación Estratégica de Medios	Marketing Metrics	Comunicación Gubernamental y Política	Optativos
Ética y Legislación	Inglés I	Inglés II	Inglés 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. 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.