

PREGRADO



FACULTAD DE COMUNICACIONES
Comunicación
y Publicidad

upc.edu.pe



CONTENIDO
Perfil del alumno
Malla curricular
Testimonios

exígete, innova

Com



COCA COLA, APPLE Y LEVI'S LO TIENEN CLARO:
EL IMPACTO DE UNA MARCA TIENE QUE VER CON
LAS EMOCIONES QUE DESPIERTE EN EL CONSUMIDOR.
CONVIÉRTETE CON NOSOTROS EN UN ESTRATEGA
DE LA PERSUASIÓN.

LOS EGRESADOS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DE LA UPC SON PROFESIONALES CREATIVOS Y CRÍTICOS, CIUDADANOS ÉTICOS CON ESPÍRITU EMPRESARIAL Y UNA MARCADA ORIENTACIÓN AL LOGRO. CAPACES DE EVALUAR, DESARROLLAR Y TRASMITIR LOS MENSAJES MÁS EFECTIVOS PARA CADA UNO DE LOS PÚBLICOS A LOS QUE SE DIRIGE, ALINEÁNDOLOS A LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN Y A LAS METAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE PUBLICITA

Por ello, promueven la venta de bienes o productos y pueden estimular el cambio de los hábitos de consumo. Asimismo, su dominio de los medios tradicionales y no tradicionales les permite crear y realizar, con eficiencia, campañas promocionales y publicitarias, multimedios integrales y de 360 grados.

Nuestro compromiso es la excelencia. Haremos de tu creatividad y tu talento para la comunicación y la publicidad una exitosa fuente de éxitos laborales y continuo crecimiento profesional; además, te prepararemos para gestionar tus propios proyectos personales.

Ana Sofía Miguel de Priego
DIRECTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

SI ERES



Astuto para entender el mundo de manera visual, resolver problemas y comunicar ideas a través de imágenes.



Analítico y con buena capacidad de interpretación.



Entusiasta con el trabajo interdisciplinario.



Observador, persuasivo y tienes facilidad para relacionarte.



Hábil para expresarte de manera oral, escrita y gráfica.



Diestro en el manejo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

SERÁS

UN ESTRATEGA PUBLICITARIO ESPECIALIZADO EN
CONCEPTUALIZAR, DESARROLLAR, TRANSMITIR Y EVALUAR LOS
MENSAJES MÁS EFECTIVOS PARA CADA UNO DE LOS PÚBLICOS,
DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN
Y LAS METAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PUBLICITADOS

Por eso, podrás trabajar como:

- Director general en agencias de publicidad.
- Comunicador en empresas comerciales o industriales.
- Director de cuentas.
- Director de arte.
- Director creativo.
- Gerente de Publicidad y/o Marketing.
- Redactor creativo.
- Publicista independiente.
- Planner.



LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES



UPC
Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas

Informes
T 610 5030
T 313 3333

Anexos: 2935, 2936
y 2937

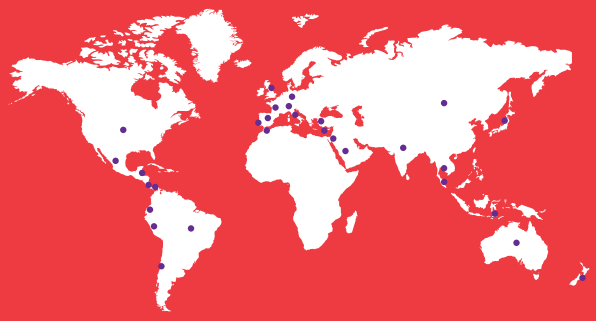
Campus Monterrico
Campus San Isidro
Campus Villa

www.upc.edu.pe



CONVENIOS INTERNACIONALES

Desde el año 2004, la UPC es miembro de Laureate International Universities, la red mundial de universidades privadas más grande del mundo.

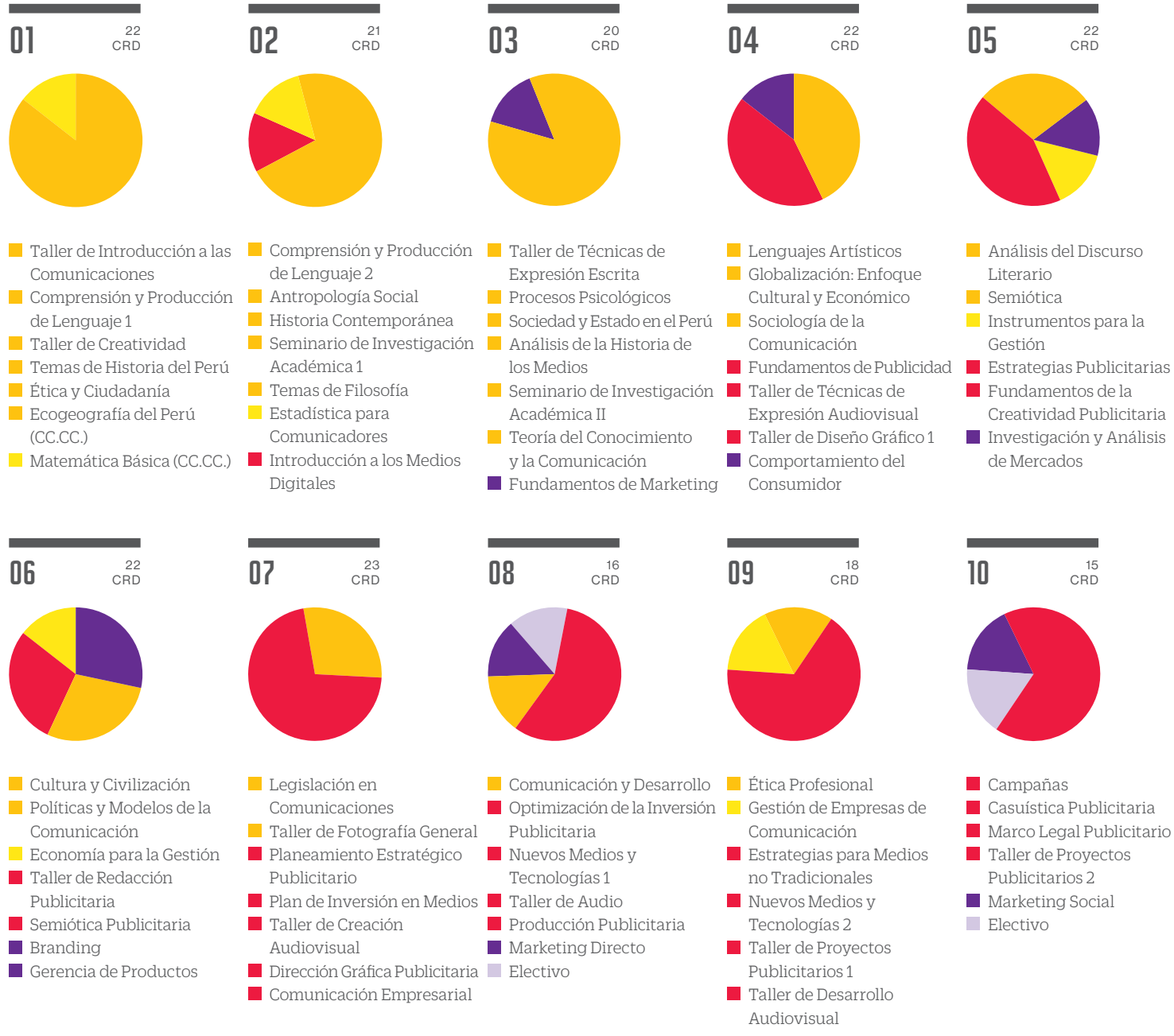


MALLA CURRICULAR

CICLO 2014-1

Siguiendo nuestro principio de actualización constante, la malla curricular está sujeta a modificaciones.

- HUMANIDADES Y COMUNICACIÓN
- GESTIÓN
- MARKETING
- PUBLICIDAD
- ELECTIVOS



ESCANEA EL CÓDIGO Y CONOCE MÁS SOBRE LA CARRERA

¿POR QUÉ LA UPC?



GRADO DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

[A]

Somos la primera universidad en el Perú que ofrece la carrera de Comunicación y Publicidad.

DOBLE TITULACIÓN INTERNACIONAL

[B]

Con la Universidad Europea de Madrid (UEM).

EMPLEABILIDAD

[C]

Nuestro excelente índice de colocación nos permite atender la demanda laboral de importantes empresas.

MENTIONES PROPIAS

[D]

Podrás recibirlas en Gestión Estratégica de Marketing, Lenguaje Audiovisual y Psicología.

TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA

[E]

Modernos laboratorios, equipos para fotografía digital, una sala de redacción, un set de televisión.

METODOLOGÍA ACTIVA

[F]

Nuestra enseñanza se enfoca en tus habilidades y equilibra el contenido teórico y práctico.

MÁSTER INTERNACIONAL

[G]

En Dirección de Marketing y Comunicación Corporativa en el Institute for Executive Development (IEDE) de Madrid.



«La carrera de Comunicación y Publicidad en la UPC, me ayudó a tener una visión integral de la comunicación; además de darme a conocer diversas herramientas para la planificación estratégica y su ejecución, a través del uso de herramientas gráficas y audiovisuales. Me demostró que la publicidad no es un medio exclusivo para el logro de fines comerciales, sino que su elemento persuasivo (que tanto la caracteriza) puede intervenir en temas de desarrollo social y cultural.»

LORENA HERENCIA ESPINOZA

—Egresada de la UPC
Consultora de Comunicaciones –
Secretaría General de la Comunidad Andina