

PREGRADO



happy



FACULTAD DE COMUNICACIONES
Comunicación
y marketing

upc.edu.pe



CONTENIDO
Perfil del alumno
Malla curricular
Testimonios



exígete, innova



LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES

LOS FACTORES RACIONALES DE LAS MARCAS
COMO PRECIO, CALIDAD Y SERVICIOS, SON
FÁCILMENTE IGUALABLES EN EL MERCADO.
LAS NUEVAS TENDENCIAS LLEVAN AL MARKETING
HACIA LA CREACIÓN DE MARCAS AUTÉNTICAS, QUE
EMPIECEN A DIFERENCIARSE EMOCIONALMENTE.

LAS GRANDES MARCAS SON EL RESULTADO DE PROFESIONALES CON VISIÓN
ESTRATÉGICA EN COMUNICACIÓN Y MARKETING, QUE INTERPRETAN CON
SENSIBILIDAD LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES PARA GENERAR VALOR

Por eso, la carrera de Comunicación y Marketing de la UPC forja
profesionales con una sólida formación en marketing estratégico,
comunicación 360, marketing digital y redes sociales, comportamiento
del consumidor, investigación de mercados, gestión de negocio y
responsabilidad social.

Profesionales innovadores que gestionan, de manera eficiente, estas
disciplinas para la toma de decisiones estratégicas que respondan a los
desafíos actuales del mercado.

Nuestros egresados son agentes de cambio capaces de analizar en
profundidad el comportamiento del consumidor y los mercados sobre la
base de información cualitativa, cuantitativa y estadística para detectar
tendencias, diseñar estrategias para productos y servicios y proponer
nuevos modelos de negocio.

Mónica Gozqueta Mejía
DIRECTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

SI ERES



Innovador.



Estratega.



Entusiasta para el
trabajo interdisciplinario
y en equipo.



Analítico, observador,
intuitivo.




Hábil con las Tecnologías
de la Información y la
Comunicación. (TIC).

SERÁS

UN ESPECIALISTA EN EL CONSUMIDOR, EL DESARROLLO DE PRODUCTOS
Y SERVICIOS, LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO, LOS CANALES
DE DISTRIBUCIÓN, Y LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CON MEDIOS
ONLINE Y OFFLINE. ES DECIR, UN PROFESIONAL QUE DISEÑE E
IMPLEMENTE PLANES DE MARKETING ORIENTADOS A LOS OBJETIVOS
CORPORATIVOS Y LA SOSTENIBILIDAD

Por eso, podrás trabajar como:

- Gerente de Producto o Brand Manager.
- Gerente de Marketing, Comunicación y Publicidad.
- Gerente de Planeamiento Estratégico.
- Gerente de Investigación de Mercado.
- Gerente de Marketing Digital.
- Gerente de Trade Marketing.
- Gerente de Marketing Directo, Promociones y Merchandising.
- Gerente de tu propia empresa.
- Asesor empresarial.






UPC
Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas

Informes
T° 610 5030
T° 313 3333

Anexos: 2935, 2936
y 2937

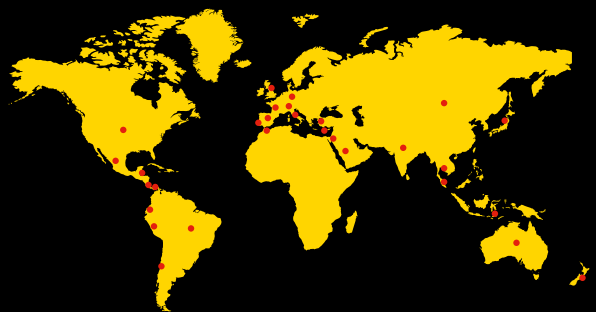
Campus Monterrico
Campus San Isidro
Campus Villa

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.



04

23
CRD

Fundamentos de Publicidad

Sociología de la Comunicación

Taller de Diseño Gráfico 1

Semiótica

Estadísticas para Comunicadores

Costos y Presupuestos

Segmentación y Posicionamiento

05

22
CRD

Estrategias Publicitarias

Taller de Diseño Gráfico 2

Matemática Financiera

Economía para la Gestión

Canales de Distribución y Trade

Marketing de Producto

Estudios Cualitativos

06

21
CRD

Plan de Inversión en Medios

Taller de Técnicas de Expresión Audiovisual

Gestión Empresarial

Estrategia de Canales y Ventas

Branding

Marketing de Precios

Estudio y Análisis de Bases de Datos

07

20
CRD

Optimización de la Inversión Publicitaria

Estrategias de Marketing

Marketing Interno

Marketing Digital

Shoppers y Punto de Venta

Marketing Relacional - CRM

Business Intelligence

08

22
CRD

Legislación en Comunicaciones

Comunicación y Desarrollo

Campañas Publicitarias

Métricas de Marketing

Comunicaciones Integradas de Marketing - CIM

Estrategia Digital

Electivo

09

20
CRD

Diseño del Plan de Marketing

Marketing de Servicios

Marketing B2B

Responsabilidad Social Corporativa

Proyectos de Marketing 1

Retail Management

10

19
CRD

Decisiones de Marketing

Negociación Comercial

Proyectos de Marketing 2

Marketing Personal y Liderazgo

Ética Profesional

Electivo

HUMANIDADES

HERRAMIENTAS CUANTITATIVAS Y GESTIÓN

MARKETING

COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

ELECTIVOS

¿POR QUÉ LA UPC?



METODOLOGÍA ACTIVA

[A]

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

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

[B]

Sin dejar de lado la estrategia y la gestión de proyectos.

HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

[C]

Para que interactúes con colegas de cualquier país y te desempeñes con éxito en entornos cambiantes y de alta exigencia.

EXPERIENCIA INTERNACIONAL ÚNICA

[D]

Mediante programas de intercambio con prestigiosas universidades y viajes de estudio a reconocidas empresas.

«La currícula abarca varios rubros pero tiene un especial enfoque comercial, pues nos enseñan a manejar un negocio, a trabajar en equipo y a tratar bien a los clientes. Gané la Beca a la Excelencia Académica y fui a estudiar a la Universidad Anhembi Morumbi en Brasil, donde aprendí mucho gracias a los cursos y profesores de primer nivel y al intercambio de experiencias con estudiantes de otras culturas.»

ANDREA RONCEROS

—Egresada de la UPC

Jefe de Producto en Cartavio Rum Company