

# Publicidad

/ Facultad de Comunicaciones

## VISIÓN



Se busca formar un profesional que diseñe y desarrolle estrategias y acciones de comunicación que conectan a las empresas e instituciones con las personas cuyas necesidades buscan satisfacer.

El publicista egresado de la UC debe ser capaz de comprender la dimensión cultural del consumo, los aspectos empresariales asociados a la actividad publicitaria y la dinámica de los procesos de comunicación en la sociedad.

## PLAN DE ESTUDIOS



El plan de estudios está dirigido a generar en los egresados competencias para crear, planificar y gestionar propuestas con una mirada estratégica, que combinen creatividad y valor, respondan a los objetivos de negocios e institucionales establecidos por las organizaciones y se hagan cargo de las características de las audiencias que se busca impactar.



## INVESTIGACIÓN

Se desarrolla una intensa actividad creativa e investigativa, cuyos resultados enriquecen la docencia y aportan al desarrollo de proyectos de impacto nacional.

## ¿POR QUÉ EN LA UC?



**Porque** la carrera de Publicidad pone énfasis en el rigor profesional y asume una perspectiva de responsabilidad frente a las audiencias y la sociedad.

**Porque** en la UC los estudiantes reciben una formación general orientada a constituirlos como personas íntegras, con una visión amplia del mundo y sólidos valores.

**Porque** la carrera cuenta con un cuerpo de profesores conformado por académicos y profesionales con experiencia en investigación y experiencia práctica en empresas del ámbito de la comunicación y el marketing.

**Porque** la Facultad de Comunicaciones realiza investigación formalizada en temas publicitarios con un alto nivel de publicaciones sobre el tema en el ámbito académico.

## ¿EN QUÉ PUEDO TRABAJAR?



- Investigación, creación, planificación de medios y gestión de marcas y productos.
- Área de comunicaciones de empresas e instituciones públicas y privadas y ONG, entre otras.
- Desarrollo de emprendimientos propios en el área.
- Docencia e investigación en centros de estudio y universidades.

## PERFIL DE EGRESO



El alumno de Publicidad deberá tener las competencias profesionales para crear, planificar y gestionar propuestas comunicacionales con fines publicitarios, insertas en planes estratégicos, y con el propósito de contribuir al logro de los objetivos organizacionales.

Agregará valor a organizaciones, marcas, productos y servicios mediante propuestas conceptuales y de contenido, desarrolladas a través de distintos lenguajes, soportes y acciones, a partir del conocimiento de los consumidores, del diagnóstico del entorno y de objetivos corporativos establecidos por las empresas e instituciones.

Se espera que los egresados sepan emprender creativamente, manifestando habilidad para participar de manera activa en equipos multidisciplinarios, así como integrar en su trabajo las nuevas tendencias y las experiencias internacionales en los campos de la publicidad y de los estudios del consumidor.

Nuestros egresados deberán saber interpretar investigaciones sistemáticas, escuchar y observar creativamente la vida cotidiana, identificando comportamientos y conductas de los consumidores. A partir de esta capacidad de observación e investigación, podrán imaginar y desarrollar propositivamente conceptos e ideas creativas, que estén al servicio de los objetivos de la propuesta y que se hagan cargo de las características de las audiencias que se buscan impactar.

## INTERCAMBIO ESTUDIANTIL



Puedes cursar uno o dos semestres de tu carrera en una de las más de 350 universidades extranjeras con las que la UC mantiene convenios.

## TÍTULO Y GRADO

### PREGRADO

#### Grado Académico

- Bachiller

- Licenciado en

Comunicación Social

#### Título Profesional

- Publicista

### POSTGRADO

- Magíster en

Comunicación

Social, mención en

Comunicación y

Educación

- Magíster en

Comunicación

Estratégica

- Magíster en

Periodismo mención

Prensa Escrita

- Doctorado en Ciencias de la Comunicación



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

# Publicidad

1º SEMESTRE	2º SEMESTRE	3º SEMESTRE	4º SEMESTRE	5º SEMESTRE	6º SEMESTRE	7º SEMESTRE	8º SEMESTRE	9º SEMESTRE
Temas de Historia Contemporánea	Historia de la Comunicación Social	Introducción a la Publicidad	Comunicación y Persuasión	Taller de Soluciones Publicitarias	Narración Publicitaria	Dirección y Conceptualización Visual Publicitaria	Taller de Realización Publicitaria	Taller de Propuestas Integradas
Teoría de la Comunicación Social	Semiología	Estadística	Taller de Investigación Aplicada a la Publicidad		Planificación y Difusión Publicitaria	Taller de Comunicación Digital		Optativo de profundización
Desafíos de la Comunicación	Lenguaje Visual	Marketing	Comportamiento del Consumidor	Marcas	Consumo y Tendencias Sociales	Comunicaciones Integradas de Marketing	Teoría de las Organizaciones y Comunicación	Optativo de profundización
Narración de No Ficción	Narración de Ficción	Narración Interactiva	Audiencias	Curso del Área de Habilidades Comunicativas Orales				Optativo de profundización
Tecnologías de la Comunicación	Metodología de la Investigación Social			Curso del Área de la Estética	Ética de las Comunicaciones	Derecho de la Comunicación	Electivo en otra disciplina	Economía Política de las Comunicaciones
Examen de Comunicación Escrita		Antropológico-Ético	Teológico	Electivo en otra disciplina	Electivo en otra disciplina	Electivo en otra disciplina	Electivo en otra disciplina	
Test de Inglés							Electivo en otra disciplina	
Test de Actualidad I A	Test de Actualidad I B	Test de Actualidad II A	Test de Actualidad II B	Test de Actualidad III A	Test de Actualidad III B		Práctica Profesional	

Resolución VRA 65/2017

**Electivos en otras disciplinas**

Cursos de otras carreras que contribuyen al desarrollo de la formación integral.

**Optativos de profundización**

Cursos que complementan la formación en un área o línea de la carrera.

Formación General