



# Publicidad

SEMESTRE I	SEMESTRE II	SEMESTRE III	SEMESTRE IV	SEMESTRE V	SEMESTRE VI	SEMESTRE VII	SEMESTRE VIII
Taller de Creatividad y Empresa	Taller de Herramientas Creativas Digitales	Taller de Producción Transmedia	Taller de Estrategia de Marca	Taller de Integración Creativa Estratégica	Taller de Proyecto Interdisciplinar	Taller de Proyectos Publicitarios y de Negocios	Proyecto de Titulación
Ética y Normativa Empresarial	Industrias Creativas	Marketing	Branding y Comunicación Estratégica	Innovación para la Creación de Propuestas de Valor	Planificación de Medios Omnicanal	Taller de Verano	Práctica Profesional
Antropología del Consumo	Herramientas de Investigación Cualitativa	Herramientas de Investigación Cuantitativa	Audiencia y Storytelling			Métricas y Planificación	
Redacción Creativa	Dirección de Arte			Bloque de Conocimientos I	Bloque de Conocimientos II	Bloque de Conocimientos IV	
		Liderazgo y Trabajo en Equipo	Mercado y Entorno	Creatividad y Emprendimiento	Bloque de Conocimientos III	Bloque de Conocimientos V	
Seminario Cultura I	Seminario Cultura II	Cultura Contemporánea					
Habilidades Comunicativas	Pensamiento Crítico	Inglés I	Inglés II	Inglés III	Inglés IV		
Ámbito I Proyectos de Cultura Interdisciplinar	Ámbito II Audiencias Mercado y Negocios	Ámbito III Educación General e Inglés	Ámbito IV Integradores				

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA



# Publicidad

## ¿POR QUÉ ESTUDIAR ESTA CARRERA EN LA UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO?



Formamos publicistas creativos y estratégicos orientados al desarrollo de propuestas que generen valor en las organizaciones.



Durante el plan de estudios trabajas con organizaciones reales dentro de las cátedras con el acompañamiento de los profesores.



Puedes integrarte con otras disciplinas creativas dentro de un ecosistema virtuoso que ofrece el Campus Creativo mediante experiencias de integración.



Aprenderás a desarrollar soluciones publicitarias y de negocio y a conectar audiencias y organizaciones mediante múltiples plataformas y medios



Existe la posibilidad de vivir la experiencia de la internacionalización a través de distintas modalidades, cursos de idiomas, programas intensivos e intercambio en prestigiosos planteles alrededor del mundo.



**GRADO ACADÉMICO**  
LICENCIADO(A) EN  
COMUNICACIÓN  
ESTRATÉGICA  
(8 SEMESTRES)

**TÍTULO PROFESIONAL**  
PUBLICISTA  
(8 SEMESTRES)

**DURACIÓN**  
4 AÑOS

**RÉGIMEN**  
DIURNO

**SEDE**  
SANTIAGO  
CONCEPCIÓN

PRIMER AÑO		ASIGNATURA	RESEÑA
SEMESTRE I		Taller de Creatividad y Empresa	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de identificar el aporte de la comunicación publicitaria, la creatividad, los principales actores y tendencias del sistema publicitario y la aplicación de metodologías de creación colectiva.
		Ética y Normativa Empresarial	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de identificar y aplicar el marco normativo, para diferentes campañas publicitarias, y distinguir los entes regulatorios asociados a este.
		Antropología del Consumo	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de identificar conceptos relacionados con la antropología, la sociedad y la cultura y cómo estos contextualizan las necesidades y motivaciones de consumo de las personas.
		Redacción Creativa	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de comprender los elementos constitutivos del discurso publicitario para poder desarrollarlos en los distintos formatos y soportes.
		Seminario Cultura I	En este curso los estudiantes identificarán en una primera aproximación las múltiples y heterogéneas dimensiones de la cultura disciplinar e interdisciplinar. Serán capaces de relacionar en un nivel inicial según distintos contextos los enfoques críticos y campos conceptuales en las diversas disciplinas.
SEMESTRE II		Habilidades Comunicativas	En esta asignatura el/la estudiante podrá desarrollar el pensamiento crítico utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias, a través de la argumentación y el uso adecuado al ámbito académico y profesional, del lenguaje oral y escrito.
		Taller de Herramientas Creativas Digitales	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de manejar las herramientas creativas digitales esenciales de que dispone, para la creación y desarrollo de piezas gráficas publicitarias.
		Industrias Creativas	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de identificar los elementos y actores de las industrias creativas y comparar sus potencialidades, para integrar en un proyecto las dimensiones procedimentales y fuentes de financiación existentes.
		Herramientas de Investigación Cualitativa	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de identificar los elementos del proceso de investigación y diferenciar las metodologías cualitativas de acercamiento al objeto de estudio con el fin de analizar y obtener hallazgos útiles para la conexión con las audiencias.
		Dirección de Arte	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de comprender los elementos centrales del lenguaje visual dentro del discurso persuasivo, para aplicarlos en diversas conceptualizaciones gráficas, reconociendo el rol de la dirección de arte dentro de la organización creativa.
		Seminario Cultura II	En esta asignatura los estudiantes identificarán las dimensiones relevantes para el debate de la cultura disciplinar e interdisciplinar. Serán capaces de relacionar en un nivel intermedio según distintos contextos los enfoques críticos y campos conceptuales en las diversas disciplinas.
		Pensamiento Crítico	En esta asignatura el/la estudiante podrá desarrollar el pensamiento crítico utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias, a través de la argumentación y el uso adecuado al ámbito académico y profesional, del lenguaje oral y escrito.

SEGUNDO AÑO		ASIGNATURA	RESEÑA
SEMESTRE III		Taller de Producción Transmedia	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de utilizar las principales herramientas de producción y postproducción digital, para el desarrollo de proyectos dentro de una narrativa transmedia.
		Marketing	En esta asignatura los estudiantes serán capaces comprender los fundamentos del diagnóstico y la planificación de marketing estratégico y táctico, para diseñar un plan de marketing.
		Herramientas de Investigación Cuantitativa	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de identificar conceptos claves y establecer las herramientas de la investigación cuantitativa para analizar los datos de manera sistemática y de esa manera obtener hallazgos útiles en la comunicación con las audiencias.
		Liderazgo y Trabajo en Equipo	En esta asignatura los estudiantes desarrollarán habilidades orientadas a ejercer la capacidad de liderazgo y espíritu de equipo. Serán capaces de generar cambios en la manera de enfrentar la realidad, las oportunidades que se presentan y los conflictos que deben ser resueltos, agudizando el juicio crítico con que se valora la propia conducta y la de los demás.
		Cultura Contemporánea	En esta asignatura los estudiantes construirán una primera aproximación a las múltiples y heterogéneas dimensiones, registros y exponentes de la cultura contemporánea. Serán capaces de aproximarse a la comprensión de los principales enfoques, marcos y campos conceptuales culturales/históricos/sociales, materiales e inmateriales, que emergen del campo crítico.
SEMESTRE IV		Inglés I	En esta asignatura el/la estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos de la vida diaria, desde el contexto personal hasta los entornos más cercanos, refiriéndose al presente y futuro, usando una escritura, pronunciación y entonación adecuadas.
		Taller de Estrategia de Marca	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de distinguir elementos conceptuales de las marcas para establecer y priorizar las fases y herramientas necesarias para la construcción y evaluación de estrategias de marketing.
		Audiencias y Storytelling	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de distinguir las audiencias y las herramientas necesarias para estructurar una estrategia que permita, mediante una narrativa persuasiva, conectar organizaciones con sus audiencias.
		Branding y Comunicación Estratégica	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de establecer los factores y variables que contiene el proceso de construcción de marca para su implementación y medición.
		Mercado y Entorno	En esta asignatura los estudiantes comprenderán la relación de los factores ambientales externos e internos que influyen e impactan en la relación de intercambio con el mercado.
	Inglés II	En esta asignatura el/la estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos de la vida diaria, desde el contexto personal hasta los entornos más cercanos, refiriéndose al presente y pasado, usando una escritura, pronunciación y entonación adecuadas.	

TERCER AÑO		ASIGNATURA	RESEÑA
SEMESTRE V		Taller de Integración Creativa Estratégica	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de resolver problemas comunicacionales de diversas audiencias y mercados a través de la generación de una campaña publicitaria.
		Innovación para la Creación de Propuestas de Valor	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de elaborar procesos y modelos de innovación para la disrupción y generación de valor para las marcas y los negocios.
		Bloque de Conocimientos I	En esta asignatura los estudiantes desarrollarán conocimientos en múltiples y heterogéneas dimensiones, registros y exponentes de distintos ámbitos disciplinarios. A su vez demostrarán un dominio técnico y conceptual, en relación con los ejes temáticos de la asignatura.
		Creatividad y Emprendimiento	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de desarrollar prácticas socialmente responsables en el diseño de modelos efectivos de negocios que les permitirán estimar la viabilidad, visibilidad, y sostenibilidad de productos y servicios en el espacio mercantil.
		Inglés III	En esta asignatura el/la estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos de la vida diaria, desde el contexto personal hasta los entornos más cercanos, refiriéndose al presente y pasado, usando una escritura, pronunciación y entonación adecuadas.
SEMESTRE VI		Taller de Proyecto Interdisciplinar	En esta asignatura los estudiantes elaborarán un proyecto a partir de temas relevantes orientado a la creación de valor compartido entre disciplinas y la comunidad. A su vez demostrarán un dominio técnico y conceptual, en relación con los ejes temáticos de la asignatura.
		Planificación de Medios Omnicanal	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de combinar los conceptos básicos, procesos y formatos que componen la estrategia de medios para la elaboración e implementación de un plan.
		Bloque de Conocimientos II	En esta asignatura los estudiantes desarrollarán conocimientos en múltiples y heterogéneas dimensiones, registros y exponentes de distintos ámbitos disciplinarios. A su vez demostrarán un dominio técnico y conceptual, en relación con los ejes temáticos de la asignatura.
		Bloque de Conocimientos III	En esta asignatura los estudiantes desarrollarán conocimientos en múltiples y heterogéneas dimensiones, registros y exponentes de distintos ámbitos disciplinarios. A su vez demostrarán un dominio técnico y conceptual, en relación con los ejes temáticos de la asignatura.
		Inglés IV	En esta asignatura el/la estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos de la vida diaria, desde el contexto personal hasta los entornos más cercanos, refiriéndose al presente y pasado, usando una escritura, pronunciación y entonación adecuadas.

CUARTO AÑO	SEMESTRE V	ASIGNATURA	RESEÑA
		Taller de Proyectos Publicitarios y de Negocios	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de seleccionar la información más relevante para la construcción de una estrategia que incluya propuestas creativas y la valoración de los recursos necesarios que respondan a las variadas necesidades de una empresa u organización de manera que pueda desarrollar una propuesta de valor en función de los objetivos corporativos.
		Taller de Verano	En esta asignatura los estudiantes elaborarán un proyecto que organiza las distintas áreas disciplinares en función de un núcleo transversal para la generación de respuestas integrales a fenómenos complejos en contextos específicos.
		Métricas y Planificación	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de identificar y distinguir las diferentes métricas financieras, de marketing y publicitarias para la planificación y evaluación de campañas publicitarias.
		Bloque de Conocimientos IV	En esta asignatura los estudiantes desarrollarán conocimientos en múltiples y heterogéneas dimensiones, registros y exponentes de distintos ámbitos disciplinares. A su vez demostrarán un dominio técnico y conceptual, en relación con los ejes temáticos de la asignatura.
		Bloque de Conocimientos V	En esta asignatura los estudiantes desarrollarán conocimientos en múltiples y heterogéneas dimensiones, registros y exponentes de distintos ámbitos disciplinares. A su vez demostrarán un dominio técnico y conceptual, en relación con los ejes temáticos de la asignatura.
	SEMESTRE VI	Proyecto de Titulación	En esta asignatura los estudiantes serán capaces de desarrollar planes de comunicación estratégica creativos y orientados a los negocios para la generación de valor en las organizaciones.
		Práctica Profesional	Mediante la práctica profesional los estudiantes de publicidad ponen en práctica y aplican con criterios profesionales los conocimientos y aprendizajes adquiridos, para analizar, crear, ejecutar o desarrollar una labor específica encomendada al interior de medios, organizaciones, corporaciones o en cualquier otro agente ligado a la comunicación masiva. Los estudiantes serán capaces de diagnosticar los elementos claves relacionados con la empresa y los clientes para el desarrollo de propuestas publicitarias.