

**Escuela de Comunicación Estratégica y Publicidad**

**Programa de Publicidad**

**Plan de estudios: 4057**

**Registro Calificado:** Resolución 7891 (11/05/2018), 7 años de vigencia

**Acreditación de Alta Calidad:** Resolución n.º 16729 (24/08/2017), 4 años de vigencia.

Espacio académico (Asignatura)		Tipología (1)	Ciclo (2)	N.º créditos académicos	N.º horas semana	Requisitos o correquisitos	Nivel
Código	Nombre						
40042001	Procesos Creativos	B		3	3		
43380003	Fundamentos de Economía	B		3	3		
48001001	Tendencias Publicitarias	B		3	3		
48001002	Taller de Diseño Básico	B		3	3		
40041089	Pensamiento Estratégico	B		3	3		
48001003	Publicidad y Consumo	B		3	3		
48001004	Formatos de Información Publicitaria	B		3	3		
48001000	Fotografía Básica	B		3	3		
45100006	Matemáticas	B		3	3		
40042011	Psicología del Consumidor	B		3	3		
48001006	Fotografía Publicitaria	B		3	3	Fotografía Básica	
46580125	Estrategias de Comunicación	B		3	3		
48001005	Teoría del Mensaje Publicitario	B		3	3		
45190015	Estadística	B		3	3	Matemáticas (Publicidad)	
43391225	Analítica de Datos	B		3	3		
43391224	Comunicación Visual y Estratégica	B		3	3		
43391226	Narrativas Audiovisuales	B		2	2		

46580134	Estrategias de Medios	B		3	3	Estadística	
46580135	Poder e Imagen	B		3	3		
46580122	Investigación Social de Mercados	B		3	3		
46580136	Diseño Digital	B		3	3		
48001007	Semiótica y Retórica Publicitaria	B		3	3		
46580123	Investigación de Audiencias	B		3	3		
46580127	Producción de Televisión y Video	B		3	3		
46580131	Imagen Contemporánea	B		3	3		
46580124	Investigación de Marca	B		3	3		
43391227	Branding	B		3	3		
43391228	Producción de Contenidos Audiovisuales	B		3	3		
48001008	Sociología Publicitaria	B		3	3		
43391229	Sostenibilidad y Consumo	B		3	3		
46580129	Producción Multimedial	B		3	3		
48001009	Investigación Publicitaria	B		3	3		
48001010	Gestión de Proyectos Publicitarios	B		3	3		
48001011	Campañas Publicitarias	B		3	3		
40010010	Práctica Profesional	B		4	4		
46580130	Producción Hipermedial	B		3	3	Producción Multimedial	
48001012	Ética y Legislación Publicitaria	B		3	3		
40041094	Seminario de Línea	B		4	4		
40010011	Proyecto de Grado	B		5	4		
43391230	Plataformas Digitales y Nuevos Formatos	B		2	2		
	Contexto 1 *	L		3	3		
	Contexto 2	L		3	3		
	Electiva 1 **	L		3	3		
	Electiva 2	L		3	3		
	Electiva 3	L		3	3		

	Electiva 4	L		3	3		
	Electiva 5	L		3	3		
	Electiva 6	L		3	3		
	Electiva 7	L		2			

(1) TIPOLOGÍA	CÓDIGO
Indispensable	B
Complementaria	C
Electiva	L
Interdisciplinaria	O
Proyecto fin de carrera	P
Optativa	T
Complemento fin de carrera	Q

<b>(2) Ciclo: Se refiere a la manera como se estructura el plan de estudios.</b>
A. Básico
B. Disciplinar
C. Profesionalización

**NOTAS:**

\* El bloque de contextos es **obligatorio**. En este plan aparece con Tipología L, en la medida que puedes elegir cuál Contexto cursar de la oferta programada para el periodo, pero debes cumplir con los 6 créditos de forma obligatoria.

\*\* Podrás cursar cualquiera de las electivas ofertadas en el periodo. Recuerda que al finalizar tu plan de estudios **debes cumplir con 20 créditos de electivas aprobados (no incluye el bloque de contextos)**. Si deseas cursar inglés podrás escogerla como electiva.

**Opción de grado:** Las opciones de grado están reglamentadas por las resoluciones del Consejo Académico n.º 02 de 2006 y n.º 01 de 2008 y el Acuerdo del Consejo Superior n.º 10 de 2008. Es requisito indispensable la inscripción y el pago adicional de la modalidad definida y aprobada por el respectivo Consejo de Facultad, conforme a lo dispuesto en la Resolución del Consejo Académico n.º 01 de 2008, Artículo 1, literal D): Efectuar el pago de la opción de grado.