



Profesional en
PUBLICIDAD
en Medios Digitales



Descripción del programa

El programa se denomina: Publicidad en Medios Digitales, pues los entornos digitales y la cuarta revolución industrial representan retos para el publicista en esta nueva era, en la que las organizaciones, las marcas, las agencias y las personas integran las tecnologías digitales con las análogas.

La integración de los dos entornos, involucra dos realidades; una, en el entorno análogo y otra en lo digital. La publicidad se desarrolla en ambos entornos por lo cual el publicista debe conocer la fundamentación teórica propia del campo profesional y las tecnologías con las que sus propuestas publicitarias se integran al entorno para el que fueron diseñadas. La metodología propia de la profesión se fundamenta en la capacidad del publicista para analizar un contexto, proponer y ejecutar soluciones publicitarias a problemáticas en los entornos mencionados.

Integrar el pensamiento crítico, estratégico, creativo e innovador de tal manera que le permita desempeñarse con la suficiente argumentación y visión en el análisis y solución de problemas relacionados con la publicidad y sus diferentes campos de acción.

Crear, innovar, adecuar enfoques, tecnologías y estrategias para el manejo pertinente de los mensajes publicitarios en los medios análogos y digitales, de acuerdo a los contextos de actuación.

Interpretar y analizar la realidad de la comunidad a partir de sus particularidades sociales, culturales, económicas y tecnológicas. Disponer de una actitud crítica frente a la vida y sensibilidad social necesaria para profesar un profundo respeto por la dignidad humana, asumiendo actitudes militantes de solidaridad, racionalidad y cooperación, de ayuda al bien común, teniendo en cuenta los pilares fundamentales de la facultad, conformados por la estética, el pluralismo, el humanismo ecológico, la convivencia y la paz.

Tener actitud y capacidad investigativa, creativa, innovadora y emprendedora para la identificación y el desarrollo de nuevas organizaciones con fines comerciales y/o sociales, que brinden soluciones a las diversas problemáticas del contexto que generen impacto en la sociedad y el medio ambiente. Construyendo marcas para el consumidor ciudadano con una postura crítica frente a las diferentes problemáticas sociales y ambientales.

Por lo cual en la Universidad Autónoma de Occidente, se espera a través de este programa vanguardista formar personas éticas y socialmente responsables, profesionalmente competentes para trabajar en la planificación, producción, construcción de contenidos interactivos, circulación y evaluación de estrategias publicitarias en diferentes plataformas análogas y digitales, pertinentes, efectivas, con impacto en el entorno, que cumplan con fines tácticos contribuyendo a los objetivos estratégicos de las organizaciones.



TOTAL CRÉDITOS
144 créditos

TOTAL ASIGNATURAS
47 asignaturas

Perfil del estudiante

El profesional del Programa de Publicidad en Medios Digitales, tiene las competencias socio afectivas (saber ser y saber convivir), estratégicas, creativas y tecnológicas (saber conocer y hacer), y los elementos teóricos conceptuales necesarios para resolver problemáticas de publicidad de manera fundamentada.

Por lo tanto, cuenta con las capacidades de diagnosticar necesidades y motivaciones, a través de la apropiación de métodos de investigación en la comunidad y el contexto, identificando sus problemáticas, necesidades, expectativas, las interacciones simbólicas, la forma de percepción de mensajes y el uso social que se le da a los mismos, para brindar soluciones publicitarias a la comunidad y las organizaciones, como apoyo al cumplimiento de sus objetivos.

Para ello, como campo de formación interdisciplinar, integra factores y conceptos de la estética, el arte, la comunicación, la semiótica, la antropología, la sociología y la psicología entre otras, para comprender la actividad publicitaria en los procesos culturales como elemento fundamental para el desarrollo de estrategias publicitarias digitales y análogas, llegando a una conceptualización creativa congruente con las necesidades de la sociedad.





Plan de estudios

Big Data y Análisis Estratégico de Mercado y Consumidor - 3 créditos

Comunicación Oral y Escrita - 4 créditos

Construcción de Marca - 3 créditos

Creatividad en el Mensaje Publicitario - 3 créditos

Diseño Publicitario - 3 créditos

Diseño Web Publicitario - 3 créditos

Electiva - 3 créditos

Electiva de Lectura y Escritura - 2 créditos

Electiva de Merchandising - 3 créditos

Electiva en Ciencias Sociales - 3 créditos

Electiva en Emprendimiento e Innovación - 3 créditos

Electiva en Narrativa Transmedia - 3 créditos

Electiva Posgrado - 3 créditos

Electiva Publicidad Digital - 3 créditos

Electiva Publicidad, Estudios Culturales y Consumo - 2 créditos

Electiva Social Media - 3 créditos

Estrategia de Posicionamiento Digital - 3 créditos

Estrategia y Planificación de Medios - 3 créditos

Ética y autorregulación publicitaria - 3 créditos

Formación Ciudadana I: Identidades y pluralismo - 3 créditos

Formación Ciudadana II: Sociedad y Estado - 3 créditos

Formación Ciudadana III: Paz y Convivencia - 3 créditos

Fotografía Publicitaria - 3 créditos

Fundamentos de Publicidad - 3 créditos

Fundamentos en Medios Online y Offline - 2 créditos

Gerencia Publicitaria - 3 créditos

Gráfica Digital - 3 créditos

Inglés I - 3 créditos

Inglés II - 3 créditos

Inglés III - 3 créditos

Inglés IV - 3 créditos

Inglés V - 3 créditos

Investigación y Creación Publicitaria - 3 créditos

Marketing y Publicidad - 3 créditos

Práctica Profesional - 6 créditos

Publicidad Interactiva - 3 créditos

Publicidad para E-Commerce - 3 créditos

Publilab - Análisis de Contexto - 4 créditos

Publilab - Creatividad y Creación de Contenidos Digitales - 4 créditos

Publilab - Soluciones Estratégicas - 4 créditos

Seminario de Creación - 3 créditos

Seminario de Estética - 3 créditos

Seminario de Investigación e Innovación - 3 créditos

Seminario de Pensamiento Crítico - 3 créditos

Seminario de Trabajo de Grado - 3 créditos

Seminario en Proyección Laboral - 2 créditos

Semiótica en Publicidad - 3 créditos