LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN

EDUCEM
INSTITUTO UNIVERSITARIO DEL CENTRO DE MÉXICO



MODALIDAD

PRESENCIAL: LUNES A VIERNES
EJECUTIVA: SÁBADOS

PLAN DE ESTUDIO
CUATRIMESTRAL

01
- ADMINISTRACIÓN I
- INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD
- INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN
- LINGÜÍSTICA Y REDACCIÓN

02
- ADMINISTRACIÓN II
- PUBLICIDAD
- TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN
- INFORMÁTICA I

03
- MATEMÁTICAS I
- PUBLICIDAD SOCIAL Y COMERCIAL
- COMUNICACIÓN INTERPERSONAL
- INFORMÁTICA II
- INGLÉS I

04
- MATEMÁTICAS II
- MEDIOS PUBLICITARIOS
- COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
- DISEÑO DIGITAL I
- INGLÉS II

05
- MERCADOTECNIA
- MEDIOS INTERACTIVOS
- COMUNICACIÓN MASIVA
- DISEÑO DIGITAL II
- INGLÉS III

06
- MERCADOTECNIA DIGITAL
- DISEÑO PUBLICITARIO
- PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
- NUEVAS TECNOLOGÍAS WEB
- INGLÉS IV

07
- MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA
- CAMPAÑA PUBLICITARIA
- SEMIÓTICA
- DISEÑO DE OBJETOS 3D
- INGLÉS V

08
- PRODUCCIÓN DE GUIONES
- FOTOGRAFÍA
- RADIO I
- DISEÑO MULTIMEDIA
- INGLÉS VI

09
- TALLER DE CONDUCCIÓN
- FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA
- RADIO II
- INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE MERCADOS

10
- RELACIONES PÚBLICAS
- CONTRATO PUBLICITARIO
- TELEVISIÓN I
- INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE MERCADOS

11
- OPINIÓN PÚBLICA
- IMAGEN CORPORATIVA
- TELEVISIÓN II
- SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

12
- MARCO LEGAL DE LA PUBLICDAD Y LA COMUNICACIÓN
- EMPRENDIMIENTO
- ÉTICA PROFESIONAL
- SEMINARIO DE TITULACIÓN

INSTITUTO UNIVERSITARIO DEL CENTRO DE MÉXICO

LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN

TODOS LOS PLANES Y PROGRAMAS EN PROCESO DE REGISTRO O NUEVOS PLANTELES ANTE LA SEP, TIENEN EL ESTATUS DE ESTUDIOS SIN RECONOCIMIENTO DE VALIDEZ OFICIAL HASTA QUE LA AUTORIDAD LO DETERMINE. CONFORME AL ACUERDO 17/11/17. VERIFICAR LOS PLANES CON RVOE EN HTTPS://EDUCEM.MX/RVOES/

ESTE PROGRAMA ES UNA REPRESENTACIÓN GENERALIZADA INFORMATIVA NO OFICIAL DEL PLAN DE ESTUDIOS; PARA CADA RVOE Y CADA PLANTEL EXISTE UN PROGRAMA ESPECÍFICO Y SE PROPORCIONA EL PRESENTE COMO UN EJEMPLO GENERAL.

PERFIL DE EGRESO

EL EGRESADO DE LA LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DISEÑARÁ E IMPLEMENTARÁ ESTRATEGIAS Y PLANES DE MERCADOTECNIA PARA LA GENERACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE ALTO IMPACTO QUE ENTRETENGAN, INFORMEN Y EDUQUEN, TENIENDO COMO BASE EL ANÁLISIS Y PRONÓSTICO PARA LA SOLUCIÓN DE DEMANDAS EN EL MERCADO.

-DE FUNDAMENTOS Y PROCESOS BÁSICOS DE LA ADMINISTRACIÓN CON LA FINALIDAD DE DESARROLLAR SUS HABILIDADES DIRECTIVAS Y DE ORGANIZACIÓN.
-LAS BASES DE LA COMUNICACIÓN, CARACTERÍSTICAS, FORMAS, TIPOS, TEORÍAS QUE LA EXPLICAN, SU INTERACCIÓN CON EL LENGUAJE, Y LA INTERRELACIÓN DE ÉSTA CON LA PUBLICIDAD, LA MERCADOTECNIA Y LA DINÁMICA DE MASAS.
-DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL, Y EL PAPEL DE LA PERSONALIDAD EN LA CONCRECIÓN DE PROCESOS DE COMUNICACIÓN EXITOSOS.
-DE MERCADOTECNIA, SUS BASES, PRINCIPIOS, TEORÍAS, PROCESOS Y ALCANCES, EN LAS MODALIDADES CONVENCIONALES COMO EN LA MODALIDAD DIGITAL, SUS RECURSOS DE DESARROLLO Y MÉTRICAS.
-DE LAS TEORÍAS QUE EXPLICAN LA OPINIÓN PÚBLICA, SU EVOLUCIÓN HISTÓRICA, SUS REPERCUSIONES Y LAS TÉCNICAS PARA SU INVESTIGACIÓN Y MEDICIÓN.
-PARA LA ADMINISTRACIÓN BÁSICA DE EMPRESAS, PROCESOS Y CAMPAÑAS EN EL CAMPO DE LA PUBLICIDAD Y LA COMUNICACIÓN.
-DE RESPONSABILIDAD Y COMPROMISO CON EL TRABAJO CREATIVO INDIVIDUAL Y COLECTIVO

CAMPO LABORAL

-AGENCIAS DE PUBLICIDAD.
-DEPARTAMENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.
-INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.
-DEPARTAMENTOS DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA.
-PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA.
-CONSULTORÍA DE MARKETING Y PUBLICIDAD.

APOYAMOS *Tu proyecto* DE VIDA