

PUBLICIDAD (*)

I SEMESTRE	II SEMESTRE	III SEMESTRE	IV SEMESTRE	V SEMESTRE	VI SEMESTRE	VII SEMESTRE	VIII SEMESTRE
Fundamentos de la Publicidad	Publicidad Estratégica	Taller Publicitario I (Producto)	Taller Publicitario II (Social)	Taller Publicitario III (Servicio y Retail)	Taller Publicitario IV (Integral)	Gestión de Cuentas	Taller de Título
Fundamentos de Comunicación	Comunicación Estratégica	Redacción Creativa I	Redacción Creativa II	Dirección Creativa	Taller Creativo	Gestión y Emprendimiento	Taller Campaña II
Pensamiento Creativo	Método Creativo Aplicado	Dirección de Arte I	Dirección de Arte II	Ética Publicitaria	Economía y Negocios	Taller Campaña I	Inglés II
Computación Gráfica I	Computación Gráfica II	Computación Gráfica III	Taller Audiovisual	Trade Marketing y BTL	Marketing Relacional y Promociones	Taller de Book y Portafolio	Práctica Profesional
Fundamentos del Marketing	Conducta del Consumidor	Marketing Estratégico	Marketing Digital	Investigación del Mercado	Taller de Medios	Inglés I	
Cultura y Tendencias	Medios de Comunicación	Planificación de Medios	Estrategia de Medios				

DESCRIPCIÓN DE LA CARRERA



La carrera se concentra en dar soluciones a las problemáticas en las nuevas tendencias de la comunicación, conocimiento y decisiones de los consumidores, o desafíos de los mercados que necesitan comunicar sus productos y servicios. El plan de estudios está orientado en tres líneas de especialidad: estrategia y marketing, medios y creatividad. Esto tiene como propósito formar un publicista integral, con competencias que respondan a todas las exigencias del mercado.

PERFIL DE EGRESO

El egresado conoce y maneja el negocio de los clientes-empresas y sus diferentes necesidades. Obtiene información a través de la investigación de mercados. Puede diseñar, planificar, ejecutar y evaluar campañas publicitarias. Su formación profesional le permite gestionar y dar una visión estratégica a través del uso de diversas técnicas y herramientas para implementar ideas que alcancen los resultados solicitados por un cliente. El profesional de Publicidad tiene un pensamiento estratégico y creativo, está orientado al trabajo en equipo, puede liderar, administrar y coordinar equipos de trabajo para vincular el desarrollo estratégico y las propuestas creativas con los objetivos planteados.

CAMPO LABORAL

El publicista de IPCHILE podrá desempeñarse en agencias de publicidad, de promociones, medios de comunicación, empresas de investigación de mercados, agencias de medios, digital y marketing. Podrá trabajar en empresas públicas y privadas. Además, puede desarrollar y ejercer de manera independiente, dirigiendo sus propios proyectos publicitarios y comunicacionales.