

Licenciatura en Publicidad

Modalidad escolarizada.

Perfil de egreso

El egresado será capaz de crear, dirigir y administrar programas de publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas para responder a las necesidades de las organizaciones, los clientes y sus públicos, en un entorno mercadológico, asumiendo un compromiso social con ética profesional.

Campos de acción

- Relaciones públicas
- Agencias de publicidad
- Mercadotecnia de cualquier tipo de organizaciones
- Profesionista independiente que desarrolla programas y estrategias de publicidad
- Relaciones públicas y promoción de ventas

Proceso de admisión

- Asistir al Centro de Admisión UNIVA (CAU) / llevar copia del CURP
- Proporcionar los datos para la asignación de matrícula
- Cubrir el monto del costo del trámite de admisión en caja del CAU o en BANAMEX
- Realizar exámenes
- Consultar resolución del dictamen en la página www.univa.mx/sedes/guadalajara/oferta-academica/licenciatura/dictamen-de-admitidos

Nota: El trámite de admisión no es reembolsable.

La inscripción tampoco lo será después de la fecha límite de pago
Cuotas sujetas a cambios sin previo aviso.

**"Saber más,
para ser
más"**



Plan de Estudios

Licenciatura en Publicidad

Área Básica Común Universitaria

- Autogestión del aprendizaje
- Gestión del conocimiento y la información
- Taller de habilidades comunicativas
- Antropología filosófica
- Ética
- Desarrollo integral y compromiso social
- Introducción al pensamiento cristiano
- Gestión de proyectos
- Taller de gestión de proyectos
- Taller de inserción laboral
- Desarrollo físico y artístico I
- Desarrollo físico y artístico II
- Lengua extranjera I
- Lengua extranjera II
- Lengua extranjera III
- Lengua extranjera IV
- Lengua extranjera V
- Lengua extranjera VI
- *Business English I*
- *Business English II*

Área Básica Interdisciplinaria

- Marco legal de la empresa
- Matemáticas
- Gestión administrativa
- Fundamentos de mercadotecnia
- Estadística descriptiva
- Teorías de la comunicación
- Bases del diseño digital
- Bocetaje y proyección axonométrica
- Fotografía
- Entorno jurídico de la publicidad
- Comportamiento del consumidor
- Investigación de mercados cuantitativa y cualitativa
- Fundamentos de la publicidad
- Relaciones públicas y protocolo
- Tipografía
- Dibujo básico y antropométrico

Área de Formación Profesional

- Taller en medios audiovisuales
- Taller en medios auditivos
- Fotografía publicitaria
- Taller de medios impresos y digitales
- Diseño web multiplataforma
- Estrategias de persuasión
- Desarrollo de nuevos productos, envases y embalajes
- *Branding y Merchandising*
- Semiótica de la imagen
- Promoción, estrategias de ventas y negociación
- Publicidad internacional
- Publicidad social y política
- Mercadotecnia de servicios
- Nuevas tendencias de la publicidad
- Plan de mercadotecnia
- Estrategias de segmentación y posicionamiento
- Edición de imágenes digitales
- Modelos tridimensionales aplicados
- Apreciación estética
- Metodología de la investigación en ciencias comunicacionales
- Seminario de investigación en ciencias comunicacionales
- Prácticas de vinculación en publicidad
- Tópicos actuales en publicidad

Optativas Especializantes

- Optativa especializante I
- Optativa especializante II
- Optimización de recursos
- Filosofías de la calidad
- Fundamentos filosóficos y antropológicos de la educación
- Teorías y modelos educativos
- Liderazgo y *coaching*
- Estadística
- Administración estratégica