



## Publicidad

### Duración

4 años y medio.

### Grado Académico

Licenciado en  
Comunicación Publicitaria.

### Título Profesional

Publicista.

### Información

No acreditada

En proceso de evaluación

información reportada al 11 de nov. de 2016  
mayor información en [www.usach.cl/acreditacion](http://www.usach.cl/acreditacion)

Código DEMRE 16066

utilízalo para postular

**6** años  
universidad  
acreditada



Área de Gestión Institucional  
Área de Decanato de Pregrado  
Área de Investigación  
Área de Decanato de Postgrado  
Área de Vinculación con el Medio  
Hasta septiembre de 2020

## Formando personas transformando país

### En la carrera de Publicidad

Serás parte de una formación profesional de la disciplina de la comunicación persuasiva y publicitaria, la cual posee una orientación integral, pluralista, multidisciplinaria, con solidez ética y sensibilidad social. Esto, en un contexto de tradición histórica de excelencia académica y rigor metodológico; que te permitirá desarrollar un pensamiento creativo y estratégico aplicado para la resolución de complejos desafíos comunicacionales tanto en el ámbito del bienestar social, político, económico y organizacional, a fin de desempeñarte en el campo laboral que se detalla a continuación.

Estudiarás en la carrera de Publicidad más antigua de Chile, con más de 73 años de trayectoria.

### Campo Ocupacional

Podrás ejercer como un profesional de la publicidad y la persuasión capaz de liderar creativa y estratégicamente proyectos comunicaciones con el objetivo social y comercial, equipos, en agencias de publicidad, departamentos de comunicación, de asuntos públicos, grupos multidisciplinarios y también, desarrollar libremente la profesión, asesorando distintas áreas del sector productivo y de servicios de organizaciones públicas o privadas.

También, podrás gestionar proyectos de negocios o socioculturales en el campo del marketing, la comunicación publicitaria, estratégica, corporativa e imagen corporativa con una sólida base de responsabilidad social y de ética profesional. Así también, serás capaz de ejecutar metodológicamente la realización de estrategias comunicacionales, creativas, de medios y marketing para campañas y otras propuestas publicitarias y persuasivas encomendadas por las diversas empresas públicas y privadas, con la finalidad de garantizar el logro de los objetivos planteados y de asegurar la calidad del proceso de comunicación publicitaria.

Crear proyectos de producción de comunicación audiovisual, multimedia, gráfica, fotográfica, radial, eventos especiales, marketing digital, en internet y sus servicios, y en otros medios de comunicación aplicando metodologías innovadoras, acordes con las necesidades y objetivos de los clientes, así como con los requerimientos de la comunicación en el mundo actual y evaluando los objetivos alcanzados.

Malla Curricular • Me gusta • Compartir

Ciclo Común				Ciclo Disciplinario			Ciclo Profesional	
1° Año		2° Año		3° Año		4° Año		5° Año
Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5	Semestre 6	Semestre 7	Semestre 8	Semestre 9
Pensamiento Histórico Social Contemporáneo	Estadística Aplicada	Inglés Relacional	Inglés Disciplinario Avanzado	Creación y Producción de Radio y Sonido	Introducción a la investigación	Metodología de Investigación	Ética Profesional	Laboratorio de Título
Inglés Instrumental	Inglés Disciplinario	Creación y Producción Fotografía Publicitaria	Creación y Producción Musical Publicitaria	Comunicación e Ideología	Creación y Producción Audiovisual	Creación y Producción Multimedia	Seminario de Investigación	Práctica Profesional
Taller Formativo de Iniciación Universitaria	Sujeto, Individuo y Sociedad	Comunicación y Sociedad	Comunicación Persuasiva	Estrategia de Medios	Comunicación Política	Comunicación Corporativa	Comunicación Estratégica	
Creación y Producción Imagen Visual	Creación y Producción Visual Aplicada	Marketing Estratégico	Investigación de Mercado	Planificación y Gestión de Negocios Publicitarios	Gestión de Medios	Gestión de Cuentas	Dirección de Cuentas	
Teoría de la Argumentación	Marketing Digital	Semiótica General	Diseño y Comunicación Visual	Semiótica de la Imagen	Evaluación de Proyectos	Dirección de Medios	Dirección Creativa	
Marketing	Fundamentos del Arte	Metodología de la Creatividad	Gestión de la Creatividad	Lenguaje Narrativo	Branding	Laboratorio de Dirección en Comunicación Estratégica	Laboratorio de Consultoría Profesional	
Laboratorio de Iniciación en Comunicación Publicitaria	Laboratorios de Proyectos Publicitarios	Laboratorio de Campañas de Publicidad	Laboratorio de Imagen y Comunicación de Marca	Laboratorio Interdisciplinario de Comunicación Publicitaria	Laboratorio de Comunicación Corporativa			

Nota: El plan de estudio podrá ser modificado en función del mejoramiento continuo de la carrera.