



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.



PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES

MODALIDAD VIRTUAL HepLatam (HL)

es en la

PÉNSUM 2024



- 3 CRÉDITOS Big Data y Análisis Estratégico de Mercado y Consumidor
- 4 CRÉDITOS Comunicación Oral y Escrita
- 3 CRÉDITOS Construcción de Marca
- 3 CRÉDITOS Creatividad en el Mensaje Publicitario
- 3 CRÉDITOS Diseño Web Publicitario
- 3 CRÉDITOS Electiva
- 2 CRÉDITOS Electiva de Lectura y Escritura
- 3 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 Digital, Estudios Culturales y Consumo
- 3 CRÉDITOS Electiva Social Media
- 3 CRÉDITOS Estrategia de Posicionamiento Digital
- 3 CRÉDITOS Estrategia y Planificación de Medios
- 3 CRÉDITOS Ética y autoregulación Publicitaria
- 3 CRÉDITOS Formación Ciudadana 1: Identidades y Pluralismo
- 3 CRÉDITOS Formación Ciudadana 2: Sociedad y Estado
- 3 CRÉDITOS Formación Ciudadana 3: Paz y Convivencia
- 3 CRÉDITOS Fotografía Publicitaria
- 3 CRÉDITOS Fundamentos de Publicidad
- 2 CRÉDITOS Fundamentos en Medios Online y Offline
- 3 CRÉDITOS Gerencia Publicitaria
- 3 CRÉDITOS Gráfica Digital

- 3 CRÉDITOS Inglés 1
- 3 CRÉDITOS Inglés 2
- 3 CRÉDITOS Inglés 3
- 3 CRÉDITOS Inglés 4
- 3 CRÉDITOS Inglés 5
- 3 CRÉDITOS Investigación y Creación Publicitaria
- 3 CRÉDITOS Marketing y Publicidad
- 6 CRÉDITOS Práctica Profesional
- 3 CRÉDITOS Publicidad Interactiva
- 3 CRÉDITOS Publicidad para E-Commerce
- 4 CRÉDITOS Publilab - Análisis de Contexto
- 4 CRÉDITOS Publilab - Creatividad y Creación de Contenidos Digitales
- 4 CRÉDITOS Publilab - Soluciones Estratégicas

- 3 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
- 2 CRÉDITOS Seminario en Proyección Laboral
- 3 CRÉDITOS Semiótica en Publicidad

*Este listado corresponde a la totalidad de asignaturas por cursar. La secuencia de cursado varía de acuerdo con el calendario académico y tu fecha de inicio de clases.