



## CARRERA

MARKETING  
& PUBLICIDAD

El egresado del Programa de Estudios de Marketing y Publicidad fusiona las habilidades de implementación estratégica de campañas de marketing y publicidad con la gestión de equipos multidisciplinares.

Analiza información de mercado, identificando las necesidades y oportunidades del cliente mediante herramientas innovadoras. Además, se destaca por su dominio en la dirección creativa y estratégica publicitaria, integrando la analítica digital para decisiones eficientes. Gestiona y lidera equipos de trabajo enfocados en el proyecto con profesionalismo y disciplina.

Asimismo, se comunica de forma oral o escrita, de manera efectiva con sus interlocutores; colabora con las actividades de su equipo participando con liderazgo y ética, planificará y gestionará recursos de diversa índole orientada al logro de objetivos organizacionales en su campo laboral utilizando para ello metodologías de investigación e innovación, resolución de problemas y pensamiento crítico en el ámbito del marketing y la publicidad.

ÁREAS DE  
DESEMPEÑO

ÁREA DE  
MARKETING  
DIGITAL.

ÁREA DE GESTIÓN  
DE CUENTAS EN  
AGENCIAS DE  
PUBLICIDAD Y  
MARKETING.

ÁREA DE DIRECCIÓN  
DE SU PROPIA EMPRESA  
O AGENCIA DE  
MARKETING Y  
PUBLICIDAD.

ÁREA DE  
MEDIOS DIGITALES.

ÁREA DE PLANNING  
EN AGENCIAS DE  
PUBLICIDAD.

TERMINA EN  
4 AÑOS

## MÓDULO 1

SOPORTE EN  
ANÁLISIS DE  
MERCADO.

## MÓDULO 2

EJECUCIÓN DE  
ESTRATEGIAS DE  
MARKETING.

REALIZADOS LOS  
CUATRO  
MÓDULOS SE  
OBTIENE EL:

GRADO DE  
BACHILLER EN  
MARKETING Y  
PUBLICIDAD Y EL  
TÍTULO DE  
PROFESIONAL EN  
MARKETING Y  
PUBLICIDAD.

## MÓDULO 3

GESTIÓN  
ESTRATEGICA  
DE MARKETING

## MÓDULO 4

PLANIFICACIÓN Y  
DIRECCIÓN DE  
ESTRATEGIAS  
PUBLICITARIAS.

## MALLA CURRICULAR

<p>Ciclo</p> <p><b>1</b></p> <p>Soporte en análisis de mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS PARA LA INVESTIGACIÓN</li> <li>LECTURA COMPRENSIVA Y ESCRITURA</li> <li>INTERPRETACIÓN Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS BÁSICOS DE ESPACIO Y FORMA</li> <li>DESARROLLO DE HABILIDADES INTRAPERSONALES</li> <li>FUNDAMENTOS DE MARKETING</li> <li>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</li> <li>COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR</li> </ul>	<p>Ciclo</p> <p><b>2</b></p> <p>Soporte en análisis de mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SEMINARIO SOBRE TECNOLOGÍA E INTELIGENCIA ARTIFICIAL</li> <li>LECTURA CRÍTICA Y ARGUMENTACIÓN</li> <li>ESTRATEGIAS DE RESOLUCIÓN MATEMÁTICA APLICADAS AL DISEÑO</li> <li>MARKETING RELACIONAL Y CUSTOMER EXPERIENCE</li> <li>TECNICAS Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACION COMERCIAL</li> <li>FUNDAMENTOS ESTADÍSTICOS PARA EL ANÁLISIS DE MERCADO</li> <li>EFSRT 1: PLAN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</li> </ul>	<p>Ciclo</p> <p><b>3</b></p> <p>Ejecución de estrategias de marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN</li> <li>DESARROLLO PROFESIONAL</li> <li>PROCESO CREATIVO</li> <li>BRANDING Y ESTRATEGIA DE PRODUCTO</li> <li>MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL</li> <li>ESTRATEGIA DE PRECIOS</li> <li>INVESTIGACIÓN ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CIUDADANA</li> </ul>
<p>Ciclo</p> <p><b>4</b></p> <p>Ejecución de estrategias de marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SEMINARIO SOBRE RETOS Y REFLEXIONES SOCIALES</li> <li>DESARROLLO DE HABILIDADES INTERPERSONALES</li> <li>ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA</li> <li>COSTOS Y PRESUPUESTOS</li> <li>FUNDAMENTOS DE DISEÑO GRÁFICO</li> <li>METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN ARTES VISUALES</li> <li>EFSRT 2: PLAN DE CREACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS O SERVICIOS</li> </ul>	<p>Ciclo</p> <p><b>5</b></p> <p>Gestión estratégica de marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ARTE Y DISEÑO PARA EL CAMBIO SOCIAL</li> <li>REDACCIÓN CREATIVA</li> <li>E-COMMERCE Y MOBILE MARKETING</li> <li>ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN</li> <li>MARKETING DE SERVICIOS</li> <li>MARKETING ESTRATÉGICO</li> <li>ANÁLISIS CRÍTICO Y COLABORACIÓN CREATIVA</li> </ul>	<p>Ciclo</p> <p><b>6</b></p> <p>Gestión estratégica de marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>TECNOLOGÍAS EMERGENTES Y ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN</li> <li>ESTRATEGIA DE PLAZA Y DISTRIBUCIÓN</li> <li>PLAN DE MARKETING</li> <li>PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES</li> <li>DISEÑO EXPERIMENTAL Y METODOLOGÍAS CRÍTICAS</li> <li>EFSRT 3: PROYECTO DE APLICACIÓN EMPRESARIAL</li> </ul>
<p>Ciclo</p> <p><b>7</b></p> <p>Planificación y dirección de estrategias publicitarias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y RETOS CULTURALES NACIONALES</li> <li>ANÁLITICA DIGITAL</li> <li>PRODUCCION FOTOGRAFICA PUBLICITARIA</li> <li>ESTRATEGIA DIGITAL PUBLICITARIA</li> <li>DIRECCIÓN CREATIVA PUBLICITARIA</li> <li>DESARROLLO INTEGRAL DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN</li> </ul>	<p>Ciclo</p> <p><b>8</b></p> <p>Planificación y dirección de estrategias publicitarias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>CREATIVIDAD, INNOVACIÓN Y DESAFÍOS GLOBALES</li> <li>MÉTRICAS PARA CAMPAÑAS</li> <li>LESEGUIMIENTO PUBLICITARIA Y COMERCIAL</li> <li>PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA CONTENIDO</li> <li>DIRECCIÓN Y ESTRATEGIA DE CUENTAS</li> <li>EFSRT 4: PROYECTO DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL</li> </ul>	

## Leyenda

## CURSOS ASINCRÓNICOS:

- Electivos temáticos
- Idiomas
- Seminarios temáticos

## CURSOS SINCRÓNICOS:

- Técnico disciplinares
- Integración y medición
- Competencias core
- Investigación

