

01 SEMESTRE	02 SEMESTRE	03 SEMESTRE	04 SEMESTRE	BACHILLERATO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN				05 SEMESTRE	06 SEMESTRE	07 SEMESTRE	08 SEMESTRE	09 SEMESTRE			
ECOSISTEMA DIGITAL	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA	RETÓRICA Y POÉTICA DE LA COMUNICACIÓN	MEDIOS, REDES Y PLATAFORMAS	BACHILLERATO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	NARRACIÓN Y PUBLICIDAD	MARCAS Y NARRACIÓN ESTRATÉGICA	ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DE MEDIOS	LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y MARKETING	ANTROPOLOGÍA DEL CONSUMO Y DEL CONSUMIDOR	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	ALTO RENDIMIENTO CREATIVO	TÍTULO PROFESIONAL DE PUBLICISTA	PRÁCTICA PROFESIONAL		
STORYTELLING	NARRACIÓN GRÁFICA	NARRACIÓN AUDIOVISUAL	NARRACIÓN TRANSMEDIA		TALLER DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL	TALLER DE ALFABETIZACIÓN MEDIAL	AUDIENCIAS		METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	TALLER DE CAMPAÑAS MASIVAS	TALLER DE CAMPAÑAS DIGITALES		ALTO RENDIMIENTO ESTRATÉGICO	PROYECTO DE GRADO	PRÁCTICA INTERNA
COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN SOCIAL	COMUNICACIÓN Y PERSUASIÓN SOCIAL	ÉTICA DE LAS COMUNICACIONES	LEGISLACIÓN DE LAS COMUNICACIONES		MARKETING Y ESTRATEGIAS	ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	EMPRENDIMIENTO		ESTRATEGIA CORPORATIVA	CREACIÓN APLICADA I	CREACIÓN APLICADA II		CREACIÓN APLICADA III	MARKETING INTERNO	
INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	PENSAMIENTO SISTÉMICO	INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES	BRANDING		MARKETING Y ESTRATEGIAS	ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	EMPRENDIMIENTO		ESTRATEGIA CORPORATIVA	CREACIÓN APLICADA I	CREACIÓN APLICADA II		CREACIÓN APLICADA III	MARKETING INTERNO	
HABILIDADES DE FORMACIÓN INICIAL	ELECTIVO DE FORMACIÓN INTEGRAL I	ENGLISH I	ENGLISH II		MARKETING Y ESTRATEGIAS	ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	EMPRENDIMIENTO		ESTRATEGIA CORPORATIVA	CREACIÓN APLICADA I	CREACIÓN APLICADA II		CREACIÓN APLICADA III	MARKETING INTERNO	
					ENGLISH III	ELECTIVO DE FORMACIÓN INTEGRAL II									

NOTA: ESTA MALLA CURRICULAR PUEDE ESTAR SUJETA A MODIFICACIONES. SU CONTENIDO ES REFERENCIAL.

■ CURSOS CARRERA ■ FORMACIÓN INTEGRAL

PUBLICIDAD

GRADO ACADÉMICO

• LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN Y MARKETING

TÍTULO PROFESIONAL

PUBLICISTA

DURACIÓN

9 SEMESTRES

DIRECTOR DE CARRERA

JOSE AGUSTIN MUÑIZ

MODALIDAD

PRESENCIAL

ADMISIÓN 2024



UNIVERSIDAD
Gabriela Mistral
Juntos escribimos tu futuro

PUBLICIDAD



UNIVERSIDAD
Gabriela Mistral

Juntos escribimos tu futuro

ADMISIÓN 2024

PUBLICIDAD

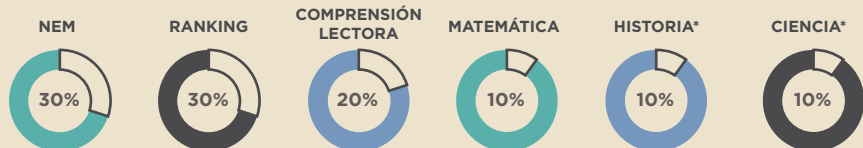
La carrera de Publicidad UGM responde a los propósitos institucionales de entregar una oferta de formación de personas que sean profesionales competentes en el ámbito de las comunicaciones, que se desempeñen de acuerdo a sólidos principios éticos, capaces de una comprensión reflexiva, crítica del entorno y sus procesos de creación, planificación y administración de la disciplina publicitaria.

El publicista de la Universidad Gabriela Mistral no sólo cuenta con todas las competencias que necesita un profesional para desarrollarse en ámbitos de las comunicaciones, marketing, investigación y medios de comunicación, sino también los conocimientos para generar proyectos y emprendimientos profesionales.

PERFIL DE EGRESO

El publicista de la Universidad Gabriela Mistral es un profesional de las comunicaciones sociales que cuenta con una sólida base teórica, práctica, ética y crítica, que le permite comprender los fenómenos comunicacionales sociales y de consumo para la generación de propuestas publicitarias integrales, creativas y persuasivas. El titulado de Publicidad UGM es un profesional íntegro y ético, que cuenta con conocimientos y herramientas para comprender cambios sociales y culturales, brindando propuestas creativas, estratégicas y diferenciadoras a las áreas de marketing que las requieran dentro de cada empresa u organización, abordando aspectos del marketing digital, investigación y desarrollo, comunicaciones corporativas, asuntos públicos o vinculación con el medio de organizaciones públicas o privadas y con o sin fines de lucro.

PONDERACIONES



*Se considera la prueba de mayor puntaje.

REQUISITOS DE INGRESO: 458

CAMPO LABORAL

El campo laboral de un publicista es amplio y especializado, pues existen agencias digitales, agencias de medios, de comunicación estratégica, productoras audiovisuales, empresas de investigación de mercado y medios de comunicación, con áreas de manejo de cuentas, creativas, planificación, medios y producción. En el mundo corporativo y de las organizaciones públicas o privadas trabajan en áreas de marketing, ventas, comunicaciones corporativas, desarrollo, investigación y experiencia. Un ámbito importante es el ejercicio libre de la profesión, como asesor o consultor de comunicaciones y procesos creativos para empresas, organismos de los poderes del Estado, gobiernos locales, entes reguladores y socializadores, asociaciones gremiales, organizaciones públicas o privadas, con o sin fines de lucro como organizaciones de la sociedad civil, centros de estudios, universidades, iglesias, movimientos y partidos políticos, entre otros.

UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL
AV. ANDRÉS BELLO 1337, PROVIDENCIA
SANTIAGO DE CHILE
TELÉFONO: (56 2) 2414 4170
EMAIL: ADMISION@UGM.CL

UGM.CL

UNIVERSIDAD ACREDITADA



▪ Gestión Institucional
▪ Docencia de Pregrado

Nivel Básico / 3 años
Hasta diciembre 2024