

LISTA DE CURSOS DEL PLAN DE ESTUDIO*

CURSOS DEL BLOQUE DE FORMACIÓN HUMANÍSTICA

EG- I	Curso Integrado de Humanidades I
EG-II	Curso Integrado de Humanidades II
EG-	Curso de Arte
EF-	Actividad Deportiva
RP-	Repertorio
SR-I	Seminario de Realidad Nacional I
SR-II	Seminario de Realidad Nacional II

CURSOS DEL BLOQUE COMÚN DE COMUNICACIÓN

C-0001	Introducción a la Comunicación
C-0002	Producción Verbal
C-0003	Historia de la Comunicación
C-0004	Trayectoria en los Estudios de Comunicación
C-0005	Tendencias Contemporáneas de los Estudios de la Comunicación
C-0006	Técnicas de Relato y Narración
C-0007	Comunicación Gráfica
C-0008	Fotografía
C-0009	Fundamentos de la Comunicación Digital
C-0010	Introducción a la Producción de Televisión y Vídeo
C-0011	Producción Básica de Audio
C-0012	Construcción del Objeto de Investigación
C-0013	Diseño, Construcción de Datos y Análisis Cuantitativo
C-0014	Diseño, Construcción de Datos y Análisis Cualitativo
C-0015	Análisis del Discurso
C-0016	Investigación de Públicos y Audiencias
C-0017	Planificación de la Comunicación
C-0018	Derecho de la Comunicación
C-0019	Módulo Integrador I
C-0020	Módulo Integrador II
F-5664	Ética Profesional para Comunicación
OPT-	Curso Optativo del Área de Ciencias Sociales
OPT-	Curso Optativo del Área de Artes
OPT-	Taller de Aprendizaje Experimental

CURSOS OBLIGATORIOS DE LA CONCENTRACIÓN DE PUBLICIDAD

C-4000	Introducción a la Publicidad
C-4001	Mercadeo
C-4002	Redacción Creativa
C-4003	Matemáticas para Medios
C-4004	Comportamiento del Consumidor
C-4005	Producción Audiovisual Publicitaria
C-4006	Producción Gráfica Publicitaria
C-4007	Pensamiento Estratégico para Publicidad
C-4020	Práctica Profesional en Publicidad

CURSOS OPTATIVOS DE LA CONCENTRACIÓN DE PUBLICIDAD

C-4100	Sociedad Contemporánea y Expresiones Artísticas
C-4101	Industrias de la Comunicación y el Entendimiento
C-4102	Gestión de Procesos Publicitarios
C-4103	Comunicaciones Integradas de Mercado
C-4104	Campañas Publicitarias
C-4005	Producción Audiovisual Publicitaria
C-4006	Producción Gráfica Publicitaria

Para graduarse como bachiller el estudiante debe aprobar 144 créditos, completar 300 horas de Trabajo Comunal Universitario (TCU), cumplir con la asistencia/participación en 50 horas conferencia, tener un nivel intermedio/avanzado de un segundo idioma y cumplir con 320 horas de práctica profesional.

VD-8720-2013

* Durante la matrícula, verifiquen el plan de estudios en la unidad académica o mediante el sistema de matrícula por internet.

Para obtener más información sobre la carrera, diríjase a la secretaría de la Escuela, ubicada en el cuarto piso de la Facultad de Ciencias Sociales, o llame a los teléfonos 2511-6424. Correo electrónico: eccc@eccc.ucr.ac.cr

FICHA PROFESIOGRÁFICA

Publicidad



Universidad de Costa Rica



Centro de Orientación Vocacional-Ocupacional

PRESENTACIÓN

La Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva y la Oficina de Orientación ponen a disposición de la comunidad universitaria y nacional a la presente ficha profesiográfica de la carrera de *Publicidad*.

Este documento, editado con fines de orientación vocacional, contiene la información básica que toda persona interesada en estudiar esta carrera debe conocer.

La carrera de *Publicidad* forma profesionales con capacidad para desarrollar campañas de comunicación e implementarlas estratégicamente. Para ello utilizan los conocimientos construidos en las ciencias sociales y las artes; particularmente, en las ciencias de la comunicación; y específicamente en la profesión publicitaria, las teorías de los lenguajes, la persuasión, la investigación de mercados y las técnicas de comunicación.

HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS DESEABLES

- Disposición para trabajar en equipo.
- Creatividad.
- Iniciativa.
- Curiosidad e interés por el entorno.
- Facilidad de comunicación escrita, oral y audiovisual.
- Disposición para relacionarse de manera asertiva.
- Capacidad de síntesis.
- Interés por la investigación.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Curiosidad y facilidad para trabajar con la tecnología.
- Sentido de la estética.
- Ser observador(a), reflexivo(a) y analítico(a).
- Sensibilidad y compromiso social.

TAREAS TÍPICAS DEL ESTUDIANTE DURANTE LA CARRERA

- Planificación desarrollo, producción y evaluación de campañas publicitarias.
- Investigación de marcas, mercados y audiencias.
- Desarrollo de estrategias creativas y estrategias de medios.
- Elaboración de productos de comunicación para diversos medios en distintos formatos (anuncios impresos, cuñas de radio, anuncios de televisión, entre otros).

PERFIL PROFESIONAL

Esta carrera prepara a los y las profesionales para:

- Estudiar las teorías de publicidad.
- Dominar las teorías y herramientas para administrar una estrategia integrada de mercadeo.
- Aplicar las principales teorías cognitivas y sociales aplicadas al quehacer publicitario.
- Utilizar las tecnologías de la información, sea en sus aspectos teóricos o instrumentales, para lograr los objetivos publicitarios.
- Reconocer los agentes, actores y contextos de la mercadotecnia.
- Dominar las teorías y las herramientas para la planificación e implementación de la estrategia de medios.
- Aplicar los métodos y las técnicas que se utilizan en la investigación de mercados y consumidores.
- Utilizar las técnicas creativas para elaborar mensajes publicitarios en diferentes medios.
- Conocer el desarrollo de las industrias publicitarias y del entretenimiento en Costa Rica y el mundo.
- Complementar su formación con otras áreas del mercadeo, la comunicación y las artes.

MERCADO LABORAL

- Ejercicio independiente de la profesión.
- Agencias de publicidad o comunicación.
- Medios de comunicación.
- Oficinas de promoción o divulgación de entidades públicas o privadas.