

## PERFIL PROFESIONAL

La persona profesional en Publicidad está capacitada 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, tanto en sus aspectos teóricos como instrumentales, para lograr los objetivos publicitarios.
- Reconocer los agentes, actores y contextos de la mercadotecnia.
- Comprender 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.
- Planificar, ejecutar y evaluar propuestas estratégicas para marcas.

## MERCADO LABORAL

- Ejercicio independiente de la profesión.
- Agencias de publicidad y de comunicación, así como digitales y de producción (audiovisual y gráfica).
- Medios de comunicación.
- Oficinas de promoción o divulgación de entidades públicas o privadas.
- Empresas privadas de marcas comerciales.
- Fundaciones y organizaciones sin fines de lucro.
- Agencia de asesoría en mercadeo.

*Versión: Abril, 2022.*

### Contacta a la Escuela

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Colectiva

📍 Dirección: Ciudad de la Investigación,  
Edificio de la Facultad de Ciencias Sociales

☎ Teléfono: 2511- 3600

✉ Correo electrónico: [eccc@ucr.ac.cr](mailto:eccc@ucr.ac.cr)

🌐 Sitio web oficial: <http://eccc.ucr.ac.cr/>

# Publicidad

Ficha Profesiográfica



## Presentación

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

Este documento, editado con propósitos relacionados a la 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 DURANTE LA CARRERA

- Planificar, desarrollar, producir y evaluar campañas publicitarias.
- Investigar marcas, mercados y audiencias.
- Elaborar productos de comunicación para diversos medios en distintos formatos (anuncios impresos, cuñas de radio, anuncios de televisión).
- Desarrollar estrategias de mercadeo, estrategias creativas y estrategias de medios.

*Nota: Para ingresar en esta carrera, el estudiante no debe cumplir con requisitos especiales. Para mayor información, puede consultar en la unidad académica.*