PLAN DE ESTUDIOS PUBLICIDAD INTERNACIONAL

ÁREAS		CICLO BASICO			CICLO PROFESIONAL				CICLO ENFASIS		
		PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	QUINTO	SEXTO	SEPTIMO	OCTAVO	NOVENO	DECIMO
PUBLICIDAD Y CREATIVIDAD	ESTETICA Y DISEÑO	HISTORIA DE LA CREACIÒN ESTETICA 3H / 1C	DISEÑO BÁSICO Introducción Illustrator 4H / 3C	DISEÑO DIGITAL I Illustrator 3H / 2C	DISEÑO DIGITAL II PhotoShop 3H / 3C FOTOGRAFIA PUBLICITARIA 3H / 3C	TECNICAS DE PRODUCCIÒN GRAFICA 3H / 3C ALIANZA ANDIGRAF	DISEÑO PUBLICITARIO 3H / 3C	RADIO Y TELEVISIÒN PUBLICITARIA 3H / 3C	DISEÑO INTERACTIVO Flash 3H / 3C	PRESENTACIÓN PORTAFOLIO	
	COMUNICACIÓN	FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD 3H / 3C	SEMIOTICA 3H / 3C		COPY Y METAMENSAJE 3H / 3C	REDACCION PUBLICITARIA 3H / 3C	CAMPAÑA MEDIOS TRADICIONALES ATL 3H / 3C	TALLER PARA TRADE MARKETING BTL 3H / 3C	CAMPAÑAS Publicitarias Políticas y Sociales 3H / 3C	TALLER CLIENTE REAL 3H / 3C	
	CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA	INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD 3H / 3C	PENSAMIENTO ESTRATEGICO 3H / 2C	ESTRATEGIA CREATIVA 4H / 3C	ESTRATEGIA CREATIVA II 4H / 3C	PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA 4H / 3C		ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS INTERNACIONALES 3H / 3C		PLANNER 3H / 3C	
	MEDIOS	INTRODUCCION A LOS MEDIOS COMUNICACIÓN 3H / 3C				ESTRATEGIA DE MEDIOS 3H / 3C	PLANIFICACION DE MEDIOS 3H / 3C	NEGOCIACIÓN Y LEGISLACIÓN DE MEDIOS 3H / 2C	ELECTIVA EN EXPERIENCIA DE MARCA BRANDING 3H / 2C EFFECTIVENESS 3H / 2C		PRÁCTICA EMPRESARIAL 0 HP / 10C
	CULTURA DEL CONSUMO		PSICOLOGIA DEL COMPORTAMIENTO 3H / 2C	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 4H / 2C	SOCIOLOGIA DEL CONSUMO 3H / 2C		ANTROPOLOGIA DEL CONSUMO 3H / 1C	NEGOCIACIÒN INTERCULTURAL 3H / 2C	ELECTIVA EN CONSUMO MODA Y ESTILOS DE VIDA 3H / 2C	TENDENCIAS DEL CONSUMO 3H / 2C	
ECONÓMICA Y ADMINISTRATIVA		INTRODUCCIÒN A LA ECONOMÌA 4H / 3C		FUNDAMENTOS DE MARKETING 4H / 3C	MEZCLA PROMOCIONAL 3H / 3C			ANALISIS FINANCIERO 4H / 3C	RECURSO HUMANO 3H / 3C	PUBLIC RELATIONS 3H / 3C	CONFLIC RESOLUTION 3H / 3C
			CONTABILIDAD EMPRESARIAL 4H / 3C				PRESUPUESTO PUBLICITARIO 3H / 3C	ADMINISTRACION DE AGENCIAS PUBLICITARIAS 3H / 2C	TALLER DE CREACIÒN DE EMPRESA 3H / 2C	GERENCIA INTERNACIONAL 3H / 3C	SEMINAR MANAGEMENT SKILLS 3H / 3C
CIENTÍFICO INVESTIGATIVA				INVESTIGACIÓN DIRIGIDA 3H / 3C		INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 4H / 3 C	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA 4H / 3 C		INVESTIGACIÓN PUBLICITARIA APLICADA 4H / 3 C		ACREDITAR TRABAJO GRADO 0H / 0C
BÁSICA Y HUMANÍSTICA			MÉTODOS CUANTITATIVOS I 4H / 3C	INFORMÁTICA APLICADA A LA PUBLICIDAD 3H / 2C		ESTADÍSTICA APLICADA 4H / 2C		ACREDITAR EXAMEN TOEFL 0H / 0C			
		CULTURA RELIGIOSA 3H / 2C						ELECTIVA DE HUMANIDADES I LÍNEA 1: ANTROPOLOGÍA I LÍNEA 2: HISTORIA I LÍNEA 3: LITERATURA I LÍNEA 4: ARTE I 3H / 2 C	ELECTIVA DE HUMANIDADES II LÍNEA 1 ETICA LÍNEA 2 HISTORIA II LÍNEA 3 LITERATURA II LÍNEA 4 ARTE II 3H / 2 C	ÉTICA PROFESIONAL PUBLICITARIA 3H / 2 C	
		GRAMÁTICA I 4H / 2C	GRAMÁTICA II 4H / 2C								

THS 198 TCS 170	SEMESTRE I	SEMESTRE II	SEMESTRE III	SEMESTRE IV	SEMESTRE V	SEMESTRE VI	SEMESTRE VII	SEMESTRE VIII	SEMESTRE IX	SEMESTRE X
	TH 23 TC 17	TH 25 TC 18	TH 21 TC 15	TH 19 TC 17	TH 21 TC 17	TH 19 TC 16	TH 25 TC 20	TH 21 TC 18	TH 18 TC 16	TH 6 TC 16

La Universidad se reserva, en todo caso, el derecho de modificar el pénsum cuando lo estime conveniente.