



PLAN DE ESTUDIOS PUBLICIDAD INTERNACIONAL

COMPONENTES	ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICA				ÁREA DE FORMACIÓN DISCIPLINAR				
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX
PERSONAS Y TENDENCIAS (PEOPLE & TRENDS)	Antropología del consumo PUIN0048 3H - 2C	Sociología del consumo PUIN0105 3H - 2C	Psicología del comportamiento MKN0075 3H - 2C	Comportamiento del consumidor PUIN0039 3H - 2C	Cultura Digital PUIN0070 3H - 2C	Tendencia del Consumo PUIN0077 3H - 2C	Electivas People & Trends		
			Metodología de la investigación PUIN0059 3H - 2C	Investigación Cualitativa y Cuantitativa PUIN0110 2H - 2C		Investigación de Mercados PUIN0078 3H - 2C	Comunicación Intercultural PUIN0085 3H - 2C	Moda y Estilo de vida PUIN0046 3H - 2C	
DIGITAL	Introducción al Entorno Digital PUIN0111 2H - 2C	Medios Online PUIN0054 4H - 2C	Analytics PUIN0060 4H - 2C	Creatividad Online PUIN0067 3H - 2C	Digital Click Media PUIN0071 3H - 2C	Social Media PUIN0079 3H - 2C	Digital Advertising PUIN0087 4H - 2C	Effectiveness PUIN0094 3H - 2C	Seminario Taller: Evaluación Certificación IAB Colombia PUIN0101 2H - 1C
NARRACIÓN DE HISTORIAS (Storytelling)		Diseño Básico PUIN0055 4H - 2C	Diseño Digital PUIN0065 4H - 2C	Diseño Publicitario PUIN0114 2H - 2C	Diseño Interactivo PUIN0072 4H - 2C	Experiencia de Usuario PUIN0116 2H - 2C			
	Fundamentos de Comunicación y Publicidad PUIN0052 3H - 2C	El mundo y sus Signos PUIN0113 2H - 2C	Copy y Metamensaje PUIN0062 3H - 2C	Redacción Publicitaria PUIN0068 3H - 2C		Redacción de Contenidos PUIN0081 3H - 2C			Práctica Empresarial PUIN0102 12 C
	Gramática, Lectura y Escritura I DPGR0003 4H - 2C	Gramática, Lectura y Escritura II DPGR0004 4H - 2C		Presentaciones Estadísticas PUIN0108 3H - 1C					
	Historia de la Creación Estética PUIN0112 2H - 2C	Dirección de Arte PUIN0057 3H - 2C		Fotografía Publicitaria PUIN0115 3H - 3C	Narrativas Audiovisuales Publicitarias PUIN0073 4H - 3C	Campañas Off Line PUIN0082 4H - 3C	Campañas On Line PUIN0088 4H - 3C	Workshop Cliente Real PUIN0095 4H - 2C	
PENSAMIENTO ESTRATÉGICO (STRATEGIC THINKING)	Pensamiento Creativo PUIN0051 3H - 2C	Pensamiento Estratégico PUIN0004 4H - 2C	Estrategia Creativa I PUIN1063 2H - 2C		Estrategia Creativa II PUIN0117 2H - 2C	Planificación Estratégica PUIN0109 4H - 2C	Electiva Strategic Thinking 2C Campañas Sociales Sostenibilidad y Política PUIN0089 3H	Electiva Strategic Thinking 2C RP Strategies (Public Relations) PUIN0096 3H	Opción de Grado PUIN0103 5C
					Estrategia y Planificación de Medios PUIN0075 3H - 2C		Workshop Internacional Advertising Strategies I PUIN0118 3H	Workshop Internacional Advertising Strategies II PUIN0107 3H	
								Strategic Planing (Planner) PUIN0098 3H - 2C	
NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTO	Introducción a la Economía DPEC5003 3H - 3C	Fundamentos del Marketing PUIN0058 3H - 2C	Mezcla Promocional PUIN0064 3H - 2C	Branding PUIN0037 3H - 2C	Presupuestos Publicitarios PUIN0076 3H - 2C	Proyecto Empresa PUIN0119 2H - 2C	Proyecto Agencia PUIN0120 2H - 2C		
	Pensamiento Matemático PUIN0053 4H - 2C	Estadística Aplicada DPMT5009 3H - 2C	Informática Aplicada a la Publicidad PUIN0011 3H - 2C				Negociación y Legislación de Medios PUIN0031 3H - 2C	Electiva Libre Interdisciplinaria 2H - 2C	
HUMANÍSTICAS			Cátedra Rodrigo Noguera DPHU0330 4H - 2C	Cultura e Historia de las Religiones DPHU5000 2H - 2C	ELECTIVAS HUMANIDADES		Ética Profesional Publicitaria PUIN0092 3H - 2C	Seminario Hoja de Vida PUIN0099 2H - 1C	
					Humanidades I HUMB 2H - 2C	Humanidades II HUMB 2H - 2C			
CURSOS 71 TOTAL HORAS 204 CRÉDITOS 167	8 CR 24 H 17 C	9 CR 30 H 18 C	9 CR 29 H 18 C	9 CR 24 H 18 C	8 CR 24 H 17 C	9 CR 26 H 19 C	8 CR 26 H 17 C	8 CR 20 H 16 C	3 CR 2H 18 C

El profesional en Publicidad Internacional de la Universidad Sergio Arboleda tiene una formación integral basada en los principios sociales, cristianos y humanísticos que lo hacen un líder con habilidad para conceptualizar y pensar estratégicamente, está capacitado para identificar elementos motivadores, apropiar ideas y transformarlas en comunicaciones publicitarias efectivas fundamentadas en las teorías, herramientas y conceptos estratégicos de la publicidad y los entornos digitales. Lidera equipos creativos y genera acciones de emprendimiento al ser gestor y promotor de su propia empresa. El programa de Publicidad Internacional forma profesionales enfocados en la planeación estratégica, las tendencias, la creatividad y los entornos digitales, ubicados en contextos globales.