



# UNIVERSIDAD CENTRAL

Facultad

FCSHA

Departamento

PUBLICIDAD

Plan de Estudios N°

4021 Y 4022

Nombre del Programa

Publicidad

Espacio Académico (Asignatura)		Tipología (1)		N° Horas Semana	N° Créditos académicos	Requisitos o Correquisitos
Código	Nombre					
40042001	PROCESOS CREATVOS	B		3	3	
43380003	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA	B		3	3	
48001001	TENDENCIAS PUBLICITARIAS	B		3	3	
48001002	TALLER DE DISEÑO BÁSICO	B		6	3	
40000001	CONTEXTO I	B		3	3	
40041089	PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	B		3	3	
48001003	PUBLICIDAD Y CONSUMO	B		3	3	
48001004	FORMATOS DE INFORMACIÓN PUBLICITARIA	B		3	3	
48001000	FOTOGRAFÍA BÁSICA	B		5	3	
	ELECTIVA	L		3	3	
46580125	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	B		3	3	-
40042011	PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR	B		3	3	-
45100006	MATEMÁTICAS (PUBLICIDAD)	B		3	3	-
48001006	FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	B		5	3	<b><u>FOTOGRAFÍA BÁSICA</u></b>



# UNIVERSIDAD CENTRAL

	ELECTIVA	L		3	3	-
40042012	SEMIÓTICA DEL CONSUMO	B		3	3	-
45190015	ESTADÍSTICA (PUBLICIDAD)	B		3	3	<b><u>MATEMÁTICAS (PUBLICIDAD)</u></b>
40041090	TALLER DE PRODUCCIÓN GRÁFICA	B		6	3	-
46580126	PRODUCCIÓN DE AUDIO	B		4	3	-
	ELECTIVA	L		3	3	-
46580134	ESTRATEGIAS DE MEDIOS	B		3	3	<b><u>ESTADÍSTICA (PUBLICIDAD)</u></b>
46580135	PODER E IMAGEN	B		3	3	-
46580122	INVESTIGACIÓN SOCIAL DE MERCADOS	B		3	3	-
46580136	DISEÑO DIGITAL	B		6	3	-
	ELECTIVA	L		3	3	-
48001007	SEMIÓTICA PUBLICITARIA	B		3	3	-
46580123	INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS	B		3	3	-
46580127	PRODUCCIÓN DE TV Y VIDEO	B		5	3	<b><u>PRODUCCIÓN DE AUDIO</u></b>
40000002	CONTEXTO II	B		3	3	-
	ELECTIVA	L		3	3	-
46580131	IMAGEN CONTEMPORÁNEA	B		3	3	-
46580124	INVESTIGACIÓN DE MARCA	B		3	3	-
46580132	DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA	B		6	3	-
46580128	PRODUCCIÓN DE COMERCIALES	B		5	3	<b><u>PRODUCCIÓN DE TV Y VIDEO</u></b>
	ELECTIVA	L		3	3	-
46580133	PLANEACIÓN Y GESTIÓN DE MARCA	B		3	3	-
48001008	SOCIOLOGÍA PUBLICITARIA	B		3	3	-
48001009	INVESTIGACIÓN PUBLICITARIA	B		3	3	-



# UNIVERSIDAD CENTRAL

46580129	DISEÑO Y PRODUCCIÓN MULTIMEDIAL	B		6	3	-
40000004	CONTEXTO III	B		3	3	-
48001010	GESTIÓN DE PROYECTOS PUBLICITARIOS	B		3	3	-
48001011	CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	B		3	3	-
40010010	PRÁCTICA PROFESIONAL	B		6	4	<u>70% de créditos superados</u>
46580130	DISEÑO Y PRODUCCIÓN HIPERMEDIAL	B		6	3	<u>PRODUCCIÓN MULTIMEDIAL</u>
48001012	ÉTICA Y LEGISLACIÓN PUBLICITARIA	B		3	3	
40041094	SEMINARIO DE LÍNEA	B		4	4	
40010011	PROYECTO DE GRADO	B		4	3	
41200001	INGLES I	B		4	2	
41200002	INGLES II	B		4	2	INGLES I
41200003	INGLES III	B		4	2	INGLES II
41200004	INGLES IV	B		4	2	INGLES III

\* A partir de la finalización de espacios académicos el estudiante debe elegir su OPCIÓN DE GRADO

contemplada en la Resolución del Consejo Académico No. 02 de 2006 que define y reglamenta las modalidades permitidas por la Universidad, las cuales se pagarán de forma independiente y según las tarifas establecidas por la Universidad

(1) TIPOLOGÍA	Cr	CÓDIGO
Indispensable	<b>136</b>	B
Electiva	<b>12</b>	L