



¿POR QUÉ ESTUDIAR PUBLICIDAD Y MERCADEO EN LA CUN?

El programa de Mercadeo y Publicidad por ciclos propedéuticos de la CUN, en los niveles de formación Técnico Profesional, Tecnológico y Profesional Universitario, orienta el proceso de formación con valores éticos y sociales para que el estudiante reconozca su entorno y le dé un sentido diferente al aprendizaje desde su propia realidad. Gracias al dominio de los saberes del área de marketing estratégico, el profesional tiene la capacidad de investigar, innovar y desarrollar proyectos que mejoren la realidad social del país con sus propuestas de campaña para abordar temas relacionados a la comunicación transversal de cualquier empresa.

TÉCNICA PROFESIONAL EN PROCESOS COMUNICATIVOS Y COMERCIALES

Resolución 015753 del 18 de diciembre de 2019 SNIES 108560

El Técnico profesional en procesos comunicativos y comerciales de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), es una persona con alto sentido humanístico, pensamiento creativo y estratégico; formado para vincularse al sector empresarial público y privado, apoyando procesos en cargos como: diseñador publicitario, auxiliar en desarrollo de campañas, auxiliar en la ejecución de estrategias de mercadeo, auxiliar en investigaciones de mercado, auxiliar en estrategias en punto de venta, vendedor, asesor comercial, auxiliar de merchandising. Capaz de integrarse a equipos de trabajo interdisciplinarios con creatividad, visión prospectiva y adaptabilidad al cambio.

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMUNICATIVA Y DE MERCADOS

Resolución 014517 del 13 de diciembre de 2019 SNIES 108548

El tecnólogo en Gestión comunicativa y de mercados de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), es una persona con alto sentido humanístico, pensamiento creativo y estratégico; formado para vincularse al sector empresarial público y privado, gestionando procesos en cargos como: jefe/coordinador, supervisor, asistente, creativo, ejecutivo que involucre acciones de mercadeo y comunicación, diseño e investigación. Capaz de integrarse a equipos de trabajo interdisciplinarios con creatividad, visión prospectiva y adaptabilidad al cambio.

PUBLICIDAD Y MERCADEO

Resolución 014518 del 13 de diciembre de 2019 SNIES 108549

La formación del profesional de Publicidad y Mercadeo de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), se orienta a desarrollar el espíritu emprendedor e investigativo que le haga capaz de identificar las necesidades del consumidor, desarrollar un pensamiento estratégico, analítico y contextualizado, que le permitan impulsar la demanda de bienes y/o servicios a través de propuestas innovadoras de la comunicación publicitaria y el mercadeo.

*El estudiante deberá cursar y aprobar los niveles de inglés estipulados en su programa y de acuerdo al nivel de formación como requisito de grado.

*El estudiante podrá elegir una de las varias opciones de electivas de humanidades y de formación integral que ofrecerá el programa en el respectivo nivel.

Registro calificado con vigencia de 7 años.

MALLA CURRICULAR

Ciclo	Técnico profesional en procesos comunicativos y comerciales				Tecnólogo en gestión comunicativa y de mercados		Profesional en publicidad y mercadeo			TOTAL							
	Compro- nentes	Áreas	Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre	Cuarto Semestre	Quinto Semestre	Sexto Semestre	Séptimo Semestre	Octavo Semestre	Noveno Semestre	AREA	Compro- nente	Compro- nente (%)			
DISCIPLINAR	COMUNICACIÓN	FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD NIP TEÓRICA 48 96 3	BRIEF Y ESTRATEGIA CREATIVA NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2			PUBLICIDAD DIGITAL TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3		RELACIONES PÚBLICAS TEÓRICA 32 64 2		GERENCIA DE PUBLICIDAD NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	44	107	69.48			
		PROCESOS COMUNICATIVOS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	CONCEPTO DE DISEÑO TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	REDACCIÓN PUBLICITARIA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	DISEÑO PUBLICITARIO NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	CAMPAÑAS PUBLICITARIAS NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	PLAN DE COMUNICACIÓN TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3										
		CREACIÓN BÁSICA TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	SEMÍOTICA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	ESTRATEGIA Y PRESUPUESTO DE MEDIOS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2		ESTRATEGIAS DE MARKETING TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	ESTRATEGIA DE MARCA (BRANDING) NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	GERENCIA DE MARCA TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3									
		FUNDAMENTOS DE MERCADEO TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	MERCADEO DE SERVICIOS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	SERVICIO AL CLIENTE NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	VENTAS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	MARKETING DIGITAL TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	MARKETING INTERNACIONAL TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	GERENCIA DEL SERVICIO TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	GERENCIA DE MERCADEO TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2								
DISCIPLINAR	INTERCAMBIO		PRODUCTO Y PRECIO TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	CANALES DE DISTRIBUCIÓN TEÓRICA 32 64 2	MERCHANDISING TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2			MERCADEO SOCIAL TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	PLAN DE MERCADEO NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3			46	107	69.48			
		FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA TEÓRICA 32 64 2		MATEMÁTICA Y CONTABILIDAD TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2		COSTOS Y PRESUPUESTO TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	LEGISLACIÓN LABORAL Y COMERCIAL TEÓRICA 32 64 2	GERENCIA COMERCIAL TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2								
					OPCIÓN DE GRADO TÉCNICA PROFESIONAL TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TEÓRICA 32 64 2									5	107	69.48
DISCIPLINAR	CONSUMIDOR											12	107	69.48			
					PRÁCTICA TÉCNICA PROFESIONAL PRÁCTICA 64 32 2	OPCIÓN DE GRADO TECNOLÓGICA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	PRÁCTICA TECNOLÓGICA PRÁCTICA 64 32 2										
ELECTIVA - FLEXIBLE	PROFUNDIZACIÓN											12	12	7.79			
			ELECTIVA COMPLEMENTARIA 1 TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2			ELECTIVA PROFUNDIZACIÓN 1 TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2											
ELECTIVA - FLEXIBLE	COMPLEMENTARIA											4	4	2.59			
PROPEDEÚTICO	PROPEDEÚTICA											4	4	2.59			
TRANSVERSAL- INSTITUCIONAL	EMPRENDIMIENTO	CÁTEDRA DE PENSAMIENTO CUNISTA 1 TEÓRICA 16 32 1										11	31	20.1			
		PROYECTO DE VIDA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2															
	CIENCIA BÁSICA	LÓGICA PARA ESCUELA DE BELLAS ARTES TEÓRICA 32 64 2	RAZONAMIENTO CUANTITATIVO TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2										6	31	20.1		
		HABILIDADES COMUNICATIVAS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2															
	HUMANIDADES												6	31	20.1		
		FORMACIÓN CIUDADANA TEÓRICA 32 64 2															
TECNOLOGÍA		INFORMÁTICA Y CONVERGENCIA TECNOLÓGICA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2										2	31	20.1			
INVESTIGACIÓN				EXPLORAR PARA INVESTIGAR TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2								6	31	20.1			
TOTAL		H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 272 544 17	H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 272 544 17	H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 272 544 17	H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 304 512 17	H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 288 576 18	H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 304 512 17	H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 272 544 17	H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 288 576 18	H.T.P. H.T.I. CRÉDITOS 288 480 16	TOTAL CRÉDITOS ACADÉMICOS 154						
	TIPOLOGÍA DE ASIGNATURAS	3	1	1	2	2	1	4	0	6	14	TEÓRICA					
	TEÓRICA	5	7	7	5	6	6	4	7	6	53	TEÓRICA-PRÁCTICA					
	PRÁCTICA	0	0	0	1	0	1	0	0	1	3	PRÁCTICA					