Publicidad y Mercadeo

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior
VIGILADA MINEDUCACIÓN

VIRTUAL

¿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.

*Por Ciclos Propedéuticos

Técnico Profesional en Procesos Comunicativos y Comerciales

SNIES 108560 Resolución No 015753 del 18 de diciembre de 2019

El Técnico Profesional en Proceso 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.

Tecnólogo en Gestión Comunicativa y de Mercados

SNIES 108548 Resolución No 014517 del 13 de diciembre de 2019

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.

Profesional en Publicidad y Mercadeo

SNIES 108549 Resolución No 014518 del 13 de diciembre de 2019

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 las la comunicación publicitaria y el mercadeo.

Registro calificado con vigencia de 7 años.

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.

Malla curricular

Ciclo		Técnico profesional en procesos comunicativos y comerciales (68)				Tecnólogo en gestión comunicativa y de mercados (35)		Profesional en publicidad y mercadeo (51)			TOTAL		
Campo amplio	Áreas	Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre	Cuarto Semestre	Quinto Semestre	Sexto Semestre	Séptimo Semestre	Octavo Semestre	Noveno Semestre	Área	Campo amplio	Campo específico (%)
DISCIPLINAR	COMUNICACIÓN	FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD NIP TEÓRICA 48 96 3 PROCESOS COMUNICATIVOS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 CREACIÓN BÁSICA TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	BRIEF Y ESTRATEGIA CREATIVA NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3 CONCEPTO DE DISEÑO TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 SEMÓTICA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 REDACCIÓN PUBLICITARIA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 ESTRATEGIA Y PRESUPUESTO DE MEDIOS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	DISEÑO PUBLICITARIO NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	PUBLICIDAD DIGITAL TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	CAMPAÑAS PUBLICITARIAS NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	RELACIONES PÚBLICAS TEÓRICA 32 64 2 ESTRATEGIA DE MARCA (BRANDINC) NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	PLAN DE COMUNICACIÓN TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	GERENCIA DE PUBLICIDAD NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3 GERENCIA DE MARCA TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	44	107	69.48
	INTERCAMBIO	FUNDAMENTOS DE MERCADEO TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA TEÓRICA 32 64 2	MERCADEO DE SERVICIOS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 PRODUCTO Y PRECIO TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	SERVICIO AL CLIENTE NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN TEÓRICA 32 64 2 MATEMÁTICA Y CONTABILIDAD TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	VENTAS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 MERCHANDISING TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	MARKETING DIGITAL TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 COSTOS Y PRESUPUESTO TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	ESTRATEGIAS DE MARKETING TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	MARKETING INTERNACIONAL TEÓRICA PRÁCTICA 48 96 3 MERCADEO SOCIAL TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 LEGISLACIÓN LABORAL Y COMERCIAL TEÓRICA 32 64 2	GERENCIA DEL SERCVICIO TEÓRICA PRÁCTICA 48 96 3 PLAN DE MERCADEO NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3 GERENCIA COMERCIAL TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3	GERENCIA DE MERCADEO TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	46		
	CONSUMIDOR					COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TEÓRICA 32 64 2 INVESTIGACIÓN DE MERCADEOS NIP TEÓRICA-PRÁCTICA 48 96 3					5		
	PRÁCTICA Y REQUISITO DE GRADO				OPCIÓN DE GRADO TÉCNICA PROFESIONAL TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 PRÁCTICA TÉCNICA PROFESIONAL PRÁCTICA 64 32 2		OPCIÓN DE GRADO TECNOLÓGICA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 PRÁCTICA TECNOLÓGICA PRÁCTICA 64 32 2			OPCIÓN DE GRADO PROFESIONAL TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2 PRÁCTICA PROFESIONAL PRÁCTICA 64 32 2	12		
ELECTIVA - FLEXIBLE	PROFUNDIZACIÓN				ELECTIVA PROFUNDIZACIÓN 1 TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2		ELECTIVA PROFUNDIZACIÓN 2 TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2			ELECTIVA PROFUNDIZACIÓN 3 TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	12	12	7.79
	COMPLEMENTARIA		ELECTIVA COMPLEMENTARIA 1 TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2				ELECTIVA COMPLEMENTARIA 2 TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2		ELECTIVA COMPLEMENTARIA 3 TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2				
PROPIEDÉUTICO	PROPEDÉUTICA				TENDENCIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD TEÓRICA 32 64 2		HABILIDADES GERENCIALES EN PUBLICIDAD Y MERCADEO TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2				4	4	2.59
TRANSVERSAL - INSTITUCIONAL	EMPRENDIMIENTO	CÁTEDRA DE PENSAMIENTO CUNISTA 1 TEÓRICA 16 32 1 PROYECTO DE VIDA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2				CÁTEDRA DE PENSAMIENTO CUNISTA 2 TEÓRICA 16 32 1	ESPÍRITU EMPRENDEDOR TEÓRICA 32 64 2	CÁTEDRA DE PENSAMIENTO CUNISTA 3 TEÓRICA 16 32 1 PLAN DE NEGOCIO PARA COMUNICACIÓN Y BELLAS ARTES TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2	PLAN DE NEGOCIO APLICADO A COMUNICACIÓN Y BELLAS ARTES TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2		11	31	20.1
	CIENCIA BÁSICA		LÓGICA PARA ESCUELA DE BELLAS ARTES TEÓRICA 32 64 2	RAZONAMIENTO CUANTITATIVO TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2		ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2					6		
	HUMANIDADES		HABILIDADES COMUNICATIVAS TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2		FORMACIÓN CIUDADANA TEÓRICA 32 64 2			ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL TEÓRICA 32 64 2			6		
	TECNOLOGÍA	INFORMÁTICA Y CONVERGENCIA TECNOLÓGICA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2									2		
	INVESTIGACIÓN			EXPLORAR PARA INVESTIGAR TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2		CREATIVIDAD Y PENSAMIENTO INNOVADOR TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2			INVESTIGACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA TEÓRICA-PRÁCTICA 32 64 2		6		
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											
TEÓRICA	3	1	1	2	2	1	4	0	0	14	TEÓRICA
TEÓRICA-PRÁCTICA	5	7	7	5	6	6	4	7	6	53	TEÓRICA-PRÁCTICA
PRÁCTICA	0	0	0	1	0	1	0	0	1	3	PRÁCTICA

contactenos@cun.edu.co