



udp

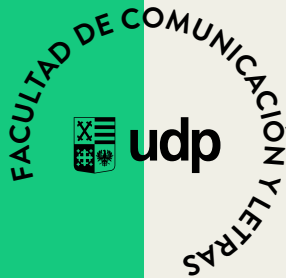
Pregrado · Postgrado · Investigación



**FACULTAD DE
COMUNICACIÓN Y LETRAS**

Publicidad

Vergara 240
Santiago



Título profesional:

Publicista

Grado académico:

Comunicación Estratégica
y Publicitaria

Duración total:

8 semestres

Jornada:

Diurna

Autoridades de la Facultad

Decana

Cecilia García-Huidobro

Periodista, Profesora de Castellano
y Magíster en Literatura, Pontificia
Universidad Católica de Chile.

Director Escuela

Cristián Leporati Mazzei

Publicista. Magíster en Humanidades
mención Filosofía, Universidad
Adolfo Ibáñez y Magíster en
Antropología mención Urbana,
Universidad Academia de
Humanismo Cristiano.

La Facultad de Comunicación
y Letras imparte, además de
Publicidad, las carreras de Periodismo
y Literatura Creativa.

Puntaje PSU

Puntaje ponderado mínimo de postulación:

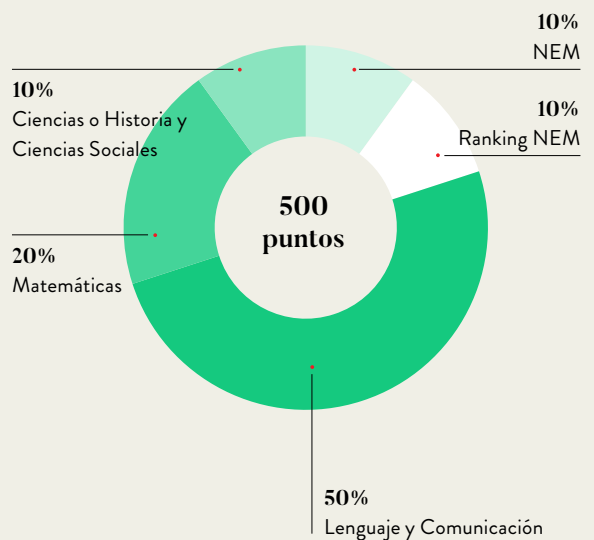
500 puntos

Puntaje promedio PSU mínimo de postulación

(50% Lenguaje y 50% Matemáticas):

500 puntos

Ponderaciones



Empleabilidad



89%

Estudiantes titulados

Fuente: Dirección de Análisis Institucional UDP.

Publicidad en la UDP

PALABRAS DE LA DECANA CECILIA GARCÍA HUIDOBRO

“Nuestra formación fortalece la pluralidad en la reflexión y la creatividad. Esto permite a los egresados destacar profesionalmente en empresas, en el ámbito público o en iniciativas culturales tanto en el país como en el extranjero. El prestigio y tradición de nuestra Facultad radica no sólo en la excelencia de sus egresados y docentes sino también en la notoria contribución a la mejora en la comunicación de la sociedad.”

INTERNACIONALIZACIÓN

Los estudiantes de Publicidad pueden optar a intercambios, cursos intensivos de temporada y/o pasantías internacionales que buscan exponerlos a experiencias formativas y de colaboración con una mirada global.

Instituciones destacadas:

Universidad del Salvador, **Argentina**. | Pontificia Universidad Católica Javeriana, **Colombia**. | Universitat Pompeu Fabra, **España**. | Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, **Francia**. | Universiteit Leiden, **Holanda**. | Universidad Nacional Autónoma de México, **México**.

INVESTIGACIÓN

La Escuela de Publicidad se caracteriza por producir conocimiento de alto estándar, siendo la única en el país con participación en proyectos Fondecyt y publicaciones indexadas, además de realizar convenios con empresas de investigación de mercados.

La investigación desarrollada por la Escuela de divide en dos áreas:

Línea de investigación visualidad, consumo y cultura material dirigida por el profesor Claudio Garrido

Durante 2017 y 2018 se produjeron las siguientes investigaciones: La gráfica como artefacto cultural; Arte, poder y consumo en la belle époque chilena; Visualidad y consumo en Chile: Caso Parque Arauco; El espacio urbano en el cine chileno; Cultura material y Las salas de cine en Chile.

Línea investigación de mercados, dirigida por el profesor Gabriel Argel

Este año las principales investigaciones realizadas fueron: Investigación, medición reputación empresarial; Percepción social de la publicidad y Representaciones de la mujer en la publicidad chilena.

Además, cuenta con los siguientes centros donde canaliza parte importante de las actividades de industria publicitaria y de las comunicaciones:

museopublicidad.cl

Museo online que visibiliza la producción publicitaria nacional.

laboratoriobuzz.udp.cl

Genera contenidos sobre publicidad y su industria.

POSTGRADOS

Magíster en Comunicación
mención en Comunicación
Estratégica y/u Opinión Pública

Magíster en Edición

Diplomado en Comunicación Empresarial

Diplomado en Edición

Diplomado en Escritura Creativa

Diplomado de Periodismo de Investigación CIPER/UDP

Diplomado en Corrección de Textos Profesionales

Diplomado en Edición de Literatura Infantil y Juvenil

Cuerpo docente

Argel Álvarez, Gabriel

Sociólogo, Universidad de Concepción. Magíster en Marketing, Universidad de Chile. Investigador Escuela de Publicidad, Universidad Diego Portales.

Bruñol Cillero, Enrique

Ingeniero Comercial, Universidad Diego Portales. MBA, Loyola College, Estados Unidos.

Carrasco Ruiz-Tagle, Daniel

Publicista y Licenciado en Comunicación Social, Universidad Diego Portales. Master en Comportamiento del Consumidor, Universidad Adolfo Ibáñez.

Carvajal Domínguez, Claudio

Ingeniero Civil Industrial, Pontificia Universidad Católica de Chile. Máster Of Business Administration, Tulane University, Estados Unidos. Master Of Business Administration, Universidad de Chile.

Frost Polania, Carol

Periodista mención Comunicación Organizacional y Postgrado en Gerencia de Mercadeo, Universidad Externado de Colombia. Magíster en Estudios Internacionales, Diplomado en Gestión de Negocios y Diplomado en Finanzas, Universidad de Chile. Secretaria Académica Escuela de Publicidad, Universidad Diego Portales.

Garrido Peña, Claudio

Sociólogo, Universidad de Chile. Magíster en Estudios de la Imagen, Universidad Alberto Hurtado. Investigador de la Facultad de Comunicación y Letras, Universidad Diego Portales.

González Acevedo, Gustavo

Publicista, Mención Marketing, Universidad Diego Portales. Design Thinker, Universidad Adolfo Ibáñez. Team Coach, International Association Coaching Institute. LEGO® Serious Play® Method Certified Facilitator, Rasmussen Consulting/ ICUBO-Universidad del Desarrollo.

Jefferies Ramella, Gabriel

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad Mayor. Máster Internacional en Comunicación y Marketing, Universidad de Artes y Ciencias de la Comunicación UNIACC.

Leporati Mazzei, Cristián

Publicista. Postítulo en Dirección de Marketing, Escuela de Alta Dirección y Administración de Empresas, España. Postítulo en Marketing Internacional, Universidad de Chile. Magíster en Humanidades mención Filosofía, Universidad Adolfo Ibáñez. Magíster en Antropología mención Urbana, Universidad Academia Humanismo Cristiano. Director Escuela de Publicidad, Universidad Diego Portales.

Moath Miranda, Ayleen

Publicista, Universidad de Santiago de Chile. Postítulo Comunicación y Educación para la Innovación Pedagógica, Universidad Diego Portales. Máster en Dirección de la Comunicación, Universidad de Barcelona, España. MBA mención Comunicación Estratégica, Escuela Superior de Negocios de Barcelona, España. Coordinadora de Vinculación con el Medio, Escuela de Publicidad, Universidad Diego Portales.

Ovalle Pavéz, Alejandro

Diseñador Gráfico, DUOC-UC. Master in Strategic Communication Branding, Universidad Mayor.

Quintana Martín, Julio

Periodista, Universidad de Concepción. Técnico Universitario en Publicidad, Universidad de Santiago de Chile. Magíster en Ciencias de la Comunicación, Universidad Complutense de Madrid, España.

Rebolledo Sepúlveda, Marcela

Periodista, Licenciada en Comunicación Social, Universidad Diego Portales. Secretaria de Estudios, Escuela de Publicidad, Universidad Diego Portales.

Rojas Llopis, Wladimir

Publicista, Universidad Diego Portales. Master of Arts, Universitat Pompeu Fabra, España.

Malla curricular — Publicidad

■ Investigación de Consumidor y Audiencias

□ Comunicación Estratégica

□ Formación General e Inglés

■ Taller de Comunicación Aplicada

■ Comunicación Publicitaria y Marketing

Código SIES:
I3S1C13J1V1

Código DEMRE:
38013

I SEMESTRE	II SEMESTRE	III SEMESTRE	IV SEMESTRE	V SEMESTRE	VI SEMESTRE	VII SEMESTRE	VIII SEMESTRE
Redacción Creativa	Redacción Publicitaria	Métodos y Conocimiento	Técnicas Cualitativas	Técnicas Cuantitativas	Investigación de Mercados		
Taller de Introducción al Diseño Gráfico	Taller de Dirección de Arte y Fotografía	Taller de Diseño Multimedia y Herramientas I	Taller de Diseño Multimedia y Herramientas II	Taller de Redacción Estratégica	Estudio de Audiencias	Electivo	
Taller de Proceso Creativo	Marketing Estratégico	Marketing Operativo	Estrategia de Marketing Digital	Branding Estratégico		Plan de Emprendimiento	Taller de Titulación
Sociedad y Comunicación	Teorías de la Comunicación Masiva	Planificación de Medios	Comunicación Corporativa	Plan y Estrategias de Comunicación		Práctica Profesional	
Taller de Management Publicitario	Taller de Estrategia Creativa	Taller de Marca	Taller de Publicidad Masiva	Taller de Estrategias Digitales	Taller de Reputación Corporativa	Taller de Proyectos Comunicacionales	
Antropología del Consumo	Inglés General I	Inglés General II	Inglés General III	Curso de Formación General	Curso de Formación General	Curso de Formación General	Curso de Formación General

CICLO DE ESPECIALIDAD CREATIVA

Taller Guiones Publicitarios	Taller de Dirección y Producción Audiovisual	Taller Campañas Digitales
Taller Dupla Creativa Jr.	Taller Dupla Creativa Sr.	Taller Producción de Impresos

CICLO DE ESPECIALIDAD COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Gabinete de Medios	Asuntos Públicos y Crisis	Comunicación Interna
Liderazgo y Negociación	Responsabilidad Social	Marketing Político

La carrera

Perfil de egreso:

El/la publicista de la Universidad Diego Portales es un comunicador, con pensamiento creativo-estratégico, comprometido con la sociedad, capaz de aportar de manera autónoma y constructiva al desarrollo del país. Posee dominio teórico y práctico en el área de las comunicaciones, el marketing y la publicidad, lo que le permite analizar, evaluar, planificar y ejecutar integralmente estrategias publicitarias tradicionales y digitales a nivel masivo y corporativo. A su vez, posee competencias para interpretar y adaptarse a los cambios de la industria, con una actitud proactiva que estimula el emprendimiento y la innovación.

El/la egresado/a de Publicidad es capaz de:

Observar su entorno sociocultural desde una mirada analítica, crítica y propositiva, para reconocer escenarios posibles de abordar desde las comunicaciones.

Generar estrategias comunicacionales sustentadas en estudios y análisis de audiencias, consumidores y entornos para evaluar propuestas de comunicación eficientes.

Diseñar creativamente estrategias de marcas, generando contenidos, soportes, canales de comunicación y mantención, consistentes con los objetivos de marketing y posicionamiento de marca.

Planificar, diseñar, presupuestar y ejecutar campañas de publicidad en sus distintos medios y soportes, sobre la base de propuestas diferenciadoras a nivel de mensajes, significados e *insights*.

Diagnosticar, diseñar e implementar planes de comunicación corporativa, considerando como activos la identidad, la imagen y la reputación de marca, a fin de llevar a cabo estrategias de comunicación en los distintos públicos de interés de una empresa.

Crear piezas publicitarias de valor conceptual, formal y técnico, aplicando criterios estéticos, herramientas narrativas, técnicas del lenguaje audiovisual y multimedial.

Trabajar en forma autónoma y tomar decisiones de manera responsable, basando su quehacer en los principios éticos y legales que fundamentan y guían la profesión.

Trabajar en equipo, con una actitud de respeto y valoración por el aporte de otros y con capacidad para adaptarse a nuevas situaciones.

Comunicar y argumentar con claridad sus ideas y propuestas, oralmente y por escrito.


Adaptarse a escenarios de alta exigencia, soportando la presión y potenciando su capacidad para organizarse determinando prioridades.

Aprender y actualizarse permanentemente, incorporando en su desempeño profesional los avances en el área de la publicidad.

Práctica profesional:

La práctica profesional se desarrolla en el ciclo formativo final de la carrera y como apoyo previo a esta etapa, el área de Vinculación con el Medio gestiona convenios con diversas empresas y organizaciones; la participación de los estudiantes en los concursos publicitarios universitarios (nacionales e internacionales), que permite acercar a la realidad laboral y obtener experiencias con importantes clientes y marcas, e implementa, además, una serie de actividades que facilitan la futura inserción de los estudiantes en el mercado de las comunicaciones. Durante 2018, los estudiantes de la Escuela obtuvieron premios en reconocidos concursos: Grand Prix y Oro en ArtDirector; Oro en La Pieza; Selección en Effie College Escudo; Bronce en Copywriter; 1er lugar Global Intern Education First para la realización de la práctica profesional en el extranjero, entre otros.

*Según la nueva Ley de Educación Superior las carreras de pregrado de acreditación no obligatoria (entre ellas Publicidad) sólo podrán volver a acreditarse a partir de 2025.

 Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile	5 años	Publicidad ACREDITADA
<p>Desde noviembre 2017 hasta noviembre 2022. Organismo Acreditador: Agencia Acreditadora de Chile Modalidad: Presencial Sede: Santiago Jornada: Diurna.</p>		

