



## 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

#### Técnica Profesional en Procesos Comunicativos y Comerciales

Resolución 015753 del 18 de diciembre de 2019 SNIES 108560

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.

#### 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.

#### Profesional en 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 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				Tecnólogo en gestión comunicativa y de mercados		Profesional en publicidad y mercadeo			TOTAL									
	Compor. Horas	Áreas	68	35	51	Área	Compor. Horas	Compor. Horas (P)											
DISCIPLINAR	COMUNICACIÓN	FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD	BRIEF Y ESTRATEGIA CREATIVA	FOTOGRAFIA PUBLICITARIA	PUBLICIDAD DIGITAL	RELACIONES PÚBLICAS	GERENCIA DE PUBLICIDAD	44	107	69.48									
		NIP	NIP	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA	NIP												
		48 96 3	48 96 3	32 64 2	48 96 3	32 64 2	48 96 3												
INTERCAMBIO	PROCESOS COMUNICATIVOS	CONCEPTO DE DISEÑO	REDACCIÓN PUBLICITARIA	DISEÑO PUBLICITARIO	CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	PLAN DE COMUNICACIÓN	GERENCIA DE MARCA	46	12	7.79									
	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	NIP	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA												
	32 64 2	32 64 2	32 64 2	48 96 3	48 96 3	48 96 3	48 96 3												
CONSUMIDOR	CREACIÓN BÁSICA	SEMIÓTICA	ESTRATEGIA Y PRESUPUESTO DE MEDIOS	MARKETING DIGITAL	ESTRATEGIAS DE MARKETING	MARKETING INTERNACIONAL	GERENCIA DEL SERVICIO	5	4	2.59									
	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA												
	48 96 3	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	48 96 3	48 96 3												
ELECTIVA - FLEXIBLE	FUNDAMENTOS DE MERCADERO	MERCADERO DE SERVICIOS	SERVICIO AL CLIENTE	VENTAS	COSTOS Y PRESUPUESTO	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	LEGISLACIÓN LABORAL Y COMERCIAL	12	11	6									
	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	NIP	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA	TEÓRICA PRÁCTICA												
	32 64 2	32 64 2	48 96 3	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2												
PROPEDEÚTICO	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA	PRODUCTO Y PRECIO	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	MERCHANDISING	OPCIÓN DE GRADO TÉCNICA PROFESIONAL	OPCIÓN DE GRADO TECNOLÓGICA	OPCIÓN DE GRADO PROFESIONAL	6	6	2									
	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA												
	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2												
TRANSVERSAL- INSTITUCIONAL	PROFUNDIZACIÓN	ELECTIVA COMPLEMENTARIA 1	ELECTIVA PROFUNDIZACIÓN 1	ELECTIVA PROFUNDIZACIÓN 2	ELECTIVA PROFUNDIZACIÓN 3	ELECTIVA COMPLEMENTARIA 2	ELECTIVA COMPLEMENTARIA 3	6	6	2									
	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA												
	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2												
TOTAL	COMPLEMENTARIA	TENDENCIAS DE MERCADERO Y PUBLICIDAD	OPCIÓN DE GRADO TÉCNICA PROFESIONAL	OPCIÓN DE GRADO TECNOLÓGICA	OPCIÓN DE GRADO PROFESIONAL	HABILIDADES GERENCIALES EN PUBLICIDAD Y MERCADERO	OPCIÓN DE GRADO PROFESIONAL	6	6	2									
	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA												
	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2												
TOTAL	PROPEDÉUTICA	CÁTEDRA DE PENSAMIENTO CUNISTA 1	CÁTEDRA DE PENSAMIENTO CUNISTA 2	CÁTEDRA DE PENSAMIENTO CUNISTA 3	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	ESPIRITU EMPRENDEDOR	PLAN DE NEGOCIO PARA COMUNICACIÓN Y BELLAS ARTES	6	6	2									
	TEÓRICA	TEÓRICA	TEÓRICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA	TEÓRICA	TEÓRICA PRÁCTICA												
	16 32 1	16 32 1	16 32 1	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2												
TOTAL	PROYECTO DE VIDA	LÓGICA PARA ESCUELA DE BELLAS ARTES	RAZONAMIENTO CUANTITATIVO	FORMACIÓN CIUDADANA	CREATIVIDAD Y PENSAMIENTO INNOVADOR	INVESTIGACIÓN CENCIA Y TECNOLOGÍA	INVESTIGACIÓN CENCIA Y TECNOLOGÍA	6	6	2									
	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA												
	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2												
TOTAL	EXPLORAR PARA INVESTIGAR	EXPLORAR PARA INVESTIGAR	EXPLORAR PARA INVESTIGAR	EXPLORAR PARA INVESTIGAR	EXPLORAR PARA INVESTIGAR	EXPLORAR PARA INVESTIGAR	EXPLORAR PARA INVESTIGAR	6	6	2									
	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA	TEÓRICA PRÁCTICA												
	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2	32 64 2												
TOTAL	H.T.P.	H.T.J.	CRÉDITOS	H.T.P.	H.T.J.	CRÉDITOS	H.T.P.	H.T.J.	CRÉDITOS	H.T.P.	H.T.J.	CRÉDITOS	TOTAL CRÉDITOS ACADÉMICOS						
	272	544	17	272	544	17	272	544	17	288	576	18	288	576	18	288	480	16	154
TOTAL	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							

