



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN COLECTIVA

# BACHILLERATO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA CON ÉNFASIS EN PUBLICIDAD



## PLAN DE ESTUDIOS 2012

Nuestra misión es formar profesionales en comunicación social dotados de las herramientas conceptuales y metodológicas que les permitan convertirse en facilitadores de procesos comunicacionales; capaces de responder a las necesidades y a los problemas de la sociedad costarricense, en los diferentes campos de la vida social, política y económica.



## RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - PUBLICIDAD

### OBJETO DE ESTUDIO

La comunicación publicitaria persigue la creación, modificación o la preservación de una identidad de marca o una identidad corporativa o social para que el público pueda diferenciarla y preferirla sobre otras alternativas. Las campañas deben ser eficaces (llevar el mensaje con cierta intensidad a una proporción del público meta en un plazo específico, con el fin de crear, modificar o preservar conductas, hábitos y actitudes) y, a su vez, ser eficientes (desarrolladas al menor costo posible).

Los publicistas son responsables de desarrollar campañas de comunicación e implementarlas estratégicamente. Para ello utilizan los conocimientos construidos en las ciencias sociales y las artes; particularmente, en las ciencias de la comunicación; y específicamente en la profesión publicitaria, las teorías de los lenguajes, la persuasión, la investigación de mercados y las técnicas de comunicación.

### HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS DESEABLES

- Facilidad de expresión escrita, oral y audiovisual.
- Creatividad e iniciativa.
- Sentido de la estética.
- Curiosidad y facilidad para trabajar con la tecnología.
- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Interés por la investigación.
- Curiosidad e interés por el entorno.
- Disposición para relacionarse de manera asertiva.
- Capacidad de síntesis.
- Ser observador(a), reflexivo(a) y analítico(a).
- Sensibilidad y compromiso social.

### TAREAS TÍPICAS DURANTE LA CARRERA

- Planificación desarrollo, producción y evaluación de campañas publicitarias.
- Investigación de marcas, mercados y audiencias.
- Desarrollo de estrategias creativas y estrategias de medios.
- Elaboración de productos estratégicos y de comunicación para diversos medios en distintos formatos (medios masivos tradicionales, medios no tradicionales, medios digitales, activaciones y eventos de marcas, propuestas de mercadeo, entre otros).



## RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - PUBLICIDAD

### ESTA CARRERA PREPARA A LOS Y LAS PROFESIONALES PARA:

- Estudiar las teorías de publicidad y dominar las teorías y herramientas para administrar una estrategia integrada de mercadeo.
- Aplicar las principales teorías cognitivas y sociales aplicadas al quehacer publicitario.
- Utilizar las tecnologías de la información, sea en sus aspectos teóricos o instrumentales, para lograr los objetivos publicitarios.
- Reconocer los agentes, actores y contextos de la mercadotecnia.
- Dominar las teorías y las herramientas para la planificación e implementación de la estrategia de medios.
- Aplicar los métodos y las técnicas que se utilizan en la investigación de mercados y consumidores.
- Utilizar las técnicas creativas para elaborar mensajes publicitarios en diferentes medios.
- Conocer el desarrollo de las industrias publicitarias y del entretenimiento en Costa Rica y el mundo.
- Planear, ejecutar y evaluar propuestas estratégicas para marcas.
- Complementar su formación con otras áreas del mercadeo, la comunicación y las artes.

### MERCADO LABORAL (EJEMPLOS DE PUESTOS DE TRABAJO)

El profesional en publicidad puede ejercer la profesión de manera independiente, o bien, trabajar en organizaciones como:

- Agencias de publicidad o comunicación.
- Medios de comunicación.
- Oficinas de promoción o divulgación de entidades públicas o privadas.
- Empresas privadas de marcas comerciales.
- Fundaciones y Organizaciones sin fines de lucro.
- Agencias de asesoría en mercadeo.

## RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - PUBLICIDAD

### PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) ofrece una fuerte formación en Comunicación y la oportunidad de optar por cinco especializaciones: Comunicación social - Comunicación audiovisual y multimedial – Periodismo – Publicidad - Relaciones Públicas.

Para cualquiera de las cinco concentraciones, los cursos se dividen en tres bloques:

BLOQUE DE FORMACIÓN HUMANÍSTICA	BLOQUE COMÚN DE COMUNICACIÓN	BLOQUE DE CURSOS DEL ÉNFASIS SELECCIONADO	BLOQUE DE OPTATIVOS DE OTROS ÉNFASIS
Cursos que deben llevar todas y todos los estudiantes de la Universidad de Costa Rica con el fin de fortalecer su formación humanística.	Deben aprobarlos todas y todos los estudiantes de la ECCC para que dominen los elementos generales de la comunicación en ámbitos como teoría de la comunicación, investigación, planificación y gestión, análisis del discurso, historia y lenguajes (sonoro, visual, escrito).	Cursos especializados para cada énfasis. Las y los estudiantes deben aprobar como mínimo 37 créditos divididos en una serie de cursos obligatorios y otra de cursos optativos.	Cursos específicos de los otros énfasis de la ECCC que el estudiante puede seleccionar según sus intereses. Para llevar esos cursos se deben cumplir los requisitos (en la mayoría de casos, el curso introductorio).
Créditos: 21	Créditos: 75	Créditos: 37	Créditos: 9
<b>Créditos totales de la carrera: 142</b>			

CURSOS DEL BLOQUE DE FORMACIÓN HUMANÍSTICA	
CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS
EG-I Curso integrado de humanidades 1	6.0
EG-II Curso integrado de humanidades 2	6.0
EG- Curso de arte	2.0
EF- Actividad deportiva	0.0
RP- Repertorio	3.0
SR-I Seminario de Realidad Nacional 1	2.0
SR-II Seminario de Realidad Nacional 2	2.0
<b>7 cursos – 21 créditos en total</b>	



## RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - PUBLICIDAD

<b>CURSOS DEL BLOQUE COMÚN DE COMUNICACIÓN</b>	
<b>CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO</b>	<b>CRÉDITOS</b>
C-0001 Introducción a la comunicación	3.0
*ATENCIÓN: Es obligatorio matricular este curso el primer semestre, de lo contrario, no podrás seguir avanzando en la carrera.	
<b>OPTATIVOS INTRODUCTORIOS - 6 CRÉDITOS</b>	
El estudiante debe matricular el introductorio a <b>Publicidad</b> y escoge un segundo introductorio que le permite llevar cursos de otro énfasis:	6.0
<b>C-4000 Introducción a la Publicidad</b> C-1021 Introducción a la Comunicación Social C-2000 Introducción a la Comunicación Audiovisual y Multimedial C-3000 Introducción al Periodismo C-5000 Introducción a las Relaciones Públicas	
<b>LENGUAJES - 21 CRÉDITOS</b>	
C-0002 Producción verbal	3.0
C-0006 Técnicas de relato y narración	3.0
C-0007 Comunicación gráfica	3.0
C-0008 Fotografía	3.0
C-0009 Fundamentos de la comunicación digital	3.0
C-0010 Introducción a la producción de televisión y vídeo	3.0
C-0011 Producción básica de audio	3.0
<b>TEORÍAS Y METODOLOGÍAS - 24 CRÉDITOS</b>	
C-0003 Historia de la comunicación	3.0
C-0004 Trayectorias de los estudios en comunicación	3.0
C-0005 Tendencias contemporáneas de los estudios de comunicación	3.0
C-0012 Construcción del objeto de investigación	3.0
C-0013 Diseño, construcción de datos y análisis cuantitativos	3.0
C-0014 Diseño, construcción de datos y análisis cualitativos	3.0
C-0015 Análisis del discurso	3.0
C-0016 Investigación de públicos y audiencias	3.0
<b>GESTIÓN - 6 CRÉDITOS (C-0017 OBLIGATORIO Y ESCOGER UN OPTATIVO)</b>	
C-0017 Planificación de la Comunicación	3.0
C-0100 Gestión de negocios en Comunicación (OPTATIVO)	3.0
C-0101 Pensamiento estratégico (OPTATIVO)	3.0
C-0102 Administración de proyectos en Comunicación (OPTATIVO)	3.0
<b>MÓDULOS INTEGRADORES - 6 CRÉDITOS</b>	
C-0019 Módulo integrador 1	3.0
C-0020 Módulo integrador 2	3.0



## RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - PUBLICIDAD

<b>CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO</b>	<b>CRÉDITOS</b>
<b>CURSOS ESPECIALES (9 CRÉDITOS)</b>	
C-0018 Derecho de la Comunicación	3.0
F-5664 Ética profesional para Ciencias de la Comunicación	3.0
OPT Curso optativo del área de Ciencias Sociales	3.0
<b>75 créditos en total</b>	

<b>CURSOS OBLIGATORIOS DE LA CONCENTRACIÓN EN PUBLICIDAD</b>	
<b>CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO</b>	<b>CRÉDITOS</b>
C-4001 Mercadeo	3.0
C-4002 Redacción creativa	3.0
C-4003 Matemáticas para medios	3.0
C-4004 Comportamiento del consumidor	3.0
C-4005 Producción audiovisual publicitaria	3.0
C-4006 Producción gráfica publicitaria	3.0
C-4007 Pensamiento estratégico para Publicidad	3.0
C-4008 Estrategia de medios	3.0
C4104 Campañas publicitarias	3.0
C4105 Taller de creatividad	3.0
C-4020 Práctica profesional en Publicidad	4.0
<b>34 créditos en total</b>	

<b>CURSOS OPTATIVOS DE LA CONCENTRACIÓN EN PUBLICIDAD</b>	
<b>CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO</b>	<b>CRÉDITOS</b>
C-4100 Sociedad contemporánea y expresiones artísticas	3.0
C-4101 Industrias de la comunicación y el entretenimiento	3.0
C-4102 Gestión de procesos publicitarios	3.0
C-4103 Comunicaciones integradas de mercadeo	3.0
C-4106 Mercadeo 3.0	3.0
C-4107 Creatividad para redes sociales y medios digitales	3.0
C-4108 Estrategia de marca	3.0
<b>3 créditos en total</b>	



## RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - PUBLICIDAD

CURSOS OPTATIVOS DE OTRO ÉNFASIS	
CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS
OPT - Curso optativo de otro énfasis	3.0
OPT - Curso optativo de otro énfasis	3.0
OPT - Curso optativo de otro énfasis	3.0
<b>9 créditos en total</b>	

### REQUISITOS PARA GRADUARSE COMO BACHILLER

Para graduarse como bachiller en Publicidad los (as) estudiantes deben:

- Aprobar los 142 créditos establecidos en el Plan de Estudios.
- Completar 300 horas de Trabajo Comunal Universitario (TCU).
- Cumplir con la asistencia/participación en 50 horas conferencia.
- Tener un nivel intermedio de un segundo idioma.