



“Lo que me llevo de la universidad definitivamente es la pasión por mi carrera. Lo que aprendí de los profesores y sus inspiradoras historias, su método de enseñanza que me orientó y enseñó a creer y luchar por mis ideas, las cuales me llevaron a vivir una experiencia internacional increíble. Alimentaron más mi creatividad, emoción y pasión por la publicidad. Recuerdo que empecé temerosa los primeros ciclos; sin embargo, hoy, casi por terminar, no puedo sentirme más segura de lo que quiero lograr en mi vida profesional con lo que he aprendido y con mi talento”.

— **GEORGET VIDAL**  
Alumna de la carrera

**UPC**  
Universidad Peruana  
de Ciencias Aplicadas

Informes  
Whatsapp: 914 666 655  
T (01) 610 5030  
T (01) 313 3333

Anexos: 2935, 2936  
y 2937

Provincias  
Línea gratuita 0 800 000 21

[upc.pe](http://upc.pe)

## Modalidades de Estudio

Podrás elegir entre 3 modalidades de estudio y optar por la que mejor se acomode a tu estilo de vida.

### Presencial

Te permite un máximo de 20% de créditos aprobados de manera virtual a lo largo de la carrera.

### Semipresencial

Te permite que el número de créditos aprobados de forma virtual esté entre el 21% y el 70% del total de créditos aprobados a lo largo de la carrera.

### A distancia

Te permite que el número de créditos aprobados de forma virtual esté entre el 71% y el 80% del total de créditos aprobados a lo largo de la carrera.

## Convenios Internacionales

La UPC ha sido considerada la universidad más internacional del Perú desde el año 2014 y cuenta con más de 200 convenios internacionales con prestigiosas universidades alrededor del mundo.

**WASC**

Senior College and  
University Commission

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas is accredited by the WASC Senior College and  
University Commission (WSCUC), 985 Atlantic Avenue, Suite 100, Alameda, CA 94501, 510.748.9001

FACULTAD DE COMUNICACIONES

COMUNICACIÓN  
Y PUBLICIDAD

/comunicación  
y publicidad

**UPC**  
*exígete, innova*



# ¿Por qué Comunicación y Publicidad?

Te preparamos para ser un estratega publicitario capaz de desarrollar tu creatividad, conceptualizar y transmitir mensajes efectivos acerca de los valores de una marca, evento o producto y así poder generar recordación en la mente del consumidor. Los publicistas buscan conectar y crear marcas con propósito para construir relaciones que perduren en el tiempo.

## ¿Por qué en la UPC?

### Ventana publicitaria

Desde el inicio de la carrera desarrollarás distintos proyectos que enriquecerán tu portafolio, podrás mostrarlos a distintas empresas y agencias de publicidad en una de nuestras plataformas web llamada "Ventana Creativa" y así impulsar tu crecimiento profesional.

### Malla curricular especializada

Contamos con una malla curricular que desde el primer ciclo integra la creatividad, los fundamentos de la publicidad y la gestión de marcas que desarrollarán tus habilidades para lograr objetivos en diversos proyectos con clientes reales, lo cual hará que puedas enfrentarte al cambio constante del medio publicitario en tu vida profesional.

### Infraestructura especializada

Aprenderás en ambientes especializados para complementar tu formación: salas de diseño gráfico, laboratorios de fotografía, laboratorios Mac, aulas acústicas y set de TV.

### Menciones especializadas\*

Contamos con más de 5 menciones que complementarán tu formación:

- Dirección de Creatividad
- Psicología
- Gestión Estratégica de Marketing
- Gestión y Liderazgo
- Innovación y Emprendimiento

\*Se denomina menciones al grupo de asignaturas electivas que te permitirán egresar con una especialización adicional a tu carrera.

### Libertad para elegir

Diversos cursos de la malla estarán disponibles de forma presencial y virtual. Tú podrás decidir lo que mejor se adapte a tus necesidades.

## SI ERES

**Creativo/ Innovador  
Curioso/ Analítico  
Persuasivo/ Crítico**

## SERÁS

**Un profesional capaz de desarrollar ideas creativas, comunicaciones disruptivas, planes de medios digitales y tradicionales junto con diseños de alto impacto acorde al mercado publicitario.**

### PODRÁS TRABAJAR COMO:

- Director de cuentas.
- Redactor creativo.
- Director de arte.
- Digital o Media Planner.
- Consultor y asesor empresarial.
- Dueño de tu propio emprendimiento.

## Malla Curricular\*

\*Curso disponible solo en formato presencial o con un componente presencial.  
\*\*Curso disponible en formato presencial y virtual.

- |  |   |
|--|---|
| <b>/01.</b><br>20 CRÉDS.<br>** Taller de Introducción a las Comunicaciones<br>** Taller de Creatividad<br>** Comprensión y Producción de Lenguaje 1<br>** Temáticas de Historia del Perú<br>** Ética y Ciudadanía<br>** Matemática Básica  | <b>/02.</b><br>23 CRÉDS.<br>** Nuevos Medios y Nuevas Tendencias<br>** Fundamentos de Marketing<br>** Comprensión y Producción de Lenguaje 2<br>** Historia Contemporánea<br>** Temáticas de Filosofía<br>** Procesos Psicológicos<br>** Estadística para Comunicadores                             |
| <b>/03.</b><br>21 CRÉDS.<br>** Fundamentos de Publicidad<br>** Comportamiento del Consumidor<br>** Marketing Digital<br>** Seminario Integrado de Investigación<br>** Taller de Técnicas de Expresión Escrita<br>** Teoría del Conocimiento y la Comunicación<br>** Electivo                           | <b>/04.</b><br>21 CRÉDS.<br>** Fundamentos de Creatividad Publicitaria<br>** Estudios Cualitativos<br>** Globalización: Enfoque Cultural y Económico<br>** Lenguajes Artísticos<br>* Taller de Diseño Gráfico 1<br>** Estrategias Publicitarias 1<br>** Electivo                                    |
| <b>/05.</b><br>20 CRÉDS.<br>* Taller de Técnicas de Expresión Audiovisual<br>* Estudio y Análisis de Bases de Datos<br>** Análisis del Discurso Literario<br>** Sociología de la Comunicación<br>* Taller de Diseño Gráfico 2<br>** Estrategias Publicitarias 2<br>** Taller de Redacción Publicitaria | <b>/06.</b><br>22 CRÉDS.<br>* Dirección Gráfica Publicitaria<br>** Gerencia de Productos<br>** Taller de Fotografía General<br>** Semiótica<br>** Historia de la Publicidad<br>** Economía para la Gestión<br>** Electivo   |
| <b>/07.</b><br>20 CRÉDS.<br>* Taller de Proyectos Digitales<br>** Advertising Planning<br>* Fotografía Publicitaria<br>** Producción y Narración<br>* Plan de Inversión en Medios<br>** Instrumentos para la Gestión<br>** Electivo  | <b>/08.</b><br>22 CRÉDS.<br>* Estrategia Digital Publicitaria<br>* Enfoques Teóricos de la Investigación<br>* Taller de Desarrollo Audiovisual<br>** Semiótica Publicitaria<br>** Optimización de la Inversión Publicitaria<br>** Gestión de Empresas de Comunicación<br>** Electivo<br>** Electivo |
| <b>/09.</b><br>17 CRÉDS.<br>** Casuística Publicitaria<br>* Proyecto de Investigación Académica 1<br>** Ética Profesional<br>** Medición y Rentabilidad de Campañas<br>** Electivo<br>** Electivo  | <b>/10.</b><br>14 CRÉDS.<br>** Campañas<br>* Proyecto de Investigación Académica 2<br>** Marco Legal Publicitario<br>** Electivo<br>** Electivo   |

## Campus

≥ Esta carrera se dicta en todos los campus: Monterrico, San Isidro, San Miguel y Villa.