



Especialidad en Publicidad en Medios Interactivos

El espacio laboral generado por la emergencia de las tecnologías digitales abre un espectro para el publicista formado en la comprensión, propuesta y adaptación de campañas publicitarias para Internet, celulares, podcast y otras plataformas que adquieren auge como medios alternos e interactivos especialmente entre grupos juveniles.

La interactividad debe ser una forma de pensar la comunicación y, por lo tanto, la publicidad, para generar campañas accesibles y de alta penetración, utilizando los recursos tecnológicos, pero también planeando los esfuerzos publicitarios a partir de una mirada comunicológica de vanguardia.

La publicidad interactiva no se reduce a Internet, sino a la sinergia de todos los medios disponibles, aprovechando los lenguajes específicos; las posibilidades de la interactividad deben ser planteadas mediante propuestas innovadoras.

Desde el inicio del programa, el alumno trabaja con un caso real y con él se titula dentro del plazo de duración de la especialidad.

>Por qué la UIC

La Universidad Intercontinental goza de una larga tradición en la formación de profesionistas que se insertan en el área de la comunicación y aporta una visión teórica y metodológica propia a partir de la comunicología y la comunicometodología. No se trata de una aproximación técnica, sino de una mirada profesional del mundo publicitario y de las posibilidades de los medios virtuales.

>Objetivos

- Formar especialistas con un amplio conocimiento en el manejo y empleo de lenguajes interactivos aplicados a la publicidad
- Formar especialistas capaces de generar propuestas innovadoras para proyectos de desarrollos virtuales competitivos en el área publicitaria
- Capacitar a los especialistas para el estudio, diagnóstico y solución de problemas de comunicación publicitaria desde una aproximación comunicometodológica

>Estructura

- La especialidad tiene una estructura modular; dividida en cuatro módulos de ocho semanas cada uno, que se imparten en dos semestres; es decir, la duración total es de un año, con un total de 45 créditos.
- El programa está diseñado en modalidad mixta, por lo que algunas asignaturas pueden ser cursadas a distancia y otras son presenciales.
- Las clases se imparten en el Área de Posgrado, Investigación y Educación Continua, Campus Sur, ubicada en Insurgentes Sur 4303, Col. Santa Úrsula Xitla, Tlalpan, D.F. Teléfono 5487 13 00 extensiones 1491, 4442 y 4443.
- Los cursos se llevan a cabo en horario vespertino durante 4 días a la semana.

>Perfil de ingreso

Egresados de las licenciaturas en Comunicación, Publicidad, Diseño Gráfico, o áreas afines, así como profesionistas que requieran conocimientos sistematizados de la publicidad en medios interactivos para su desarrollo laboral.

>Perfil de egreso

El egresado será capaz de:

- Analizar las necesidades publicitarias de un sistema específico para desarrollar un plan estratégico de comunicación.
- Aplicar las técnicas de producción de medios interactivos audiovisuales y digitales para la elaboración de diversos productos comunicativos publicitarios.
- Propiciar cambios sustanciales en los medios interactivos para una adecuada dinámica sociocultural en el entorno publicitario.

>Planta docente

Se conforma por académicos con posgrado en el área de comunicación y con amplia experiencia docente y laboral, tanto en agencias de publicidad, como en diseño web y elaboración de productos publicitarios para Internet.

// Duración

Un año, incluyendo la titulación integrada.

// Requisitos de ingreso

- Ser titulado o pasante de licenciatura en áreas relativas
- Dominar el idioma inglés en el nivel de comprensión de lectura. Presentar constancia
- Llenar solicitud de ingreso
- Entrevistarse con la coordinación
- Presentar currículum vitae actualizado

Entregar la siguiente documentación:

- Original y copia del acta de nacimiento
- Original y copia del certificado de estudios de licenciatura
- 6 fotografías tamaño credencial, óvalo en blanco y negro, papel mate de estudio fotográfico, recientes e iguales
- Copia de una identificación oficial y de la CURP
- Copia de comprobante de domicilio actualizada

Para titulados:

- Copia del título profesional o del acta del examen (en caso de no contar con el título todavía)
- Copia de cédula profesional

Para estudiantes que opten por titulación de la licenciatura por 45 créditos del posgrado:

- Copia de carta de autorización de la Unidad Académica y/o de la institución de procedencia
- Copia de constancia de acreditación del requisito de idioma
- Copia de constancia de terminación del servicio social

Para extranjeros:

- Copia de forma migratoria vigente
- Copia de equivalencia o revalidación de estudios

// Datos de contacto

Mtra. Diana Cardona
dcardona@uic.edu.mx
5487-1300 ext. 4442 y 4443

>Plan de estudios

- Comunicología y Comunicometodología
- Introducción a la Interactividad
- Introducción a la Publicidad
- Introducción a los Medios Interactivos
- Intervención Estratégica
- Lenguaje Interactivo
- Proceso Publicitario
- Producción en Medios Interactivos
- Creatividad Publicitaria
- Narrativa Interactiva
- Realización en Medios Interactivos
- Desarrollo de Proyectos
- Taller de Creatividad Publicitaria
- Aplicación en Medios Interactivos



// Las clases se imparten en el Área de Posgrado, Investigación y Educación Continua, Campus Sur.



// Ubicado en Insurgentes Sur 4303, Col. Santa Úrsula Xitla, Tlalpan, D.F. Teléfono 5487 13 00 extensiones 1491, 4442 y 4443.