

	SEMESTRE I	SEMESTRE II	SEMESTRE III	SEMESTRE IV	SEMESTRE V	SEMESTRE VI	SEMESTRE VII	SEMESTRE VIII
FUNDAMENTACIÓN BÁSICA 15 créditos	3 Cr. PROCESO DE CREACIÓN EN LAS ARTES Y EL DISEÑO	3 Cr. VISUALIZACIÓN EN LAS ARTES Y EL DISEÑO Procesos de Creación en las Artes y el Diseño	3 Cr. IMAGEN Y SENTIDO Visualización en las Artes y el Diseño	3 Cr. NARRATIVAS EN LAS ARTES Y EL DISEÑO Visualización en las Artes y el Diseño	3 Cr. CREATIVIDADES MÚLTIPLES Visualización en las Artes y el Diseño 0 Cr. EXAMEN DE SEGUIMIENTO *68 créditos aprobados del plan de estudios.			
FUNDAMENTACIÓN ESPECÍFICA 97 créditos	6 Cr. LABORATORIO: DISEÑO Y PRODUCCION VISUAL	6 Cr. LABORATORIO: NARRATIVAS CREATIVAS Y PUBLICITARIAS Laboratorio: Diseño y producción visual	6 Cr. LABORATORIO: FOTOGRAFÍA E IMAGEN PUBLICITARIA Laboratorio: Narrativas creativas y publicitarias	6 Cr. LABORATORIO: PRODUCCIÓN CONTENIDOS AUDIOVISUALES Laboratorio: Fotografía e imagen publicitaria	6 Cr. TALLER ESTRATEGIA Y PLANEACIÓN PUBLICITARIA Laboratorio: Producción contenidos audiovisuales	6 Cr. TALLER DE BRANDING Taller Estrategia y planeación publicitaria y Examen de seguimiento	6 Cr. TALLER CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Taller Branding	6 Cr. OPCIÓN DE GRADO Taller campañas publicitarias
	3 Cr. HISTORIA Y TEORIA DE LA PUBLICIDAD	3 Cr. SOCIOLOGÍA, ECOLOGÍA Y PUBLICIDAD	3 Cr. VISUALIZACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS EN CIENCIAS SOCIALES Taller de data cuantitativa e Insights para Publicidad y Fundamentos de Marketing para Publicidad	3 Cr. SEMIOTICA PUBLICITARIA	3 Cr. CONCEPTUALIZACIÓN Y MÉTODOS CREATIVOS	3 Cr. COMUNIDADES DIGITALES	3 Cr. INVESTIGACIÓN APLICADA EN PUBLICIDAD	3 Cr. PROJECT MANAGEMENT Taller campañas publicitarias
	3 Cr. FUNDAMENTOS DEL MARKETING PARA PUBLICIDAD	3 Cr. TALLER DE DATA CUANTITATIVA E INSIGHTS PARA PUBLICIDAD	3 Cr. PSICOLOGÍA Y PUBLICIDAD	3 Cr. INVESTIGACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Visualización y Análisis de Datos en Ciencias Sociales	3 Cr. INTELIGENCIA ARTIFICIAL, TECNOLOGÍAS EMERGENTES Y ENTORNOS DIGITALES	3 Cr. MEDIOS, CREATIVIDAD Y ESTRATEGIA Taller estrategia y planeación publicitaria	3 Cr. SHOPPER MARKETING Y MEDIOS PUBLICITARIOS Medios, creatividad y estrategia	4 Cr. PORTAFOLIO, PERFIL, EMPLEABILIDAD Y EMPRENDIMIENTO Taller campañas publicitarias
ELECTIVAS 09 créditos						3 Cr. ELECTIVA I	3 Cr. ELECTIVA II	3 Cr. ELECTIVA III
IDIOMA EXTRANJERO 06 créditos		2 Cr. INGLÉS A1	2 Cr. INGLÉS A2 INGLÉS A1	2 Cr. INGLÉS B1 INGLÉS A2				
FUNDAMENTACIÓN HUMANÍSTICA 08 créditos	2 Cr. ÉTICA, CIUDADANÍA Y PAZ				2 Cr. HUMANIDADES I	2 Cr. HUMANIDADES II Humanidades I	2 Cr. HUMANIDADES III Humanidades II	
Total Créditos	135	17	17	17	17	17	17	16

Esta es la ruta académica sugerida por el Programa. Los estudiantes son autónomos en la selección de su horario cada semestre, en virtud de la flexibilidad curricular y de los prerrequisitos establecidos.

IDIOMA INGLÉS: Los estudiantes que a su ingreso al programa demuestren el nivel de inglés B1 según el Marco Común Europeo, dedicarán estos créditos a la profundización del estudio en este o en otros idiomas, según su preferencia y de acuerdo con la oferta de la Universidad.

EXAMEN DE SEGUIMIENTO: Cada programa realiza exámenes orientados al seguimiento académico de sus estudiantes, cuyos resultados sirven para retroalimentar al Programa, a las metodologías de enseñanza-aprendizaje y al plan de mejoramiento. El Examen de Seguimiento es requisito de grado y debe presentarse al haber aprobado 68 créditos académicos.

CONVENCIONES

No. de	NOMBRE DE LA ASIGNATURA
	Requisitos de la asignatura