

**Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:**

Impresión realizada el: 11-05-2021

**Detalle de la carrera**

IES: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
Siglas: ULVR
Código sniese: 1030
Tipo de financiamiento: PARTICULAR COFINANCIADA
Sitio web: <http://www.ulvr.edu.ec/>
Tipo de IES: UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS

Estado de la carrera: VIGENTE
Tipo de carrera: TERCER NIVEL
Campo amplio: CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
Campo específico: PERIODISMO E INFORMACIÓN
Campo detallado: PERIODISMO, COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD
Programa: PUBLICIDAD
Título que otorga: LICENCIADO/A EN PUBLICIDAD
Codificación: 650321C01
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: GUAYAS
Cantón: GUAYAQUIL
Ciudad: GUAYAQUIL
Duración: 9
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:16
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 120,00
Valor del arancel: \$ 1.388,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-19-NO.305-2016
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2016-05-18
Año de aprobación: 2016
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2021-05-18
N° de estudiantes por paralelo: 45 estudiantes.

Convenio con otras entidades:

- MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD
- INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
- UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
- UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
-
-

N° de horas: 7.200 Horas.



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 11-05-2021



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

PARA SER ESTUDIANTE DE LA ULVR, ÉL O LA ASPIRANTE DEBEN CUMPLIR LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

- CUMPLIR Y APROBAR EL PROCESO DE ADMISIÓN DE LA UNIVERSIDAD CONTEMPLADO EN EL ARTÍCULO 53 DEL ESTATUTO ORGÁNICO, EL CUAL ESTÁ EN ARMONÍA CON EL SNNA (NO SE REQUIERE APROBAR EL EXAMEN DEL SNNA PORQUE SOMOS UNIVERSIDAD PRIVADA NO PÚBLICA)

- APROBAR EL CURSO DE NIVELACIÓN O EXAMEN DE EXONERACIÓN.

- LLENAR LA SOLICITUD DE MATRÍCULA EN ESPECIE VALORADA.

- TÍTULO DE BACHILLER REFRENDADO (ORIGINAL Y COPIA) O DOCUMENTO LEGALIZADO Y REFRENDADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL ECUADOR.

SI SON ESTUDIANTES NACIONALES INCLUIR:

- FOTOCOPIA A COLOR DE LA CÉDULA DE CIUDADANÍA.

- FOTOCOPIA A COLOR DEL CERTIFICADO DE VOTACIÓN DEL ÚLTIMO PROCESO ELECTORAL.

- PARTIDA DE NACIMIENTO ORIGINAL, SIN ENMENDADURAS PARA VERIFICAR LOS NOMBRES REALES DE INSCRIPCIÓN.

- FOTOCOPIA DEL TÍTULO UNIVERSITARIO (PARA ESTUDIANTES PROFESIONALES).

SI SON ESTUDIANTES EXTRANJEROS INCLUIR:

- FOTOCOPIA A COLOR DEL PASAPORTE CON LA VISA V-12 O LA VIGENTE A LA FECHA

EN EL FORMULARIO DE PRE REGISTRO DE ADMISIÓN QUE SE ADJUNTA, SE SOLICITA A LOS ASPIRANTES INDICAR LA ETNIA A LA QUE PERTENECE, CARNET DE CONADIS, SI TIENE ALGÚN TIPO DE DISCAPACIDAD. ESTO SE REALIZA CON LA FINALIDAD DE CREAR UNA BASE DE DATOS QUE SE DIRECCIONA A BIENESTAR ESTUDIANTIL PARA COORDINAR ACCIONES INHERENTES A LA AYUDA POR INCLUSIÓN Y EQUIDAD

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES EN EL ÁREA DE LA PUBLICIDAD CON RESPONSABILIDAD SOCIAL PENSAMIENTO HOLÍSTICO Y SISTÉMICO CAPACES DE CREAR MENSAJES PROFUNDOS, CREATIVOS Y ÉTICOS QUE INCIDAN EN HÁBITOS DE CONSUMO RESPONSABLES DE LA SOCIEDAD Y EN EL POSICIONAMIENTO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ECUATORIANOS.

Perfil de ingreso:

EL PROCESO DE ADMISIÓN A ULVR NO REQUIERE APROBAR EL EXAMEN DEL SNNA PORQUE SOMOS UNIVERSIDAD PRIVADA NO PÚBLICA.

PARA INGRESAR A LA CARRERA DE PUBLICIDAD DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO DE LA ULVR, EN ARMONÍA CON LOS REQUERIMIENTOS INSTITUCIONALES Y DEL SISTEMA NACIONAL DE NIVELACIÓN Y ADMISIÓN (SNNA), EL ASPIRANTE DEBERÁ DEMOSTRAR:

A.- CONOCIMIENTOS BÁSICOS CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS EN CUATRO ASIGNATURAS QUE SON: PSICOLOGÍA, SOCIEDAD Y CULTURA, MATEMÁTICAS, COMUNICACIÓN ACADÉMICA Y PROYECTO DE VIDA, EN LAS CUALES PARA APROBAR EL ASPIRANTE DEBERÁ OBTENER UN MÍNIMO DE 8/10 PUNTOS EN CADA ASIGNATURA.

B.- CAPACIDADES BÁSICAS

COMPRESIÓN LECTORA, CAPACIDAD ANALÍTICA PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS, ORIENTACIÓN HACIA EL TRABAJO EN EQUIPO Y LIDERAZGO, QUE SE MIDEN A TRAVÉS DE PRUEBAS, EN DONDE EL NIVEL MÍNIMO PARA APROBAR SERÁ DE UN 60%.

C.- PERSONALIDAD

ENTREVISTA Y TEST CUALITATIVO PARA DETERMINAR LA AFINIDAD DEL ASPIRANTE HACIA LAS CIENCIAS SOCIALES, ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES POSIBILITARÁN EL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES Y ACTITUDES DE LOS FUTUROS PROFESIONALES PARA CONSOLIDAR SUS VALORES REFERENTES A LA PERTINENCIA, LA BIO-CONCIENCIA, LA PARTICIPACIÓN RESPONSABLE, LA HONESTIDAD, Y OTROS?

- RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES QUE POSIBILITARÁN EL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES Y ACTITUDES DE LOS FUTUROS PROFESIONALES PARA CONSOLIDAR SUS VALORES REFERENTES A LA PERTINENCIA, LA BIO-CONCIENCIA, LA PARTICIPACIÓN RESPONSABLE, LA HONESTIDAD, Y OTROS

- MANIFIESTA UN COMPORTAMIENTO ÉTICO, RESPETO POR LA INTERCULTURALIDAD, VALORES CIUDADANOS Y PROMUEVE LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL.

- HACE UN CORRECTO USO DE LOS ENFOQUES DE GÉNERO, DIVERSIDAD CULTURAL Y ÉTNICA EN LOS DIFERENTES MENSAJES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES RELACIONADOS CON EL DOMINIO DE TEORÍAS, SISTEMAS CONCEPTUALES, MÉTODOS Y LENGUAJES DE INTEGRACIÓN DEL CONOCIMIENTO, LA PROFESIÓN Y LA INVESTIGACIÓN DESARROLLARÁ EL FUTURO PROFESIONAL?

- RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES RELACIONADOS CON EL DOMINIO DE TEORÍAS, SISTEMAS CONCEPTUALES, MÉTODOS Y LENGUAJES DE INTEGRACIÓN DEL CONOCIMIENTO, LA PROFESIÓN Y LA INVESTIGACIÓN DESARROLLARÁ EL FUTURO PROFESIONAL

- DESARROLLA COMPETENCIAS PARA LA REDACCIÓN DE MENSAJES PUBLICITARIOS CON ALTOS VALORES HUMANÍSTICOS, DEMOCRÁTICOS Y RESPETO A LA DIVERSIDAD CULTURAL.

- INTERPRETA EL FENÓMENO DE LA COMUNICACIÓN DE FORMA HISTÓRICA, HOLÍSTICA E INTEGRAL PARA SU EFICAZ DESEMPEÑO COMUNICATIVO.

- DOMINA LOS FENÓMENOS PSICOLÓGICOS (PERCEPCIÓN, MOTIVACIÓN, ACTITUDES Y OTROS) Y SU INFLUENCIA EN LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR.

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES RELATIVOS A LAS CAPACIDADES COGNITIVAS Y COMPETENCIAS GENÉRICAS SON NECESARIAS PARA EL FUTURO EJERCICIO PROFESIONAL?

- RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES RELATIVOS A LAS CAPACIDADES COGNITIVAS Y COMPETENCIAS GENÉRICAS SON NECESARIAS PARA EL FUTURO EJERCICIO PROFESIONAL

- CONTEXTUALIZA LAS HERRAMIENTAS DEL MARKETING AL MERCADO NACIONAL Y DESARROLLA ESTRATEGIAS GLOBALES PARA EL POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS NACIONALES EN EL MERCADO GLOBAL.

- DISEÑA CAMPAÑAS PUBLICITARIAS CON ENFOQUE ÉTICO, HOLÍSTICO, SISTÉMICO E INTERCULTURAL.

- EMPRENDE EN EL ÁREA DE LA PUBLICIDAD CREANDO Y GESTIONANDO CON RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA SU PROPIA AGENCIA DE PUBLICIDAD.

- DOMINA LOS ELEMENTOS DE LA MARCA COMO SISTEMA VISUAL Y SU IMPORTANCIA PARA EL RECONOCIMIENTO Y POSICIONAMIENTO DE ESTA.

- UTILIZA LAS NUEVAS HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS DE LA PUBLICIDAD DIGITAL EN MENSAJES, CAMPAÑAS Y OTRAS FORMAS DE COMUNICACIÓN.

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES QUE SE RELACIONAN CON EL MANEJO DE MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS PROFESIONALES E INVESTIGATIVOS SON NECESARIOS PARA EL DESEMPEÑO DEL FUTURO PROFESIONAL?

- RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES QUE SE RELACIONAN CON EL MANEJO DE MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS PROFESIONALES E INVESTIGATIVOS SON NECESARIOS PARA EL DESEMPEÑO DEL FUTURO PROFESIONAL.

- INFIERE UNA PREDISPOSICIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA COMO MEDIO PARA SOLUCIONAR PROBLEMAS PUBLICITARIOS.

- DOMINA LA EPISTEMOLOGÍA, MÉTODOS Y TÉCNICAS PARA LA INVESTIGACIÓN EN PUBLICIDAD Y SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD

- DISEÑA PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DE PUBLICIDAD CON ENFOQUE SOCIAL, CULTURAL O DE EMPRENDIMIENTO.

Objeto de estudio:

LO QUE SE ESTUDIA O INTERVIENE EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL

LA PUBLICIDAD ES UN FENÓMENO COMUNICATIVO DE MASAS CON FUERTE INFLUENCIA EN LAS FORMAS DE PENSAR Y ACTUAR DE LOS MIEMBROS DE UNA SOCIEDAD.

POR LO CUAL SE ESTUDIA COMO NÚCLEOS BÁSICOS:

- LA COMPRENSIÓN DE LOS FENÓMENOS DE LA COMUNICACIÓN FORMA AL ESTUDIANTE PARA QUE MUESTRE ESQUEMAS RAZONABLES, MEDIANTE UN ANÁLISIS QUE PERMITA RECONOCER PROBLEMAS DEL ENTORNO SOCIAL BASADOS EN LA ÉTICA Y EL COMPROMISO CIUDADANO.

- LA APLICACIÓN DE SABERES EN EL CAMPO AMPLIO DE LA PUBLICIDAD QUE PERMITE FORMAR AL ESTUDIANTE PARA QUE DEMUESTRE UNA VISIÓN MÁS INTEGRAL, ENFRENTANDO LOS CAMBIOS EN LOS ESCENARIOS PSICOLÓGICOS SIN AFECTAR EL COMPONENTE SOCIAL.

- INVESTIGACIÓN PARA LA ACTUACIÓN PROFESIONAL, FORMA AL ESTUDIANTE PARA QUE FORJE Y DESARROLLE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN QUE SOLUCIONAN PROBLEMAS DE SU ENTORNO SOCIAL Y GLOBAL.

- LA GESTIÓN DE ESCENARIOS SOCIOCULTURALES, ENSEÑA AL ESTUDIANTE PARA QUE EJECUTE ACCIONES DE TRABAJO EN EQUIPO INTERDISCIPLINARIO CON CAPACIDAD DE LIDERAZGO PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES.

- LA COMUNICACIÓN INTEGRAL, LA CARRERA DE PUBLICIDAD DESARROLLA NARRATIVAS ORIGINADAS EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN, Y PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES E INCORPORA LAS TIC'S PARA COMUNICARSE EN UN MUNDO GLOBALIZADO.

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

- PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN