

Publicidad

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LETRAS



¿Por qué estudiar Publicidad en la UDP?

Publicidad compleja para una sociedad cambiante

Aprenderás primero a pensar y luego a crear y difundir campañas comunicacionales a partir de la reflexión estratégica y la observación crítica de una sociedad que evoluciona.

Conocimiento de redes y medios

Podrás situar mensajes y contenidos en el lugar y momento oportunos, gracias al entendimiento de las audiencias y al manejo de los medios digitales.

Creatividad efectiva

Crearás historias únicas y reveladoras que movilizarán a la acción a través de campañas capaces de conectar profundamente con el público.

Ponderaciones

NEM

10%

Ranking NEM

30%

Competencia
Lectora

40%

Competencia
Matemática 1 (M1)

10%

Ciencias o Historia
y Ciencias Sociales

10%



Comisión Nacional
de Acreditación
CNA-Chile

Universidad Diego Portales
acreditada en nivel de **Excelencia**
en todas las áreas

Gestión Institucional; Docencia de Pregrado, Docencia de Posgrado, Investigación y Vinculación con el Medio.
Hasta noviembre de 2029.

Malla curricular Publicidad UDP

Formación General e Inglés
Laboratorios
Herramientas Digitales
Comportamiento del Consumidor

Contenido y Relato Creativo
Negocios y Emprendimiento
Branding, Marketing y Medios

Código DEMRE
38013

Código SIES
I3S1C13J1V1

01 SEMESTRE	02 SEMESTRE	03 SEMESTRE	04 SEMESTRE	05 SEMESTRE	06 SEMESTRE	07 SEMESTRE	08 SEMESTRE
Laboratorio de Publicidad	Laboratorio de Narrativa de Marca	Laboratorio de Metodologías Creativas	Laboratorio de Branding	Laboratorio Transmedia	Laboratorio de Comunicación Integrada	Clínica Profesional	Práctica Profesional
Taller deImagen y Retoque Digital	[FI] Taller de Video y Animación Digital	Taller de Integración Gráfica y Audiovisual	Taller de Análisis y Gestión de Contenido Digital		Taller de Diseño y Plataformas Digitales I	Taller de Diseño y Plataformas Digitales II	Electivo
	Teoría e Investigación en Comunicación	Técnicas Cualitativas y Análisis de la Comunicación Publicitaria	Etnografía del Consumo	Técnicas Cuantitativas y Audiencias	Seminario de Investigación Publicitaria		Electivo
Imagen y Cultura	[FI] Creación y Narrativa	Narrativa Publicitaria	Storytelling y Guion	Comunicación Electoral y Gubernamental		Portafolio y Marca Personal	
Ética y Legislación		Economía de la Empresa	Gestión de Emprendimientos Publicitarios	[FI] Comunicación Estratégica Interna	[FI] Sostenibilidad y Comunicación Estratégica Externa	Electivo	
Marketing Estratégico	Marketing Metrics		Análisis y Estrategia de Branding	Estrategia y Creatividad en Medios	Analítica y Audiencias Digitales		
Inglés General I	Inglés General II	Inglés General III		Curso de Formación General	Curso de Formación General	Curso de Formación General	Curso de Formación General

PRÁCTICA PROFESIONAL

Se desarrolla en el ciclo formativo final de la carrera, durante el VIII semestre. El estudiantado aplica saberes, competencias y habilidades adquiridas durante su trayectoria formativa. Como apoyo a este ciclo previo a la práctica se encuentra la Clínica Profesional (VII semestre), asignatura en la que se trabaja con clientes reales comunicacionales.

Malla sujeta a cambios.
Información actualizada en noviembre 2025

Revisa aquí para
más información



Ubicación
Campus Urbano

