



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

# **UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,  
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**SECCIÓN DE POSGRADO**

## **CURRÍCULO DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN PUBLICIDAD**

**GRADO ACADÉMICO QUE OTORGA:**

**MAESTRO EN PUBLICIDAD**

**(Versión Ejecutiva)**

**Fecha de actualización**

**01 de diciembre del 2015**

## **I. OBJETIVOS ACADÉMICOS**

### **1.1 Objetivo general**

El objetivo de la Maestría en Publicidad, es aportar la formación teórica y práctica necesaria para que los profesionales de la publicidad, la comunicación y el marketing sean capaces de dar valor a sus organizaciones.

### **1.2 Objetivos específicos**

- Formar investigadores que sean capaces de planificar, diseñar, investigar e integrar las actividades de una organización en las áreas especializadas, contando con una base de conocimientos y habilidades altamente especializados, a fin de proponer, ejecutar y monitorear soluciones de innovación y cambio en su gestión, acordes con el avance de la ciencia y con el apoyo de los cambios tecnológicos.
- Fomentar que los investigadores diseñen el planeamiento estratégico publicitario de una organización, teniendo en cuenta su dimensión, volumen y proyecciones.
- Otorgar instrumentos teóricos y metodológicos para elevar la especialización publicitaria a mayores niveles profesionales y académicos, logrando así la formación de una nueva generación de comunicadores que correspondan a la realidad del mercado.
- Consolidar la profesión de publicista como herramienta valiosa de la gestión directriz de las empresas en su contacto con el mercado y con los consumidores.

## II. PERFIL DEL GRADUADO

El egresado del Posgrado (Maestrías) en cualquiera de las especialidades que ofrecemos en Ciencias de la Comunicación: Publicidad está capacitado para desarrollarse como un profesional muy calificado y de elevado nivel científico y académico, capaz de contribuir en su especialidad de la siguiente forma:

- Diseña el planeamiento estratégico publicitario de un producto, de una marca o de una organización, teniendo en cuenta su dimensión, volumen y proyecciones en el mercado.
- Maneja instrumentos metodológicos que le permitan elevar el nivel de la especialización publicitaria para un mejor trabajo profesional y académico.
- Es capaz de planificar, diseñar, investigar e integrar las actividades de una organización en las áreas especializadas de la Publicidad, a fin de proponer y monitorear soluciones de innovación y cambio en la gestión publicitaria, contando para ello con el avance del conocimiento científico, el marketing y el apoyo de la tecnología.

### Actitudes y valores

- Valores éticos: sobretodo el bien, la justicia y la solidaridad
- Respeto al ser humano, reconocimiento de sus derechos y deberes.
- Búsqueda de la verdad.
- Compromiso ético en todo su quehacer.
- Integridad (honestidad, equidad, justicia, solidaridad y vocación de servicio).
- Compromiso con la calidad y búsqueda permanente de la excelencia.
- Actitud innovadora y emprendedora.
- Conservación ambiental.
- □ Compromiso con el desarrollo sostenible del país. (Modelo Educativo USMP, 2016 p. 14)

### III. PLAN DE ESTUDIOS

Código	Curso	HT	HP	TH	Créditos	Pre-Requisitos
	<b>CICLO I</b>					
035202	CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE LA PUBLICIDAD	32	32	64	3	
035204	PUBLICIDAD COMPARATIVA	32	32	64	3	
035201	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	32	32	64	3	
035216	FILOSOFÍA Y ÉTICA	32	32	64	3	
		128	128	256	12	
	<b>CICLO II</b>					
035206	COMUNICACIÓN GLOBALIZADA	32	32	64	3	
035207	LEGISLACIÓN PUBLICITARIA	32	32	64	3	
035205	ADMINISTRACIÓN DEL PROCESO PUBLICITARIO	32	32	64	3	
035214	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO EN MARKETING DIGITAL	32	32	64	3	
		128	128	256	12	
	<b>CICLO III</b>					
035209	AGENCIAS DE PUBLICIDAD	32	32	64	3	
035212	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA	32	32	64	3	035201
035211	PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN PUBLICITARIA	32	32	64	3	
035210	CENTRALES DE MEDIOS	32	32	64	3	
		128	128	256	12	
	<b>CICLO IV</b>					
035213	INVESTIGACIÓN TUTELADA	128	128	256	12	035212