

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

La cualificación profesional del comunicador de hoy le exige el desarrollo de habilidades y competencias aplicadas a los distintos campos de la comunicación. Es el caso de la organización de eventos de todo tipo, que demanda del comunicador, además de conocimientos, su participación en roles complementarios como la planeación, diseño, gerenciamiento y financiación de un proyecto que se concrete en el montaje y puesta en marcha del evento.

COMUNICACIÓN PUBLICITARIA PARA PYMES

Estructurar una visión específica de la publicidad, su producción, operación y costo dentro de un contexto específico organizacional.

TIENDA DE CAMPAÑA

Generar una experiencia real en los estudiantes a través del trabajo con clientes internos y externos desarrollando en ellos responsabilidades etapas de creación e implementación y compromisos que los acerquen al quehacer publicitario en sus diferentes etapas de creación e implementación.

ESTRATEGIA PUBLICITARIA ON LINE

Desarrollar en los estudiantes de Comunicación Publicitaria de la Universidad Autónoma de Occidente competencias que les permitan hacer uso efectivo de las ventajas de Internet y las TICs para optimizar sus estrategias de comunicación integrada de mercadeo.

MARKETING RELACIONAL

Brindar al estudiante una visión clara de "marketing relacional" como un nuevo concepto que ajusta a las necesidades de un mercado cambiante y capacitarlo para que conozca e implemente las herramientas que la disciplina coloca a su disposición de manera estratégica y efectiva acorde a las necesidades del cliente.

PSICOLOGIA DEL CONSUMIDOR

Desarrollar las competencias para comprender, a partir de elementos conceptuales de la Psicología, las relaciones de consumo como un hecho social-cultural complejo, que compromete tanto la construcción subjetiva de las personas, sus identificaciones, sus representaciones del mundo así como sus prácticas sociales y culturales.

SERVICIO AL CLIENTE

Al finalizar la asignatura, los estudiantes comprenderán que el Servicio al Cliente es todo un proyecto de vida, ya que es una herramienta fundamental para ingresar como profesionales o empresarios al mercado y permanecer con éxito en el mismo. Adicionalmente conocer los elementos que componen una estrategia de servicio y su aplicación a un caso real.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Teniendo en cuenta que el perfil del egresado de Comunicación Publicitaria es estratégico, se hace necesario dotar a los estudiantes de elementos teóricos prácticos para el desarrollo y análisis de estrategias, como punto de partida de la campaña publicitaria.

AUTOREGULACIÓN Y RESPON. PUBLICITARIA

Orientar al estudiante sobre los antecedentes y conceptos básicos de la Responsabilidad Social Publicitaria y sus diferentes ejecuciones para proyectarlos a la sociedad, teniendo en cuenta la aplicabilidad de las normas que autorregulan la Publicidad y los entes encargados de su control.

TÉCNICAS EN PRESENTACIONES EFECTIVAS

Proporcionar conocimientos, técnicas y procedimientos necesarios para abordar con éxito la realización de Presentaciones Efectivas, ante los clientes internos y externos de la organización o empresa donde se desempeñen.

RELACIONES PÚBLICAS

La asignatura busca generar habilidades para la comprensión de problemas relacionados con la interacción de las organizaciones con sus diferentes públicos y así mismo, a la generación de estrategias que permitan dirigir y desarrollar proyectos y procesos de relaciones públicas adecuados al contexto de cada organización, con el fin de para apoyar las estrategias integrales de mercadeo, comunicación, publicidad, desarrollo organizacional, gestión asertiva de medios y clima organizacional.