



UNIVERSIDAD  
CATÓLICA

**RESOLUCIÓN RECTORAL No. 46 DE 2017**  
(29 de septiembre de 2017)

**Por medio de la cual se ajusta el Plan de Estudios del programa de Publicidad, metodología Presencial, de la Universidad Católica Luis Amigó, Sede Medellín, con Código Snies 53857.**

**EL RECTOR GENERAL DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ**, en uso de sus atribuciones legales y estatutarias, y

**CONSIDERANDO QUE:**

**PRIMERO.** La Universidad Católica Luis Amigó ofrece actualmente el programa de Publicidad, metodología Presencial, Sede Medellín, según Resolución 04506 del 8 de abril de 2015 expedida por el Ministerio de Educación Nacional y con código Snies 53857.

**SEGUNDO.** Corresponde al Rector General, según el literal h del Artículo 38 del Estatuto General, "Autorizar mediante Resolución Rectoral la modificación de programas de pregrado o de posgrado, tanto para la Sede Principal como para las Seccionales, Centros Regionales u otros lugares donde llegaren a ofrecerse".

**TERCERO.** Conforme a lo establecido en el literal C del numeral 10.4.2.2 de la Estructura Orgánica, es competencia del Comité Curricular del Programa: "Revisar periódicamente el currículo y cuidar de que se mantenga actualizado y en consonancia con el desarrollo del conocimiento y las necesidades de la región."

**CUARTO.** Dicho ajuste no constituye un Plan de Estudios nuevo sino un ajuste en la organización de los cursos en cada nivel del Plan de Estudios del programa, la cual a su vez se presenta como una ruta o propuesta para el estudiante sin que por ello se afecte la flexibilidad curricular y por tanto no implica un plan de equivalencias ni transición por no existir cambios en la denominación o en la cantidad de créditos de los cursos o en el total de créditos del programa ni en la metodología del mismo, ni en ningún otro de los criterios establecidos en el Artículo 2.5.3.2.10.5 del Decreto 1075 de 2015.

**QUINTO.** La Institución busca mejorar el desempeño de los estudiantes en la competencia de lengua extranjera-inglés, por lo cual propone emplear la estrategia de reorganización de los cursos del componente común universitario de inglés en los distintos niveles del Plan de Estudios.



**SEXTO.** El Comité Curricular del programa de Publicidad, según consta en el acta 05 del 17 de julio del 2017 allegada a la Rectoría General para aprobación, estudió ampliamente el tema de reorganización del componente básico de Inglés, contando además con la orientación, asesoría y lineamiento del Departamento de Idiomas de la Universidad Católica Luis Amigó y lo recomienda al Rector General para su análisis y aprobación.

**SÉPTIMO.** Revisada la documentación del Comité Curricular, el Rector General encuentra que se ajusta a los lineamientos y políticas institucionales, como a la normativa que rige la Educación Superior en Colombia.

### RESUELVE:

**ARTÍCULO PRIMERO.** Aprobar el siguiente ajuste al Plan de Estudios del programa de Publicidad, metodología Presencial, ofrecido en la Sede Medellín, tal como se describe a continuación, con la reubicación de algunos cursos en los distintos niveles:

NIV.	COD. CURSO	NOMBRE DEL CURSO	CR.	H.T.D	H.T.I	T.H.T.A	T.C.N.
1	ASH01	CONTEXTO AMIGONIANO Y HUMANISMO	2	32	64	96	30
	ATI01	COMPETENCIAS FUNDAMENTALES EN TIC	2	32	64	96	
	PU001	EPISTEMOLOGIA PUBLICITARIA	2	48	48	96	
	PU005	REDACCION Y ORTOGRAFIA	2	48	48	96	
	PU060	FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	2	48	48	96	
	PU061	ESTADISTICA	2	48	48	96	
	PUE101	CREDITOS ELECTIVOS PUBLICIDAD	16	768	0	768	
	PUTC01	DISEÑO BÁSICO: TALLER CENTRAL	2	48	48	96	
2	ASH02	ANTROPOLOGIA Y COSMOVISIONES	2	32	64	96	12
	PU010	FOTOGRAFIA BASICA	2	48	48	96	

	PU062	MERCADO E INVESTIGACION	3	72	72	144	
	PU063	COMPOSICION BIDIMENSIONAL	2	48	48	96	
	PUTC02	PROCESOS GRAFICOS: TALLER CENTRAL	3	72	72	144	
3	ALE01	INGLES I	2	32	64	96	16
	ALE02	INGLES II	2	32	64	96	
	ASH03	ETICA Y AXIOLOGIA	2	32	64	96	
	PU014	DISEÑO VECTORIAL	3	72	72	144	
	PU064	TEORIAS DE LA COMUNICACION	3	72	72	144	
	PU065	APRECIACION CINEMATOGRAFICA	2	48	48	96	
	PUTC03	IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA: TALLER CENTRAL	2	48	48	96	
4	ALE03	INGLES III	2	32	64	96	17
	ALE04	INGLES IV	2	32	64	96	
	PU020	IMAGEN DIGITAL	3	72	72	144	
	PU066	PSICOLOGIA PUBLICITARIA	3	72	72	144	
	PU067	ARTE UNIVERSAL	2	48	48	96	
	PU068	REDACCION PUBLICITARIA	2	48	48	96	
	PUTC04	ESTRATEGIA Y TACTICA DE MEDIOS: TALLER CENTRAL	3	72	72	144	
5	AFI01	GENERA. DEL PROCESO DE INVES. Y CONSTRUCCION DE OBJETOS DE ESTUDIO	2	32	64	96	17
	ALE05	INGLES V	2	32	64	96	
	ALE06	INGLES VI	2	32	64	96	

	PU023	PLANIFICACION Y NEGOCIACION DE MEDIOS	2	48	48	96	
	PU024	SEMIOTICA DE LA IMAGEN	2	48	48	96	
	PU069	ESTRATEGIA Y POSICIONAMIENTO	2	48	48	96	
	PUTC05	PROCESOS CREATIVOS: TALLER CENTRAL	2	48	48	96	
	PUTC06	MULTIMEDIA Y NUEVOS MEDIOS: TALLER CENTRAL	3	72	72	144	
6	AFI02	CONSTRUCCION TEORICA EN PROCESOS DE INVESTIGACION	2	32	64	96	18
	ALE07	INGLES VII	2	32	64	96	
	ALE08	INGLES VIII	2	32	64	96	
	ASH04	DESARROLLO HUMANO Y FORMACION SOCIOPOLITICA	2	32	64	96	
	PU070	SOCIEDAD Y CONSUMO	3	72	72	144	
	PU071	ADMINISTRACION	2	48	48	96	
	PU072	MUSICA PUBLICITARIA	2	48	48	96	
	PUTC07	CONCEPTUALIZACION DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS: TALLER CENTRAL	3	72	72	144	
7	AFI03	DISEÑO METODOLOGICO	2	32	64	96	17
	ALE09	INGLES IX	2	32	64	96	
	ALE10	INGLES X	2	32	64	96	
	PU012	FOTOGRAFIA PUBLICITARIA	2	48	48	96	
	PU031	PRODUCCION DE TELEVISION	2	48	48	96	
	PU073	RADIO PUBLICITARIA	2	48	48	96	
	PU074	DISEÑO WEB	2	48	48	96	

	PUTC08	GESTION DE EVENTOS: TALLER CENTRAL	3	72	72	144	
8	PU075	PROYECTOS COMUNITARIOS	2	48	48	96	12
	PU076	NORMATIVA PUBLICITARIA	2	48	48	96	
	PU077	EDICION DIGITAL DE VIDEO	3	72	72	144	
	PU078	INVESTIGACION PUBLICITARIA	2	48	48	96	
	PUTC09	CAMPAÑA PUBLICITARIA DE BIEN SOCIAL: TALLER CENTRAL	3	72	72	144	
9	PUPP01	PRACTICA PROFESIONAL	8	192	192	384	11
	PUTG01	TRABAJO DE GRADO: TALLER CENTRAL	3	72	72	144	
10	PUPP02	PRACTICA PROFESIONAL	7	168	168	336	10
	PUTG02	TRABAJO DE GRADO: TALLER CENTRAL	3	72	72	144	
<b>TOTAL CREDITOS/HORAS DEL PROGRAMA</b>			<b>160</b>	<b>3936</b>	<b>3744</b>	<b>7680</b>	

CR.: CREDITOS ACADEMICOS; H.T.D: HORAS DE TRABAJO DIRECTO; H.T.I: HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE

T.H.T.A: TOTAL HORAS TRABAJO ACADEMICO; T.C.N.: TOTAL CREDITOS NIVEL

**ARTÍCULO SEGUNDO.** Actualizar el Plan de Estudios del Programa de Publicidad, metodología Presencial, ofrecido en la Sede Medellín. Los estudiantes deberán tomar los cursos conjuntamente con el fin de desarrollar el nivel de competencia establecido en el marco común europeo.

**ARTÍCULO TERCERO.** Con el fin de proceder con el ajuste aprobado, se delegan las siguientes responsabilidades:

- 1) El Departamento de Admisiones y Registro Académico deberá ajustar en el Sistema Académico los cambios efectuados en la reorganización de los cursos en los distintos niveles del Programa.
- 2) La Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño en conjunto con la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas, deberá actualizar los documentos y sitios virtuales en los que se presenta el plan de estudios con la nueva reorganización de los cursos en cada uno de los niveles del mismo.
- 3) La Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño deberá Informar por distintos medios a los estudiantes sobre el ajuste y la nueva reorganización de los cursos en cada uno de los niveles del Plan de estudios del Programa y las implicaciones que dicho ajuste pretende alcanzar en el mejoramiento académico de los estudiantes, particularmente en el desempeño en la lengua extranjera-inglés.

**ARTÍCULO CUARTO.** Los estudiantes que ya se encuentran matriculados en los diferentes niveles del Programa continuarán con sus estudios sin que dicha reorganización de cursos los afecte, salvo que por libre y voluntaria decisión decidan acogerse a esta propuesta curricular. Este ajuste solo aplicará para estudiantes nuevos que se matriculen al Programa a partir del 1 de enero del 2018.

**PARÁGRAFO 1.** Los reconocimientos de los cursos de inglés para estudiantes que provengan de otras Instituciones de Educación Superior o que tengan convenios vigentes con la Universidad Católica Luis Amigó, estarán supeditados a la aprobación de la competencia específica según cada nivel, para lo cual se deberán pagar los derechos pecuniarios que determine la Institución.

**PARÁGRAFO 2.** Facúltese a la Vicerrectoría Académica para que conjuntamente con la Coordinación del Departamento de Idiomas revise casos particulares de estudiantes de reingreso y, aplicando el principio de favorabilidad determinen si el estudiante debe cursar las asignaturas de inglés bajo la distribución vigente antes de la expedición de esta norma o bajo la nueva distribución.

Dado en Medellín, a los veintinueve (29) días del mes de septiembre de dos mil diecisiete (2017).

**COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE**

**EI RECTOR GENERAL**

Padre **JOSÉ WILMAR SÁNCHEZ DUQUE**

**EI SECRETARIO GENERAL**

**FRANCISCO JAVIER ACOSTA GÓMEZ**

