



# Licenciatura en Comunicaciones Integradas de Marketing

## ¿QUÉ ES CIM?

Es el proceso estratégico de planificación, creación, ejecución de los puntos de contacto, medios y mensajes idóneos para proyectar coherentemente la identidad de la organización ante sus stakeholders, con el propósito de construir relaciones sinérgicas y sostenibles.

## PERFIL PROFESIONAL

Como Licenciado en Comunicaciones Integradas de Marketing el estudiante será un profesional integral capaz de:

- ♦ Analizar y conocer al consumidor/usuario y su entorno.
- ♦ Planificar, ejecutar y administrar estrategias de comunicaciones integradas de marketing.
- ♦ Construir relaciones sinérgicas y sostenibles entre la organización y sus públicos.
- ♦ Innovar y romper barreras a través de la comunicación estratégica.
- ♦ Trabajar en equipos colaborativo.s

## CAMPO LABORAL

Su desempeño se efectúa en distintos roles relacionados con la comunicación, el marketing, la publicidad, los medios, inteligencia de mercado, innovación y nuevos negocios. Hay muchos campos en la empresa privada, en organizaciones gubernamentales o no gubernamentales.

Podrá ser asesor en el rubro de comunicaciones integradas de marketing o aún mejor, emprender tu propio proyecto.

Duración: 5 años (10 ciclos)  
Asignaturas: 59  
Unidades Valorativas: 201

### AÑO 1

CICLO 1	CICLO 2
Cód. de materia 0201206 Prerrequisito Bachillerato UV 3 Fundamentos Económicos	Cód. de materia 0201165 Prerrequisito Bachillerato UV 4 Fundamentos de Gestión Empresarial
Cód. de materia 1001145 Prerrequisito Bachillerato UV 4 Teoría de la Comunicación I	Cód. de materia 1001146 Prerrequisito 1001145 UV 4 Teoría de la Comunicación II
Cód. de materia 0101283 Prerrequisito Bachillerato UV 4 Fotografía	Cód. de materia 1001147 Prerrequisito Bachillerato UV 3 Hitos Históricos de la Comunicación
Cód. de materia 0101152 Prerrequisito Bachillerato UV 4 Taller Creativo	Cód. de materia 1001148 Prerrequisito Bachillerato UV 4 Comunicación No Verbal
Cód. de materia 0701040 Prerrequisito Bachillerato UV 3 Redacción	Cód. de materia 0701041 Prerrequisito 0701040 UV 3 Redacción Creativa
Cód. de materia 0801036 Prerrequisito Bachillerato UV 3 Tecnología de la Información y la Comunicación	Cód. de materia 0201207 Prerrequisito Bachillerato UV 3 Matemática Financiera

### AÑO 2

CICLO 1	CICLO 2
Cód. de materia 0201167 Prerrequisito 0201165 UV 4 Marketing Estratégico	Cód. de materia 0201169 Prerrequisito 0201167 UV 3 Planning
Cód. de materia 1001149 Prerrequisito 30 UV UV 3 Comportamiento del Consumidor	Cód. de materia 0201170 Prerrequisito 0201167 UV 3 Estrategia de Producto y Servicio
Cód. de materia 1001150 Prerrequisito 30 UV UV 4 Investigación Cuantitativa	Cód. de materia 1001177 Prerrequisito 1001150 UV 4 Investigación Cualitativa
Cód. de materia 0101153 Prerrequisito Bachillerato UV 4 Taller Audiovisual	Cód. de materia 1001152 Prerrequisito 52 UV UV 3 Psicología
Cód. de materia 0101154 Prerrequisito Bachillerato UV 4 Diseño y Comunicación Visual I	Cód. de materia 0101155 Prerrequisito 0101154 UV 4 Diseño y Comunicación Visual II
Cód. de materia 0201209 Prerrequisito Bachillerato UV 3 Contabilidad Financiera	Cód. de materia 1001153 Prerrequisito 52 UV UV 3 Inteligencia Emocional

### AÑO 3

CICLO 1	CICLO 2
Cód. de materia 0201171 Prerrequisito 0201167 UV 3 Estrategia de Distribución	Cód. de materia 0201214 Prerrequisito 93 UV UV 4 Estrategias de Comunicaciones Integradas de Marketing I
Cód. de materia 0201213 Prerrequisito 0201167 UV 3 Precios y Costos	Cód. de materia 0201215 Prerrequisito 0201167 UV 3 E-business
Cód. de materia 1001178 Prerrequisito 1001177 UV 3 Investigación de Contenido	Cód. de materia 1001156 Prerrequisito 1001155 UV 4 Antropología
Cód. de materia 1001155 Prerrequisito 1001146 UV 4 Sociología de la Comunicación	Cód. de materia 1001179 Prerrequisito 93 UV UV 3 Semiótica
Cód. de materia 0801025 Prerrequisito 72 UV UV 4 Diseño Web	Cód. de materia 0701042 Prerrequisito 0701041 UV 3 Redacción para Multimedia
Cód. de materia 0801026 Prerrequisito 72 UV UV 4 Branding y Nuevas Tecnologías	Cód. de materia 0201216 Prerrequisito 0201209 UV 4 Evaluación de Proyectos

### AÑO 4

CICLO 1	CICLO 2
Cód. de materia 0201176 Prerrequisito 114 UV UV 4 Estrategias de Comunicaciones Integradas de Marketing II	Cód. de materia 0201178 Prerrequisito 134 UV UV 4 Estrategias de Comunicaciones Integradas de Marketing III
Cód. de materia 1001180 Prerrequisito 1001178 UV 4 Investigación en Comunicación	Cód. de materia 0201179 Prerrequisito 134 UV UV 3 Sostenibilidad y RSE
Cód. de materia 1001159 Prerrequisito 1001156 UV 3 Cibercultura	Cód. de materia 0201180 Prerrequisito 134 UV UV 4 Comunicación Organizacional
Cód. de materia 1001160 Prerrequisito 114 UV UV 3 Debate y Argumentación	Cód. de materia 0201181 Prerrequisito 134 UV UV 3 Especialización I
Cód. de materia 0701043 Prerrequisito 114 UV UV 3 Redacción de Textos Académicos	Cód. de materia 0201182 Prerrequisito 134 UV UV 3 Especialización II
Cód. de materia 0201177 Prerrequisito 114 UV UV 3 Gestión de Proyectos	Cód. de materia 0201183 Prerrequisito 0201177 UV 3 Gestión de la Innovación

### AÑO 5

CICLO 1	CICLO 2
Cód. de materia 0201217 Prerrequisito 0201214 UV 4 Gerencia de Marketing	Cód. de materia 0201221 Prerrequisito 174 UV UV 3 Comercio Internacional
Cód. de materia 1001181 Prerrequisito 154 UV UV 3 Sistemas Políticos	Cód. de materia 1001183 Prerrequisito 174 UV UV 3 Filosofía y Epistemología
Cód. de materia 1001182 Prerrequisito 1001180 UV 3 Seminario de Titulación	
Cód. de materia 0201218 Prerrequisito 154 UV UV 3 Especialización III	Cód. de materia 0201222 Prerrequisito 174 UV UV 3 Especialización V
Cód. de materia 0201219 Prerrequisito 154 UV UV 3 Especialización IV	Cód. de materia 0201223 Prerrequisito 174 UV UV 3 Especialización VI
Cód. de materia 0201220 Prerrequisito 0201216 UV 4 Emprendimiento	Cód. de materia 0201224 Prerrequisito 174 UV UV 3 Estadística Aplicada

**Marketing**  
Función organizacional orientada a identificar necesidades actuales y/o latentes, transformándolas en oportunidades de negocios a través de un conjunto de decisiones para crear, comunicar, entregar valor y construir relaciones que beneficien a la organización y sus públicos.

**Estrategia**  
Comprensión holística del comportamiento del consumidor, en tanto ser humano en constante interacción con su entorno.

**Comunicación Estratégica**  
Coordinación de acciones que propicien una interacción simbólica entre la organización y sus públicos, con el fin de construir los significados y sistemas de relaciones requeridos para alcanzar las metas.

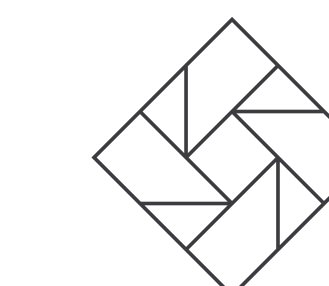
**Administración y Gestión**  
Proceso de trabajo con las personas y recursos de comunicaciones de marketing para lograr las metas de la organización.

**Especialización**  
Se podrá optar por la mención en Management o la mención en Planning.

**Especialización I**  
**Especialización II**  
**Especialización III**  
**Especialización IV**  
**Especialización V**  
**Especialización VI**

Opción Management  
Gestión de las Inteligencias  
Sistema Administrativo  
Gestión de los Recursos de la Organización  
Análisis Financieros  
Liderazgo y Gerencia  
Derecho y Empresa

Opción Planning  
Pensamiento y Análisis Estratégico  
Planificación de Medios  
Innovación en CIM  
Taller de CIM  
Gestión de Negocios de CIM  
Gerencia de Marca



ESCUELA DE COMUNICACIÓN  
MÓNICA HERRERA

PROYECTO DE TITULACIÓN