



BUEN OJO.
Los publicistas buscan transmitir nuevos contenidos para enganchar al consumidor.

VIENE DE LA PÁGINA 44

EN LA CANCHA

¿En qué consiste la carrera? ¿Solo se trata de generar publicidad innovadora? No. Las áreas que los estudiantes pueden recorrer e indagar hasta descubrir qué es lo que anhelan hacer con su futuro son muchas. En Toulouse la carrera dura tres años y desarrollan tres áreas distintas. La creativa en la que los estudiantes aprenden habilidades de redacción y se concentran en hacer de la lectura un hábito. Luego la de cuentas, que se basa en inculcar el nexo agencia-cliente en los alumnos. Las ventas, las negociaciones y el hecho de lograr que el cliente esté feliz son algunas de las características de esta etapa. Finalmente, en el tercer año, aparece el área de medios, centrada la producción audiovisual publicitaria.

Respecto a la dinámica

del Instituto de Emprendedores, Sigüeñas destaca que, conforme avanzan en la carrera, los estudiantes reciben una certificación: gestión de recursos y medios digitales, gestión de proyectos digitales integrales y dirección de proyectos publicitarios y medios digitales, respectivamente.

Las áreas de trabajo en donde se desenvuelven los estudiantes siempre serán un aspecto importante para los centros educativos. Así, en el caso del Instituto de Emprendedores, ellos apuestan en la infraestructura como su sello diferenciador, pues cuentan con aulas de diseño, aulas de fotografía, etc. Mientras que Toulouse apunta a que los alumnos desarrollen la carrera como si estuvieran en una agencia de publicidad, creando proyectos desde el inicio al fin.

DÓNDE ESTUDIAR

- Instituto de Emprendedores (USIL)
- Instituto Toulouse Lautrec
- Pontificia Universidad Católica del Perú (Publicidad)
- Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL) (Comunicación y Publicidad transmedia)
- Universidad Científica del Sur (Comunicación y Publicidad)
- Instituto Avansys (Diseño gráfico y publicidad digital)

PUBLICISTAS 'HUMANOS'

Si pensabas que en esta carrera solo aprenderás temas teóricos y prácticos, te equivocas. Hoy las empresas van más allá y buscan alumnos estrellas en muchos aspectos. Tanto Toulouse como el Instituto de Emprendedores forman

a sus profesionales basándose en habilidades sociales. “No nos centramos solo en que aprenda temas técnicos”, señala Olivares. No solo hace falta que seas creativo, sino que te formes como un profesional completo y capaz de llevar la parte técnica y humana de la mano. //

Esta carrera es una gran herramienta para las empresas que deben hacer frente a un público más exigente.

novadoras”, precisa Claudia Olivares, Directora de las carreras de Publicidad y Marketing Digital del Instituto Toulouse Lautrec. Ellos proponen una metodología que lleva como nombre “Toulouse Thinking”, la cual es aplicada desde el primer hasta el último año de estudios. La idea central de este método es que los alumnos logren desarrollar propuestas ba-

sándose en la investigación. Un aspecto necesario en la actualidad.

Por otro lado, Luis Manuel Sigüeñas, coordinador de la Escuela de Tecnología del Instituto de Emprendedores (USIL), afirma que ellos ofrecen una malla enriquecida y que cada tres o cuatro meses están informándose sobre los cambios que surgen en el mundo tecnológico. Sostiene también que la negociación, la ética, el liderazgo y el buen trabajo en equipo hacen la diferencia en sus alumnos.

DÓNDE TRABAJAR

Publicidad. El egresado está capacitado para trabajar en distintas agencias de publicidad.

Más que creatividad. Dentro de ellas puede elegir entre el área de marketing o también optar por la planificación de medios. No solo está listo para el campo creativo.

Multimedia. Puede ser parte de diversos medios de comunicación que empiezan a apostar por lo digital.

Puestos. Hay campo en empresas audiovisuales y multimedia, tanto locales como transnacionales.

NO AL REBAÑO. Esta carrera demanda estudiantes que guíen sus decisiones en base a la creatividad y la imaginación.

PASA A LA PÁGINA 46 ►

