

Diseño de imagen y Relaciones Públicas



1er Cuatrimestre	2do Cuatrimestre
<ul style="list-style-type: none"> -Filosofía de la Imagen -Fundamentos de la Imagen -Hábitos Saludables e Imagen -Introducción a la Fotografía -Psicología del Color 	<ul style="list-style-type: none"> -Imagen Escrita -Imagen y Moda -Maquillaje -Sociología de la Imagen -Teorías de la Personalidad
3er Cuatrimestre	4to Cuatrimestre
<ul style="list-style-type: none"> -Antropometría -Colorimetría -Estilismo -Ética de la Imagen -Psicología de la Imagen 	<ul style="list-style-type: none"> -Fondo de Armario y Cápsulas de Guardarropa -Fotografía de la Imagen -Imagen de Caballeros -Imagen Personal -Pasarela
5to Cuatrimestre	6to Cuatrimestre
<ul style="list-style-type: none"> -Comunicación No verbal -Imagen Política -Marketing de la Imagen -Comprador Personal -Investigación de tendencias de la moda 	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollo Humano -Neuro Oratoria -Organización de Eventos -Protocolo -Semiótica de la Imagen
7mo Cuatrimestre	8vo Cuatrimestre
<ul style="list-style-type: none"> -Construcción de marca personal -Comunicación Verbal -Estilismo Integral -Imagen en las Redes Sociales -Relaciones Públicas 	<ul style="list-style-type: none"> -Metodología e Investigación de la imagen personal y profesional -Escaparatismo -Imagen Ejecutiva -Imagen Empresarial -Ciencia, Imagen e Investigación
9no Cuatrimestre	10mo Cuatrimestre
<ul style="list-style-type: none"> -Diseño y Capacitación en Imagen -Idioma Extranjero I -Tendencias de moda e imagen en los medios -Programación Neurolingüística e Imagen -Desarrollo de la Investigación en Imagen y Relaciones Públicas 	<ul style="list-style-type: none"> -Asesoría de imagen -Emprendedurismo -Idioma Extranjero II -Imagen en Campaña -Comunicación de la Investigación

Objetivo Plan de Estudio

Formar profesionales con sólidos conocimientos, habilidades, actitudes y valores para diseñar y aplicar estrategias objetivas de marketing de imagen personal, profesional y empresarial según un plan fundamentado en la perspectiva de las relaciones públicas que permitan desarrollar de manera integral las necesidades de percepción y vanguardia según las tendencias dentro de un contexto global, mediante métodos y técnicas de investigación científica, orientar el desempeño profesional, competitivo y responsable, además de favorecer el desarrollo del sector laboral de forma ética y socialmente responsable.

Ad Meliora Constantes



WWW.UEPCA.EDU.MX