

## Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<b>Tema 1. La creatividad en publicidad</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. El creativo publicitario: la creatividad que llevamos dentro 1.3. El criterio creativo del cliente de publicidad 1.4. Creativos, bellas artes y creatividad publicitaria 1.5. Los objetivos publicitarios: ser o no ser de la creatividad 1.6. Anuncios creativos: la creatividad como espectáculo	*Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,25 puntos cada una)  Test Tema 1(0,05 puntos)	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	<b>Tema 2. Creatividad y publicidad creativa</b> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Anuncios memorables: razones y emociones 2.3. Recursos creativos: los <i>claims</i> y el visual 2.4. Campañas: la temperatura mediática de la publicidad 2.5. Los estereotipos en publicidad	Actividad: Identificación del insight(1,5 puntos)  Test Tema 2(0,05 puntos)	Clase del tema 2 y presentación de la actividad Identificación del <i>insight</i>
Semana 3	<b>Tema 3. Proceso de creación de campañas publicitarias</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Proceso en cadena: primer y último eslabón creativo 3.3. El <i>briefing</i> : carburante para la creatividad publicitaria 3.4. La ventaja competitiva: elemento clave del <i>briefing</i> 3.5. El presupuesto: el precio de la creatividad 3.6. Los concursos de ideas	Test Tema 3(0,05 puntos)	Clase del tema 3
Semana 4	<b>Tema 4. Creatividad visual y verbal: dirección de arte y copy</b> 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Los creativos publicitarios: especialistas en el lenguaje de los sentimientos 4.3. El director de arte: pensador de imágenes clave 4.4. El <i>layout</i> 4.5. La dirección de equipo de arte 4.6. Dirección de arte fotográfica		Clase del tema 4
Semana 5	<b>Tema 4. Creatividad visual y verbal: dirección de arte y copy</b> 4.7. La labor del <i>copy</i> 4.8. Titulares, subtítulos y cuerpo de texto 4.9. El <i>claim</i> o eslogan	Actividad grupal: Diseño de copy y key-visual(2 puntos)  Test Tema 4(0,05 puntos)	Clase del tema 4 y presentación de la actividad Diseño de <i>copy</i> y <i>key-visual</i>  Clase de resolución de la actividad grupal Identificación del <i>insight</i>
Semana 6	<b>Tema 5. La estrategia creativa en publicidad</b> 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. El pensamiento estratégico como valor creativo 5.3. La estrategia creativa punto por punto 5.4. Valores creativos emocionales	Test Tema 5(0,05 puntos)	Clase del tema 5
Semana 7	<b>Tema 6. La creatividad en la estrategia de marca</b> 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Identidad verbal: el nombre de una marca ( <i>naming</i> ) 6.3. Identidad visual: el logotipo		Clase del tema 6

Semana 8	<b>Tema 6. La creatividad en la estrategia de marca</b> 6.4. La personalidad de marca 6.5. Las experiencias de marca	Test Tema 6(0,05 puntos)	Clase del tema 6
Semana 9			Clase de resolución de la actividad grupal Diseño de <i>copy</i> y <i>key-visual</i>
Semana 10	<b>Tema 7. La investigación en creatividad publicitaria</b> 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. La investigación de la creatividad publicitaria 7.3. Investigación de la influencia del mensaje publicitario en el receptor 7.4. Investigación sobre las imágenes mentales 7.5. Investigaciones sobre la influencia del mensaje en las actitudes del público objetivo	Test Tema 7(0,05 puntos)	Clase del tema 7
Semana 11	<b>Tema 8. El proceso de formación de las ideas en publicidad</b> 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Las ideas en publicidad 8.3. Técnicas para generar ideas 8.4. El <i>concept-board</i> 8.5. Los géneros creativos 8.6. Producción y post-producción de ideas 8.7. La reunión de pre-producción	Test Tema 8(0,05 puntos)	Clase del tema 8  Sesión de explicación del modelo de examen
Semana 12	Tema 9. La creatividad en los medios publicitarios 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Creatividad en los medios impresos 9.3. Creatividad en los medios exteriores 9.4. Creatividad en los escaparates	Actividad: Programa radiofónica de branded content(1,5 puntos)	Clase de tema 9 y presentación de la actividad Programa radiofónico de <i>branded content</i>
Semana 13	<b>Tema 9. La creatividad en los medios publicitarios</b> 9.5. Creatividad en el medio sonoro: la radio 9.6. Creatividad en los medios audiovisuales 9.7. La extensión del concepto creativo a otros medios	Test Tema 9(0,05 puntos)	Clase del tema 9
Semana 14	Tema 10. Creatividad en la generación de contenidos: campañas integradas 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. <i>Branded content</i>		Clase del tema 10
Semana 15	Tema 10. Creatividad en la generación de contenidos: campañas integradas 10.3. Storytelling 10.4. Transmedia 10.5. Gamificación	Test Tema 10(0,05 puntos)	Clase del tema 10  Clase de resolución de la actividad Programa radiofónico de <i>branded content</i>
Semana 16	Semana de examen		

Esta Programación semanal **puede ser modificada** si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.