

Programación semanal

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

	Temas	Eventos (6 puntos)	Clases en directo
Semana 1	Tema 1. Introducción a la planificación 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Origen de la planificación de medios 1.3. La importancia de la planificación 1.4. Características del planificador	*Asistencia a 2 clases en directo, a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,10 puntos cada una)	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	Tema 1. Introducción a la planificación (cont.) 1.5. El papel de la planificación de medios en la estrategia de marketing 1.6. El departamento de medios y la agencia de medios	Test: tema 1 (0,1 puntos)	Clase del tema 1
Semana 3	Tema 2. La planificación estratégica 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Parámetros de la planificación 2.3. El producto 2.4. El mercado		Clase del tema 2
Semana 4	Tema 2. La planificación estratégica (cont.) 2.5. La publicidad 2.6. Los medios	Test: tema 2 (0,1 puntos)	Clase del tema 2
Semana 5	Tema 3. Conceptos y variables de la planificación de medios 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Variables de análisis poblacional 3.3. Variables de análisis de medios o soportes individuales		Clase del tema 3
Semana 6	Tema 3. Conceptos y variables de la planificación de medios (cont.) 3.4. Variables de análisis de varios soportes 3.5. Variables de resultados de plan de medios 3.6. Variables relativas a los análisis económicos o de rentabilidad	Actividad: Nuevos medios publicitarios (1,25 puntos) Test: tema 3 (0,1 puntos)	Clase del tema 3 y presentación de la actividad Nuevos medios publicitarios
Semana 7	Tema 4. Fuentes de información 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Investigación de medios 4.3. Difusión y venta de los medios impresos 4.4. Audiencia de los medios		Clase del tema 4
Semana 8	Tema 4. Fuentes de información (cont.) 4.5. Estructura y tarifa de los medios 4.6. Fuentes relativas a la actividad publicitaria de las marcas	Test: tema 4 (0,1 puntos)	Clase del tema 4
Semana 9	Tema 5. Los medios publicitarios 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Los medios publicitarios 5.3. Clasificación de los medios publicitarios 5.4. Características de los medios convencionales		Clase del tema 5 Clase de resolución de la actividad Nuevos medios publicitarios
Semana 10	Tema 5. Los medios publicitarios (cont.) 5.5. Características de los medios no convencionales	Actividad: Medios no convencionales: base de datos (1,25 puntos) Test: tema 5 (0,1 puntos)	Clase del tema 5 y presentación de la actividad Medios no convencionales: base de datos

	Temas	Eventos (6 puntos)	Clases en directo
Semana 11	Tema 6. El plan de medios 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Sistema de trabajo 6.3. Análisis de antecedentes 6.4. Definición de objetivos 6.5. Recomendación de medios		Clase del tema 6 Sesión de explicación del modelo de examen
Semana 12	Tema 6. El plan de medios (cont.) 6.6. Recomendación de períodos de actividad e intensidades de presupuesto para cada período 6.7. Selección y recomendación de soportes 6.8. Elaboración del calendario de inserciones y del presupuesto 6.9. Recomendaciones para la negociación y compra 6.10. Evaluación y seguimiento	Actividad Grupal: Realización de un briefing de medios y del correspondiente plan de medios (2,6 puntos) Test: tema 6 (0,1 puntos)	Clase del tema 6 y presentación de la actividad grupal Realización de un briefing de medios y del correspondiente plan de medios
Semana 13	Tema 7. La compra de espacios publicitarios 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Negociación de medios 7.3. Variables cualitativas de los anuncios 7.4. La compra de medios		Clase del tema 7 Clase de resolución de la actividad Medios no convencionales: base de datos
Semana 14	Tema 7. La compra de espacios publicitarios (cont.) 7.5. Mecánica de compra 7.6. Características de los medios desde el punto de vista de la contratación	Test: tema 7 (0,1 puntos)	Clase del tema 7
Semana 15	Semana de repaso		Clase para presentar las conclusiones de la actividad grupal Realización de un briefing de medios y del correspondiente plan de medios
Semana 16	Semana de exámenes		