

Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades, accede a la **sección Tareas** (en el menú lateral). Recuerda que la suma de las puntuaciones de todas las actividades es de 15 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 10 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 1	Tema 1. Comunicación integrada de marketing 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Concepto, formas y proceso 1.3. Herramientas y medios de comunicación 1.4. Nuevos modelos de negocio en la red 1.5. Resumen	Actividad Huella UNIR: El arte de contar historias (2.6 puntos) Test Tema 1 (0.1 puntos)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. Planes de comunicación integrada en la empresa y comercio electrónico 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Formulación, ejecución y evaluación de planes de comunicación en la empresa 2.3. Estrategias creativas y de mensaje en comunicación de marketing 2.4. Programación, diseño de la creatividad en marketing y negociación de medios 2.5. Resumen	Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del Tema 2
Semana 3	Tema 3. La campaña de comunicación integrada en marketing 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Diseño, planificación de medios y evaluación de campañas de comunicación 3.3. Determinación del presupuesto de comunicación en marketing 3.4. Regulación de la comunicación en marketing 3.5. Resumen	Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del Tema 3
Semana 4	Tema 4. Dirección de la publicidad 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Objetivos, tipos, funciones, medios y soportes 4.3. Procesos y modelos de medición de alcance de los medios en publicidad 4.4. La eficacia y la efectividad publicitaria: propuestas de medición 4.5. Resumen	Actividad 1 (3.0 puntos) Test Tema 4 (0.1 puntos)	Clase del Tema 4
Semana 5	Tema 5. Dirección de promoción de ventas 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Tipos de promoción de ventas: características en entornos online y digitales 5.3. Objetivos, instrumentos y métodos de medición de promoción de ventas 5.4. Planificación, implementación y evaluación de un plan promocional 5.5. Resumen	Test Tema 5 (0.1 puntos)	Clase del Tema 5

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 6	Tema 6. Reputación y relaciones públicas en la dirección de la comunicación 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Tipos de reputación y relaciones públicas en entornos virtuales y presenciales 6.3. Planes y procesos de ejecución de una campaña: diseño, ejecución y control 6.4. Resumen	Test Tema 6 (0.1 puntos)	Clase del Tema 6
Semana 7	Tema 7. Dirección de marketing directo e interactivo 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Instrumentos de medición y rentabilidad en marketing directo e interactivo 7.3. Organización, dirección y control de las acciones de marketing directo e interactivo 7.4. Selección, formación, evaluación y métodos de asignación óptima de vendedores 7.5. Resumen	Actividad 2 (3.0 puntos) Test Tema 7 (0.1 puntos)	Clase del Tema 7
Semana 8	Tema 8. Comunicación y entornos digitales en la empresa 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Sistemas de información online: características y diseño 8.3. Métodos de investigación de mercados y comportamiento del comprador online		Clase de Resolución de la Actividad 1 Clase del Tema 8
Semana 9	Tema 8. Comunicación y entornos digitales en la empresa (continuación) 8.4. Big data, analítica de datos y métodos de medición de la comunicación integrada de marketing 8.5. Resumen	Test Tema 8 (0.1 puntos)	Clase del Tema 8 (continuación)
Semana 10	Tema 9. Dirección de comunicación en marketing y publicidad digital 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Funciones del analista de datos en la comunicación de marketing de la empresa 9.3. Dirección de tecnologías y evaluación de nuevas tendencias de marketing móvil 9.4. Dirección de tecnologías y evaluación de nuevas tendencias en redes sociales		Sesión de Recomendación de Examen Clase del Tema 9
Semana 11	Tema 9. Dirección de comunicación en marketing y publicidad digital (continuación) 9.5. Dirección de tecnologías y evaluación de nuevas tendencias de comunicación en tiempo real 9.6. Resumen	Test Tema 9 (0.1 puntos)	Clase de Resolución de la Actividad 2 Clase del Tema 9 (continuación)
Semana 12		Actividad 3 grupal (5.4 puntos)	Presentación de la Actividad Grupal

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 13	Tema 10. Estrategias de comunicación para la captación y fidelización de clientes 10.1. Introducción y objetivos 10.2. La relevancia del CRM estratégico y analítico en la empresa: diseño e implementación de planes de CRM 10.3. Estrategias centradas en la experiencia del cliente y usuario 10.4. Estrategias de innovación y co-creación de valor en comunicación de marketing	Test Tema 10 (0.1 puntos)	Clase del Tema 10
Semana 14	Semana de repaso		
Semana 15			Clase de Resolución de Actividad Grupal
Semana 16	Semana de exámenes		

Nota: Los siguientes días se consideran periodos no lectivos

- 03/04/2023 a 09/04/2023 : Repaso