

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. Fundamentos de identidad de marca 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Identidad de marca 1.3. Elementos de identidad de marca		Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 1. Fundamentos de identidad de marca (continuación) 1.4. Tipos de representación de marca 1.5. Modelo de <i>branding</i> 1.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 1 (0.1 puntos)	Clase del Tema 1
Semana 3	Tema 2. Percepción de marca 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Los sentidos y la identidad de marca 2.3. Símbolos y signos 2.4. El significado de las historias 2.5. <i>Branding</i> sensorial 2.6. Referencias bibliográficas	Actividad 1 (3.5 puntos) Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del Tema 2 y presentación de la Actividad 1
Semana 4	Tema 3. Creación de la identidad de marca 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Manual de identidad de marca 3.3. Personalidad de marca 3.4. Arquetipos de marca 3.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del Tema 3
Semana 5	Tema 4. El diseño de la marca 4.1. Introducción y objetivos 4.2. <i>Creative thinking</i> 4.3. Saltos creativos 4.4. <i>Branding</i> auditivo 4.5. Activación creativa digital	Actividad 2 (3.5 puntos) Test Tema 4 (0.1 puntos)	Clase del Tema 4 y presentación de la Actividad 2
Semana 6	Tema 5. Identidad verbal 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Desarrollo de <i>namings</i> 5.3. <i>Tagline</i> 5.4. Tono 5.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 5 (0.1 puntos)	Clase del Tema 5
Semana 7	Tema 6. Identidad visual 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Territorios creativos 6.3. Desarrollo de conceptos visuales 6.4. Sistemas y elementos visuales 6.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 6 (0.1 puntos)	Clase de Resolución de la Actividad 1 Clase del Tema 6

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 8	Tema 7. Marca en un contexto digital 7.1. Introduccion y objetivos 7.2. Omnicanalidad 7.3. Humanizacion de la marca 7.4. Escucha activa y co-creacion 7.5. Compromiso con la marca 7.6. Medicion del <i>branding</i> digital 7.7. Referencias bibliograficas		Clase del Tema 7
Semana 9		Test Tema 7 (0.1 puntos)	Clase de Resolucion de la Actividad 2 Clase del Tema 7
Semana 10		Actividad Grupal (7.1 puntos)	Presentacion de la Actividad Grupal
Semana 11			Sesion de Recomendacion de Examen Clase del Tema 8
Semana 12	Tema 8. Posicionamiento 8.1. Introduccion y objetivos 8.2. Variables y tipos de posicionamiento 8.3. Conocimiento e identificacion de los clientes 8.4. Proceso de posicionamiento 8.5. Liderazgo de marca 8.6. Referencias bibliograficas	Test Tema 8 (0.1 puntos)	Clase del Tema 8
Semana 13			Clase de Resolucion de Actividad Grupal
Semana 14	Tema 9. Tendencias de la identidad de marca 9.1. Introduccion y objetivos 9.2. Marcas y genero 9.3. Marcas y etnias 9.4. Marcas y sostenibilidad 9.5. Referencias bibliograficas	Test Tema 9 (0.1 puntos)	Clase del Tema 9
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		