

# 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).

	<b>Temas</b>	<b>Actividades (15.0 puntos)</b>	<b>Clases en directo</b>
<b>Semana 1</b>	<b>Tema 1. Introducción a la comunicación comercial integrada de marca</b> 1.1. Introducción y objetivos 1.2. El papel del marketing 1.3. La comunicación integrada	Huella UNIR: El arte de contar historias (comunicación) (2.6 puntos)	<b>Sesión de Presentación de la asignatura</b> Clase del Tema 1
<b>Semana 2</b>	<b>Tema 1. Introducción a la comunicación comercial integrada de marca (continuación)</b> 1.4. La importancia de la comunicación integrada 1.5. El papel de la comunicación integrada en la organización 1.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 1 (0.1 puntos)	Clase del Tema 1
<b>Semana 3</b>	<b>Tema 2. El papel de la comunicación integrada en el proceso de marketing</b> 2.1. Introducción y objetivos 2.2. La comunicación en el programa de planificación de marketing 2.3. El proceso de aprendizaje del consumidor 2.4. La influencia del entorno en el comportamiento del consumidor 2.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del Tema 2
<b>Semana 4</b>	<b>Tema 3. El proceso de comunicación de marca</b> 3.1. Introducción y objetivos 3.2. El modelo básico de comunicación 3.3. El proceso de codificación y decodificación 3.4. El proceso de respuesta 3.5. La comunicación empresarial 3.6. Referencias bibliográficas	Actividad 1 (3.0 puntos) Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del Tema 3 y presentación de la Actividad 1
<b>Semana 5</b>	<b>Tema 4. Publicidad</b> 4.1. Introducción y objetivos 4.2. La publicidad: definición y objetivos 4.3. Publicidad convencional 4.4. Publicidad no convencional 4.5. Evaluación de la eficacia de la publicidad 4.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 4 (0.1 puntos)	Clase del Tema 4

	<b>Temas</b>	<b>Actividades (15.0 puntos)</b>	<b>Clases en directo</b>
<b>Semana 6</b>	<b>Tema 5. Promoción de ventas</b> 5.1. Introduccion y objetivos 5.2. La promocion de ventas: definicion y objetivos 5.3. Clasificacion de la promocion de ventas 5.4. Herramientas de la promocion de ventas 5.5. Evaluacion de la eficacia de la promocion de ventas 5.6. Referencias bibliograficas	Test Tema 5 (0.1 puntos)	Clase del Tema 5
<b>Semana 7</b>	<b>Tema 6. Marketing directo</b> 6.1. Introduccion y objetivos 6.2. El marketing directo: definicion y objetivos 6.3. Herramientas del marketing directo 6.4. Evaluacion de la eficacia del marketing directo 6.5. Referencias bibliograficas	Actividad 2 (3.0 puntos) Test Tema 6 (0.1 puntos)	Clase del Tema 6 y presentación de la Actividad 2
<b>Semana 8</b>	<b>Tema 7. Venta personal</b> 7.1. Introduccion y objetivos 7.2. La venta personal: definicion y objetivos 7.3. Caracteristicas y proceso de la venta personal 7.4. Determinantes del rendimiento del personal de ventas 7.5. Evaluacion de la eficacia de la venta personal 7.6. Referencias bibliograficas	Test Tema 7 (0.1 puntos)	<b>Clase de Resolucion de la Actividad 1</b> Clase del Tema 7
<b>Semana 9</b>	<b>Tema 8. Relaciones públicas</b> 8.1. Introduccion y objetivos 8.2. Las relaciones publicas: definicion y objetivos 8.3. Caracteristicas de las relaciones publicas 8.4. Herramientas de las relaciones publicas 8.5. Evaluacion de la eficacia de las relaciones publicas 8.6. Referencias bibliograficas	Test Tema 8 (0.1 puntos)	Clase del Tema 8
<b>Semana 10</b>	<b>Tema 9. El plan de comunicación integrada de marca</b> 9.1. Introduccion y objetivos 9.2. Definicion y etapas del plan de comunicacion integrada 9.3. Fijacion de objetivos del plan de comunicacion integrada 9.4. Planificacion y desarrollo del plan de comunicacion integrada 9.5. Ejecucion y evaluacion del plan de comunicacion integrada 9.6. Referencias bibliograficas	Test Tema 9 (0.1 puntos)	<b>Sesion de Recomendacion de Examen</b> Clase del Tema 9
<b>Semana 11</b>			<b>Clase de Resolucion de la Actividad 2</b>
<b>Semana 12</b>		Actividad 3 Grupal (5.4 puntos)	Presentacion de la Actividad Grupal Aula de discusion

	<b>Temas</b>	<b>Actividades (15.0 puntos)</b>	<b>Clases en directo</b>
<b>Semana 13</b>	<b>Tema 10. Reputación de marca en un mundo hiperconectado</b> 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Narrativa transmedia 10.3. <i>Storytelling</i> 10.4. Responsabilidad social corporativa 10.5. Reputación de marca 10.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 10 (0.1 puntos)	Clase del Tema 10
<b>Semana 14</b>	Semana de repaso		
<b>Semana 15</b>			Clase de Resolución de Actividad Grupal
<b>Semana 16</b>	Semana de exámenes		