

Programación semanal

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

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Semana de introducción a la asignatura		Presentación de la asignatura
Semana 2	Tema 1. Introducción al <i>branding</i> corporativo: la marca 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. ¿Qué es una marca? 1.3. Las diferencias entre producto y marca 1.4. Tipos de marca 1.5. La marca en la economía de los intangibles 1.6. El valor de marca (<i>Brand equity</i>) 1.7. Referencias bibliográficas	Completa la tarea «HUELLA UNIR: conviértete en estratega» y realiza el test final (actividad a desarrollar a lo largo del semestre) (3 puntos) Test tema 1 (0,1 puntos)	Clase del tema 1
Semana 3	Tema 2. El proceso de creación y gestión de marca: el <i>branding</i> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. ¿Qué es el <i>branding</i> ? 2.3. La identidad de marca o identidad corporativa 2.4. Diferencias entre identidad e imagen de marca 2.5. Componentes de la identidad corporativa: cultura y filosofía 2.6. Referencias bibliográficas	Test tema 2 (0,1 puntos)	Clase del tema 2
Semana 4	Tema 3. La identidad verbal corporativa: el nombre de una marca 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. La marca verbal 3.3. Fundamentos del <i>naming</i> 3.4. El <i>briefing</i> 3.5. Metodología 3.6. Referencias bibliográficas	Test tema 3 (0,1 puntos)	Clase del tema 3
Semana 5	Tema 4. La identidad visual corporativa: el logotipo 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. La marca gráfica 4.3. Los elementos de la identidad corporativa gráfica		Clase del tema 4

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 6	<p>Tema 4. La identidad visual corporativa: el logotipo (continuación)</p> <p>4.4. Manual de identidad visual corporativa</p> <p>4.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Trabajo:</p> <p>Construcción de marca: el <i>naming</i> (3,5 puntos)</p> <p>Test tema 4 (0,1 puntos)</p>	Clase del tema 4
Semana 7	<p>Tema 5. Posicionamiento</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. ¿Qué es el posicionamiento?</p> <p>5.3. Identidad deseada, proyectada y percibida</p> <p>5.4. Tipos de posicionamiento</p> <p>5.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 5 (0,1 puntos)</p>	Clase del tema 5 y presentación de la actividad Trabajo: Construcción de marca: el <i>naming</i>
Semana 8	<p>Tema 6. Estrategias de marca</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. Ciclo de vida de las marcas</p> <p>6.3. Estrategias de marca</p> <p>6.4. <i>Cobranding</i></p>	<p>Trabajo: <i>Cobranding</i> (3,5 puntos)</p>	Clase del tema 6
Semana 9	<p>Tema 6. Estrategias de marca (continuación)</p> <p>6.5. Agrupaciones de productos</p> <p>6.6. Alianzas publicitarias</p> <p>6.7. Dualidad de marcas</p> <p>6.8. Extensiones de marca</p> <p>6.9. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 6 (0,1 puntos)</p>	Clase del tema 6
Semana 10	<p>Tema 7. Construcción de marca: el modelo de <i>branding</i></p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2. El modelo de <i>branding</i></p> <p>7.3. Análisis</p> <p>7.4. Estrategia</p> <p>7.5. Desarrollo</p> <p>7.6. Ejecución</p> <p>7.7. Evaluación</p> <p>7.8. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 7 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 7 y presentación de la actividad Trabajo: <i>Cobranding</i></p> <p>Clase de explicación del modelo de examen</p>
Semana 11	<p>Tema 8. La marca en el mundo digital</p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>8.2. El nuevo paradigma digital de la comunicación</p> <p>8.3. Embajadores de marca y orgullo de marca</p>	<p>Trabajo:</p> <p>Construcción de marca: la identidad digital (4 puntos)</p>	Clase del tema 8
Semana 12	<p>Tema 8. La marca en el mundo digital (continuación)</p> <p>8.4. Herramientas y plataformas 2.0</p> <p>8.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 8 (0,1 puntos)</p>	Clase del tema 8 y presentación de la actividad Trabajo: Construcción de marca: la identidad digital

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 13	Tema 9. Gestión y valor de marca: la comunicación 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Comunicaciones de <i>marketing</i> vinculadas con la gestión de la marca 9.3. El <i>branding</i> interno		Clase del tema 9
Semana 14	Tema 9. Gestión y valor de marca: la comunicación (continuación) 9.4. Experiencias de marca 9.5. <i>Branding</i> emocional 9.6. Referencias bibliográficas	Test tema 9 (0,1 puntos)	Clase del tema 9
Semana 15	Tema 10. El <i>branded content</i> como formato de comunicación corporativa 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. ¿Qué es <i>branded content</i> ? 10.3. ¿Qué no es <i>branded content</i> ?		Clase del tema 10
Semana 16	Tema 10. El <i>branded content</i> como formato de comunicación corporativa (continuación) 10.4. El <i>branded content</i> en los medios 10.5. La estrategia de contenidos 10.6. Referencias bibliográficas	Test tema 10 (0,1 puntos)	Clase del tema 10
Semana 17	Semana de exámenes		

NOTA

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