

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	PRÁCTICAS (20 puntos)
Semana 1	<p>Tema 1. Introducción a la redacción publicitaria</p> <p>1.1. Introducción y objetivos 1.2. Fundamentos de la redacción publicitaria 1.3. Escritura orientada a la comunicación publicitaria 1.4. La escritura orientada a la venta y persuasión 1.5. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 2. El texto publicitario</p> <p>2.1. Introducción y objetivos 2.2. Características del lenguaje publicitario 2.3. Los integrantes del anuncio publicitario 2.4. Las funciones del texto publicitario 2.5. Las funciones de la imagen en publicidad 2.6. Redacción publicitaria y creatividad 2.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 1 (0,2 puntos)</p> <p>Test Tema 2 (0,2 puntos)</p>
Semana 2	<p>Tema 3. El trabajo del redactor publicitario: el copy</p> <p>3.1. Introducción y objetivos 3.2. La organización del trabajo en la agencia de publicidad 3.3. El proceso de trabajo de un anuncio 3.4. El <i>briefing</i> y el <i>contrabriefing</i> 3.5. La labor del <i>copy</i> 3.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad: Creación de un concepto publicitario y un eslogan (9 puntos)</p> <p>Test Tema 3 (0,2 puntos)</p>
Semana 3	<p>Tema 4. La conceptualización de la idea</p> <p>4.1. Introducción y objetivos 4.2. El proceso de conceptualización 4.3. El concepto 4.4. El concepto publicitario 4.5. El desarrollo de la campaña 4.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 4 (0,2 puntos)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	PRÁCTICAS (20 puntos)
Semana 4	<p>Tema 5. El eslogan</p> <p>5.1. Introducción y objetivos 5.2. La esencia de la comunicación publicitaria 5.3. Características y funciones del eslogan 5.4. Creación y desarrollo del eslogan 5.5. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 6. La redacción publicitaria en los medios impresos</p> <p>6.1. Introducción y objetivos 6.2. Características de la publicidad en medios impresos 6.3. El titular 6.4. El cuerpo de texto 6.5. Formatos y soportes de la publicidad impresa 6.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad: Resolución de un <i>briefing</i> para medios impresos (9 puntos)</p> <p>Test Tema 5 (0,2 puntos)</p> <p>Test Tema 6 (0,2 puntos)</p>
Semana 5	<p>Tema 7. Redacción publicitaria en el medio radiofónico</p> <p>7.1. Introducción y objetivos 7.2. La radio como soporte publicitario 7.3. El poder de la palabra en la radio 7.4. Formatos y fórmulas de mensajes publicitarios en la radio 7.5. El guion radiofónico 7.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 7 (0,2 puntos)</p>
Semana 6	<p>Tema 8. La redacción publicitaria en el medio audiovisual</p> <p>8.1. Introducción y objetivos 8.2. La escritura de anuncios para televisión</p> <p>8.3. Formatos de la publicidad audiovisual y televisiva 8.4. El guion del <i>spot</i> de televisión 8.5. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 9. Redacción publicitaria en soportes digitales</p> <p>9.1. Introducción y objetivos 9.2. La comunicación publicitaria en el entorno digital</p>	<p>Test Tema 8 (0,2 puntos)</p>
Semana 7	<p>Tema 9. Redacción publicitaria en soportes digitales (continuación)</p> <p>9.3. Tipos de formatos en el soporte digital: <i>sites</i>, <i>microsites</i>, <i>blogs</i>, publicidad <i>display</i>, nativa y <i>e-mail marketing</i> 9.4. Redacción de textos para el medio <i>online</i> 9.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 9 (0,2 puntos)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	PRÁCTICAS (20 puntos)
Semana 8	Tema 10. Introducción a la comunicación en redes sociales 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Introducción a la comunicación publicitaria en redes sociales 10.3. Marcas, productos y anunciantes en redes sociales 10.4. Redacción publicitaria en redes sociales 10.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 10 (0,2 puntos)
Semana 9	Semana de repaso	
Semana 9	Semana de exámenes	

NOTA

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