

Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades accede a la sección **Actividades** (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).

	Contenido teórico	Actividades (12.0 puntos)	Eventos (3.0 puntos)
Semana 1	Tema 1. Cultura visual, percepción de imágenes y comunicación visual 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Cultura visual y mundo visual 1.3. Cultura y representación de la otredad 1.4. Cultura visual global 1.5. Aproximación a la lectura, análisis y consumo de imágenes 1.6. Comunicación visual 1.7. Referencias bibliográficas		Asistencia a 3 sesiones presenciales virtuales a lo largo de la asignatura (0,1 puntos cada una) Test Tema 1 (0.1 puntos)
Semana 2	Tema 2. Cultura de masas y cultura de consumo 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Cultura de masas 2.3. Categorías estéticas 2.4. Discursos fragmentarios, apropiacionismo y simulación 2.5. Cultura de consumo: parámetros actuales 2.6. Nuevas formas de publicidad		Test Tema 2 (0.1 puntos) Foro: Nuevos medios, diseño, publicidad y videojuegos (1.5 puntos)
Semana 3	Tema 3. Cultura de la información y de las TIC 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Cultura de la información y de las TIC 3.3. Cultura mediática y narrativas transmedia 3.4. Nuevas tecnologías y diseño: interactividad, ciberespacio y redes sociales 3.5. Referencias bibliográficas	Caso práctico: Elaboración de una campaña transmedia (2.0 puntos)	Test Tema 3 (0.1 puntos)
Semana 4	Tema 4. Proceso y concepto creativo 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Competencias de la dirección de arte 4.3. Idea creativa de la campaña e imagen de marca 4.4. Creatividad y concepto creativo 4.5. Intertextualidad e intermedialidad: estrategias creativas 4.6. Dirección y gestión de proyectos 360º 4.7. Referencias bibliográficas		Test Tema 4 (0.1 puntos)

	Contenido teórico	Actividades (12.0 puntos)	Eventos (3.0 puntos)
Semana 5	<p>Tema 5. Claves en todo proyecto de diseño</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. Claves en todo proyecto</p> <p>5.3. Simplicidad, practicidad, fidelidad y unicidad</p> <p>5.4. Mandamientos del diseño de Roger Black</p> <p>5.5. Referencias en el mundo del arte: Ichwan Noor, Cai Guo-Qiang y Damien Hirst</p> <p>5.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Caso práctico: Cartel publicitario con referencias directas a la obra de un artista (2.0 puntos)</p>	<p>Test Tema 5 (0.1 puntos)</p>
Semana 6	<p>Tema 6. Cambio en el layout</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. Adaptaciones imprevistas</p> <p>6.3. Nuevos formatos y soportes</p> <p>6.4. Apps e interfaces</p> <p>6.5. Simplificación de la información</p> <p>6.6. Posibilidades de la tipografía y la imagen</p>		<p>Test Tema 6 (0.1 puntos)</p>
Semana 7	<p>Tema 7. Medios ATL: Above The Line</p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2. Medios y canales convencionales: Above The Line (ATL)</p> <p>7.3. Factores a considerar en campañas exitosas en medios ATL</p>	<p>Trabajo: Cuña de radio o televisión de anuncio de videojuego (2.0 puntos)</p>	<p>Test Tema 7 (0.1 puntos)</p>
Semana 8	<p>Tema 8. Nuevos medios digitales</p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>8.2. Realidad virtual</p> <p>8.3. Realidad aumentada</p>		<p>Test Tema 8 (0.1 puntos)</p>
Semana 9	<p>Tema 8. Nuevos medios digitales (continuación)</p> <p>8.4. Retransmisiones en <i>streaming</i> y vídeos <i>online</i></p> <p>8.5. <i>Advergaming</i></p> <p>8.6. <i>Digital signage</i> y escaparates interactivos</p> <p>8.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Proyecto: Anuncio con uso de nuevos medios digitales (3.0 puntos)</p>	
Semana 10	<p>Tema 9. Medios BTL: Below The Line</p> <p>9.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>9.2. Medios BTL: medios y canales no convencionales</p> <p>9.3. Tipos de <i>marketing</i> en medios BTL</p> <p>9.4. Estrategia y beneficios de una campaña BTL</p> <p>9.5. Referencias bibliográficas</p>		<p>Test Tema 9 (0.1 puntos)</p>
Semana 11	<p>Tema 10. Publicidad no convencional y nuevos medios</p> <p>10.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>10.2. Posfotografía, nuevas tecnologías y <i>game photography</i></p> <p>10.3. Videoarte viral, memes, falso documental y cine expandido</p>		<p>Test Tema 10 (0.1 puntos)</p>

	Contenido teórico	Actividades (12.0 puntos)	Eventos (3.0 puntos)
Semana 12	Tema 10. Publicidad no convencional y nuevos medios (continuación) 10.4. Acciones performativas: vídeo <i>mapping</i> , <i>vj's</i> y <i>flashmob</i> 10.5. Geoposicionamiento y campañas SEM 10.6. Referencias bibliográficas	Proyecto: Realizar una campaña publicitaria a partir de una imagen conocida usada como meme (3.0 puntos)	
Semana 13	Tema 11. Publicidad de guerrilla 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Publicidad de guerrilla 11.3. Factores del éxito de la publicidad de guerrilla en la web 11.4. Herramientas y plataformas del guerrillero <i>online</i> 11.5. Memes y <i>marketing</i> de guerrilla 11.6. Referencias bibliográficas		Test Tema 11 (0.1 puntos)
Semana 14	Tema 12. Viralidad y publicidad 12.1. ¿Cómo estudiar este tema? 12.2. <i>Marketing</i> viral 12.3. Publicidad y redes sociales		Test Tema 12 (0.1 puntos)
Semana 15	Tema 12. Viralidad y publicidad (continuación) 12.4. <i>Marketing</i> de <i>influencers</i> 12.5. Vídeo viral, <i>unboxing</i> y EIRubius 12.6. Referencias bibliográficas		
Semana 16	Semana de exámenes		