Programación semanal

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

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Tema 1. Ideas de partida en la gestión de marcas 1.1. ¿Cómo estudiar estre tema? 1.2. Situación actual del mercado, consumidores y marcas 1.3. Cambio de paradigma, de la era de la industrialización a la era digital, de las transacciones a las relaciones 1.4. Necesidad de la gestión de la marca 1.5. Beneficios de la gestión de la marca	Asistencia a dos sesiones en directo (0,15 cada una) Test tema 1(0,1 puntos)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. Conceptualización de marca 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Percepción de la marca 2.3. Identidad de marca 2.4. Generación de preferencia	Test tema 2(0,1 puntos)	Clase del tema 2
Semana 3	Tema 3. Estrategia de marca 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Estrategia de negocio y estrategia de marca 3.3. Drivers de crecimiento 3.4. Panelistas, encuestas, estudio de mercado 3.5. Stakeholders 3.6. Propuesta de valor	Actividad 1(1,45 puntos) Test tema 3(0,1 puntos)	Clase del Tema 3 (se incluye presentación actividad 1)
Semana 4	Tema 4. Posicionamiento, atributos, valores, personalidad y diferenciación 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Posicionamiento		Clase del tema 4
Semana 5	Tema 4. Posicionamiento, atributos, valores, personalidad y diferenciación (continuación) 4.3. Atributos		Clase del tema 4
Semana 6	Tema 4. Posicionamiento, atributos, valores, personalidad y diferenciación (continuación) 4.4. Valores	Actividad grupal(2 puntos)	Clase del Tema 4 (se incluye presentación actividad grupal) Clase de Resolución de la Actividad 1
Semana 7	**Tema 4. Posicionamiento, atributos, valores, personalidad y diferenciación (continuación)** 4.5. Personalidad y diferenciación		Clase del tema 4
Semana 8	Tema 4. Posicionamiento, atributos, valores, personalidad y diferenciación (continuación) 4.5. Personalidad y diferenciación	Test tema 4(0,1 puntos)	Clase del tema 4
Semana 9	Tema 5. Identidad de marca 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Definición y creación del *brand identity* 5.3. Elección de las señas de identidad básicas y *naming* 5.4. Desarrollo de los diferentes niveles partiendo de la identidad definida	Test tema 5(0,1 puntos)	Sesión de Recomendación de Examen Clase del Tema 5

© Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)

Semana 10	Tema 5. Identidad de marca (Continuación) 5.5. Definición de colores, música estilo visual y elementos gráficos 5.6. Definición del tono de voz, tipografías	Actividad 2(1,45 puntos)	Clase del Tema 5 (se incluye presentación de actividad 2) Clase de Resolución de la Actividad grupal (duración doble)
Semana 11	Tema 6. Experiencia de marca, herramientas de la marca 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Comunicación de la marca 6.3. Publicidad y la marca 6.4. RR. PP. y la marca	Test tema 6(0,1 puntos)	Clase del tema 6
Semana 12	Tema 6. Experiencia de marca herramientas de la marca (continuación) 6.5 Promociones y la marca 6.6 Eventos y la marca 6.7 Otros 6.8 Revisión de casos prácticos de marcas con diferentes estrategias en las herramientas	Test tema 7(0,1 puntos)	Clase del tema 6
Semana 13	Tema 7. Herramientas de gestión 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Libro de marca (brand book) 7.3. Manual de identidad (brand guidelines) 7.4. Cuadro de mando (brand scorecard)	Test tema 8(0,1 puntos)	Clase del Tema 7 Clase de Resolución Actividad 2
Semana 14	Tema 8. Intangibles como elemento de innovación de la marca y su estrategia de futuro 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Intangibles de la marca 8.3. Intangibles como estrategia de futuro y ventaja competitiva		Clase del Tema 8
Semana 15	Clase de Repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		

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

© Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)