

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	<p>Tema 1. Introducción al branding corporativo: la marca</p> <p>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 (brand equity) 1.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Huella UNIR (2,6 puntos)</p> <p>Test Tema 1 (0,1 punto)</p>	<p>Sesión de Presentación de la asignatura</p> <p>Clase del Tema 1</p>
Semana 2	<p>Tema 2. El proceso de creación y gestión de marca: el branding</p> <p>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 corporativa 2.5 Componentes de la identidad corporativa: cultura y filosofía 2.6 Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 2 (0,1 punto)</p>	<p>Clase del Tema 2</p>
Semana 3	<p>Tema 3. La identidad verbal corporativa: el nombre de una marca</p> <p>3.1 ¿Cómo estudiar este tema? 3.2 La marca verbal 3.3 Fundamentos del naming 3.4 El briefing 3.5 Metodología 3.6 Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 3 (0,1 punto)</p>	<p>Clase del Tema 3</p>
Semana 4	<p>Tema 4. La identidad visual corporativa: el logotipo</p> <p>4.1 ¿Cómo estudiar este tema? 4.2 La marca gráfica 4.3 Los elementos de la identidad corporativa gráfica 4.4 Manual de identidad visual corporativa 4.5 Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 4 (0,1 punto)</p>	<p>Clase del Tema 4</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5	<p>Tema 5. Posicionamiento</p> <p>5.1 ¿Cómo estudiar este tema? 5.2 ¿Qué es el posicionamiento? 5.3 Identidad deseada, proyectada y percibida 5.4 Tipos de posicionamiento 5.5 Referencias bibliográficas</p>	<p>Entrega Actividad 1 (3 puntos)</p> <p>Test Tema 5 (0,1 punto)</p>	Clase del Tema 5
Semana 6	<p>Tema 6. Estrategias de marca</p> <p>6.1 ¿Cómo estudiar este tema? 6.2 Ciclo de vida de las marcas 6.3 Estrategias de marca 6.4 <i>Co-branding</i></p>		Clase del Tema 6
Semana 7	<p>Tema 6. Estrategias de marca (continuación)</p> <p>6.5 Agrupaciones de productos 6.6 Alianzas publicitarias 6.7 Dualidad de marca 6.8 Extensión de marca 6.9 Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 6 (0,1 punto)</p>	<p>Clase de Resolución de la Actividad 1</p> <p>Clase del Tema 6 (continuación)</p>
Semana 8	<p>Tema 7. Construcción de marca: el modelo de branding</p> <p>7.1 ¿Cómo estudiar este tema? 7.2 El modelo de <i>branding</i> 7.3 Análisis</p>		Clase del Tema 7
Semana 9	<p>Tema 7. Construcción de marca: el modelo de branding (continuación)</p> <p>7.4 Estrategia 7.5 Desarrollo 7.6 Ejecución 7.7 Evaluación 7.8 Referencias bibliográficas</p>	<p>Entrega Actividad 2 (3 puntos)</p> <p>Test Tema 7 (0,1 punto)</p>	<p>Sesión de Recomendación de Examen</p> <p>Clase del Tema 7 (continuación)</p>
Semana 10	<p>Tema 8. Gestión y valor de marca: la comunicación</p> <p>8.1 ¿Cómo estudiar este tema? 8.2 Comunicaciones de <i>marketing</i> vinculadas con la gestión de la marca 8.3 Experiencias de marca 8.4 <i>Branding</i> emocional 8.5 Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad grupal Lectura individual</p> <p>Test Tema 8 (0,1 punto)</p>	Clase del Tema 8
Semana 11		<p>Actividad grupal Aula de discusión (0,4 puntos)</p>	<p>Clase de Resolución de la Actividad 2</p> <p>Presentación de la Actividad Grupal</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 12	<p>Tema 9. La marca en el mundo digital</p> <p>9.1 ¿Cómo estudiar este tema? 9.2 El nuevo paradigma digital de la comunicación 9.3 Embajadores de marca y orgullo de marca 9.4 Herramientas y plataformas 2.0 9.5 Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 9 (0,1 punto)</p>	<p>Clase del Tema 9</p>
Semana 13		<p>Entrega de Actividad Grupal (5 puntos)</p>	<p>Clase de Resolución de Actividad Grupal</p>
Semana 14	<p>Tema 10. El <i>branded content</i> como formato de comunicación corporativa</p> <p>10.1 ¿Cómo estudiar este tema? 10.2 ¿Qué es el <i>branded content</i>? 10.3 ¿Qué no es <i>branded content</i>? 10.4 El <i>branded content</i> en los medios 10.5 La estrategia de contenidos 10.6 Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 10 (0,1 punto)</p>	<p>Clase del Tema 10</p>
Semana 15	Clase de Repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		

NOTA

Se consideran **período de repaso** los días comprendidos entre el 21 de diciembre de 2020 y el 3 de enero de 2021.

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