

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 (11,3 puntos) | EVENTOS (3,7 puntos) |
|----------|---|--|---|
| Semana 1 | Tema 1. Creación y diseño de marca 1.1 ¿Cómo estudiar este tema? 1.2 Concepto y fundamentos de marca 1.3 Tipología de las marcas | | Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 puntos cada una) |
| Semana 2 | Tema 1. Creación y diseño de marca en la publicidad integrada (continuación) 1.4 <i>Branding</i> : construcción de marca 1.5 Referencias bibliográficas | | Test tema 1 (0,25 puntos) |
| Semana 3 | Tema 2. Estrategia de marca 2.1 ¿Cómo estudiar este tema? 2.2 <i>El Brand Core</i> 2.3 La plataforma de identidad de marca 2.4 Construcción de la plataforma de identidad de marca 2.5 La propuesta de valor o promesa de la marca | Trabajo: Localizar y explicar cuatro posicionamientos de marca exitosos (2,5 puntos) | |
| Semana 4 | Tema 2. Estrategia de marca (continuación) 2.6 Posicionamiento 2.7 Referencias bibliográficas | | Test tema 2 (0,25 puntos) |
| Semana 5 | Tema 3. Arquitectura de marca 3.1 ¿Cómo estudiar este tema? 3.2 ¿Qué es la arquitectura de marca? 3.3 Modelos de arquitectura de marca 3.4 Gestión de la cartera de marca 3.5 Proceso de la estrategia de la cartera de marca 3.6 Estrategias de crecimiento competitivo 3.7 Referencias bibliográficas | | Test tema 3 (0,25 puntos) |

| | CONTENIDO TEÓRICO | ACTIVIDADES (11,3 puntos) | EVENTOS (3,7 puntos) |
|-----------|---|---|--|
| Semana 6 | <p>Tema 4. Branding interno</p> <p>4.1 ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2 Embajadores de la marca</p> <p>4.3 Marca y cultura corporativa</p> <p>4.4 Comunicación interna al servicio de la marca</p> <p>4.5 <i>Brand engagement</i></p> <p>4.6 Casos de éxito</p> <p>4.7 Referencias bibliográficas</p> | | <p>Test tema 4 (0,25 puntos)</p> |
| Semana 7 | <p>Tema 5. Creación y experiencia de marca</p> <p>5.1 ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2 Concepto de experiencia de marca del cliente</p> <p>5.3 Diseño de las experiencias de marca</p> <p>5.4 Módulos experienciales</p> <p>5.5 Proveedores de experiencia</p> <p>5.6 La investigación y las experiencias de marca</p> <p>5.7 Referencias bibliográficas</p> | <p>Lectura: Comprendiendo la experiencia del cliente (1,9 puntos)</p> | <p>Test tema 5 (0,25 puntos)</p> |
| Semana 8 | <p>Tema 6. Nuevos tipos de consumidor</p> <p>6.1 ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2 Del consumidor analógico al digital</p> <p>6.3 Consumidores 2.0</p> <p>6.4 Proceso de compra del consumidor 2.0</p> <p>6.5 La influencia del consumidores 2.0 sobre las marcas</p> <p>6.6 Referencias bibliográficas</p> | | <p>Foro: La influencia del consumidor 2.0 sobre las marcas ¿Cómo se puede mejorar la experiencia del cliente a través de los medios (0,75 puntos) Test tema 6 (0,25 puntos)</p> |
| Semana 9 | <p>Tema 7. Diálogo digital entre la marca y la audiencia</p> <p>7.1 ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2 Construcción de marca en redes sociales</p> <p>7.3 <i>Branding</i> y difusión de contenido</p> <p>7.4 Creación de audiencia</p> <p>7.5 Vinculación</p> | <p>Lectura: Las redes sociales como canal de comunicación de las marcas de moda españolas. El caso de Zara, Mango y El Corte Inglés (1,9 puntos)</p> | |
| Semana 10 | <p>Tema 7. Diálogo digital entre la marca y la audiencia (continuación)</p> <p>7.6 Ventas o descargas</p> <p>7.7 Registros y mejoras de las bases de datos</p> <p>7.8 Audiencias personalizadas</p> <p>7.9 Referencias bibliográficas</p> | | <p>Test tema 7 (0,25 puntos)</p> |

| | CONTENIDO TEÓRICO | ACTIVIDADES (11,26 puntos) | EVENTOS (3,74 puntos) |
|-----------|--|--|--|
| Semana 11 | <p>Tema 8. Creación del <i>engagement</i></p> <p>8.1 ¿Cómo estudiar este tema? 8.2 Definición de <i>engagement</i> 8.3 El <i>engagement</i> en la publicidad integrada 8.4 Marketing de contenidos 8.5 Referencias bibliográficas</p> | <p>Trabajo: Localizar y explicar ejemplos de campañas de marketing de contenidos (2,5 puntos)</p> | <p>Test tema 8 (0,25 puntos)</p> |
| Semana 12 | <p>Tema 9. Nueva estrategias digitales de marca y su integración con la publicidad convencional</p> <p>9.1 ¿Cómo estudiar este tema? 9.2 <i>Branded content</i> 9.3 <i>Visual social media marketing</i> 9.4 <i>Social ads</i> 9.5 Publicidad transmedia 9.6 Nuevas estrategias digitales integradas en la publicidad convencional 9.7 Referencias bibliográficas</p> | <p>Trabajo: Localizar y explicar ejemplos de las nuevas estrategias de marca en entornos digitales (2,5 puntos)</p> | <p>Test tema 9 (0,25 puntos)</p> |
| Semana 13 | <p>Tema 10. Herramientas de gestión de marca y comunicación</p> <p>10.1 ¿Cómo estudiar este tema? 10.2 Manual de Identidad Visual Corporativa 10.3 Libro de marca 10.4 Referencias bibliográficas</p> | | <p>Test tema 10 (0,25 puntos)</p> |
| Semana 14 | <p>Tema 11. Nuevos perfiles profesionales para la creatividad en la publicidad integrada</p> <p>11.1 ¿Cómo estudiar este tema? 11.2 Creativo digital 11.3 <i>Brand manager</i> 11.4 <i>Growth hacker</i> 11.5 Responsable de customer experience 11.6 Referencias bibliográficas</p> | | <p>Test tema 11 (0,25 puntos)</p> |
| Semana 15 | Semana de repaso | | |
| Semana 16 | Semana de exámenes | | |

NOTA

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