

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. El ecosistema multipantalla</p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. Digitalización de la información y dispositivos de consumo</p> <p>1.3. Características de la comunicación multipantalla</p> <p>1.4. El perfil del consumidor multipantalla</p> <p>1.5. Los contenidos digitales y el sector publicitario en España</p> <p>1.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Huella UNIR (2,5 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. La publicidad en el ecosistema multipantalla</p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. Beneficios de la publicidad multipantalla</p> <p>2.3. Estrategias publicitarias multipantalla</p> <p>2.4. Construyendo campañas multipantalla</p> <p>2.5. El espectador ante la publicidad multipantalla</p> <p>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 publicidad display</p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>3.2. Definición de la publicidad display</p> <p>3.3. Características del lenguaje publicitario</p> <p>3.4. Formatos publicitarios display</p> <p>3.5. Eficacia de la publicidad display</p> <p>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 publicidad comportamental</p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. La publicidad comportamental (behavioral advertising) en entornos multipantalla</p> <p>4.3. Funcionamiento de la publicidad comportamental</p> <p>4.4. Distinción entre la publicidad comportamental y otras figuras afines</p> <p>4.5. La regulación de la publicidad comportamental</p> <p>4.6. 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. Social ads en entornos multipantalla</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. Importancia de la publicidad en redes sociales</p> <p>5.3. Diferencias entre publicidad <i>display</i> y <i>social ads</i></p> <p>5.4. <i>Social ads</i> en entornos multipantalla</p> <p>5.5. Errores comunes en la estrategia de <i>social ads</i></p> <p>5.6. 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. La publicidad en redes sociales</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. Formatos publicitarios en Facebook</p> <p>6.3. Formatos publicitarios en Instagram</p> <p>6.4. Formatos publicitarios en Twitter</p> <p>6.5. Formatos publicitarios en LinkedIn</p> <p>6.6. Formatos publicitarios en YouTube</p> <p>6.7. Formatos publicitarios en TikTok</p> <p>6.8. Referencias bibliográficas</p>	Test Tema 6 (0,1 punto)	Clase del Tema 6
Semana 7	<p>Tema 7. La televisión conectada</p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2. ¿Qué es la televisión conectada?</p> <p>7.3. Características de la televisión conectada</p> <p>7.4. Soportes y formatos publicitarios</p> <p>7.5. Ventajas de la publicidad en la televisión conectada</p> <p>7.6. Métricas de eficacia publicitaria en la televisión conectada</p> <p>7.7. Referencias bibliográficas</p>	Test Tema 7 (0,1 punto)	<p>Clase de Resolución de la Actividad 1</p> <p>Clase del Tema 7</p>
Semana 8	<p>Tema 8. Marketing dinámico (<i>digital signage</i>)</p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>8.2. Definición de marketing dinámico</p> <p>8.3. <i>Digital signage outdoor e instore</i></p> <p>8.4. <i>Digital signage</i> corporativo</p>		Clase del Tema 8
Semana 9	<p>Tema 8. Marketing dinámico (<i>digital signage</i>) (continuación)</p> <p>8.5. <i>Digital signage</i> publicitario</p> <p>8.6. Medición de audiencias en <i>digital signage</i></p> <p>8.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Entrega Actividad 2 (3 puntos)</p> <p>Test Tema 8 (0,1 punto)</p>	<p>Sesión de Recomendación de Examen</p> <p>Clase del Tema 8 (continuación)</p>
Semana 10	<p>Tema 9. Vídeo marketing</p> <p>9.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>9.2. ¿Qué es el vídeo marketing?</p> <p>9.3. Plataformas de vídeo marketing</p> <p>9.4. Contenidos publicitarios</p> <p>9.5. Herramientas de vídeo marketing</p> <p>9.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad grupal Lectura individual</p> <p>Test Tema 9 (0,1 punto)</p>	Clase del Tema 9

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 11		Actividad grupal Aula de discusión (0,4 puntos)	Clase de Resolución de la Actividad 2 Presentación de la Actividad Grupal
Semana 12	Tema 10. Mobile marketing 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. El <i>mobile marketing</i> en las estrategias publicitarias multipantalla 10.3. Formatos de publicidad móvil 10.4. <i>Mobile Ad Server</i> 10.5. <i>Mobile Advertising</i> 10.6. Integración de técnicas <i>online y mobile</i> 10.7. Tendencias de la publicidad móvil 10.8. Referencias bibliográficas	Test Tema 10 (0,1 punto)	Clase del Tema 10
Semana 13		Entrega de Actividad Grupal (5 puntos)	Clase de Resolución de Actividad Grupal
Semana 14	Tema 11. Nuevas tendencias en publicidad integral multipantalla 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Relojes inteligentes 11.3. Asistentes virtuales 11.4. Realidad extendida 11.5. Espejos inteligentes 11.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 11 (0,1 punto)	Clase del Tema 11
Semana 15	Clase 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.