

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	Tema 1. El nuevo contexto comunicativo y la publicidad integrada 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. El cambio de paradigma comunicativo 1.3 Definición y características de la publicidad integrada 1.4 Creatividad y publicidad integrada 1.5 Referencias bibliográficas	Huella UNIR (2,4 puntos) Test Tema 1 (0.1 punto)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. La comunicación emocional y la búsqueda de <i>insights</i> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2 La importancia de las emociones en comunicación publicitaria 2.3. Empatizando con el <i>target</i> 2.4. Definición de <i>insights</i> y claves para identificarlos 2.5 Referencias bibliográficas	Test Tema 2 (0,1 punto)	Clase del Tema 2
Semana 3	Tema 3. Tendencias en el nuevo consumidor, los medios y su consumo 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Principales informes de tendencias de mercado: <i>Tren Watching</i> , <i>TWT</i> y <i>Wellcomn</i> 3.3. Informes de tendencias de marketing, comunicación y publicidad 3.4. Aplicación de las tendencias en el nuevo consumidor 3.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 3 (0,1 punto)	Clase del Tema 3
Semana 4	Tema 4. Creatividad. Concepto, proceso y técnicas creativas 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2 Definición de creatividad 4.3. El proceso creativo 4.4. Técnicas de creatividad 4.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 4 (0,1 punto)	Clase del Tema 4
Semana 5	Tema 5. Creatividad y comunicación persuasiva 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Características de la creatividad publicitaria 5.3. Elementos de la comunicación persuasiva y de seducción 5.4. Técnicas de creatividad publicitaria 5.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 5 (0,1 punto)	Clase del Tema 5

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 6	<p>Tema 6. Estrategia creativa y conceptualización</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. De la estrategia de comunicación a la estrategia creativa: el <i>brief</i> creativo</p> <p>6.3. Elementos de la estrategia creativa</p> <p>6.4. Del eje de comunicación al concepto creativo</p> <p>6.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Entrega Actividad 1 (3 puntos)</p> <p>Test Tema 6 (0,1 punto)</p>	Clase del Tema 6
Semana 7	<p>Tema 7. Creatividad y convergencia mediática</p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2. Las tradicionales clasificaciones de medios publicitarios</p> <p>7.3. Hacia la integridad estratégica y creativa: la convergencia mediática en publicidad</p> <p>7.4. Creatividad en los nuevos medios: medios pagados, propios, ganados y compartidos</p> <p>7.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 7 (0,1 punto)</p>	Clase del Tema 7
Semana 8	<p>Tema 8. Narrativas <i>transmedia</i>: concepto y características</p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>8.2. Definición y características de las narrativas <i>transmedia</i></p> <p>8.3. El nuevo discurso publicitario <i>transmedia</i></p> <p>8.4 Casos de éxito</p> <p>8.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 8 (0,1 punto)</p>	<p>Clase de Resolución de la Actividad 1</p> <p>Clase del Tema 8</p>
Semana 9	<p>Tema 9. Creación de contenidos en el universo <i>transmedia</i>: <i>storytelling</i> y estrategia de contenidos</p> <p>9.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>9.2. ¿Qué es el <i>storytelling</i>?</p> <p>9.3. Elementos de la estrategia de contenidos</p> <p>9.4. La estrategia de contenidos en plataformas digitales</p> <p>9.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 9 (0,1 punto)</p>	Clase del Tema 9
Semana 10	<p>Tema 10. <i>Advertainment. Branded Content y Fashion Films</i></p> <p>10.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>10.2 El <i>Branded Content</i>: definición y características</p> <p>10.3. <i>Branded Content</i> y música</p> <p>10.4. Los <i>fashion films</i>: elementos definitorios</p> <p>10.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Entrega Actividad 2 (3 puntos)</p> <p>Test Tema 10 (0,1 punto)</p>	<p>Sesión de Recomendación de Examen</p> <p>Clase del Tema 10</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 11	Tema 11. Perfiles profesionales en creatividad y publicidad integrada 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2 El <i>planner</i> 11.3. Perfiles en comunicación digital: <i>community manager</i> y <i>content curator</i> 11.4. Integración de los nuevos perfiles profesionales en los sistemas y procesos publicitarios 11.5. Referencias bibliográficas	Actividad grupal Lectura individual Test Tema 11 (0,1 punto)	Clase del Tema 11
Semana 12		Actividad grupal Aula de discusión (0,4 puntos)	Presentación de la Actividad Grupal Clase de Resolución de la Actividad 2
Semana 13	Tema 12. La práctica profesional en publicidad integrada 12.1. ¿Cómo estudiar este tema? 12.2. Principales agencias de publicidad y agencias de medios en España 12.3 Festivales publicitarios 12.4. Anunciantes destacados en publicidad integrada 12.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 12 (0,1 punto)	Clase del Tema 12
Semana 14		Entrega de Actividad Grupal (5 puntos)	Clase de Resolución de Actividad Grupal
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.