

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. Evolución del dispositivo móvil 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Introducción al concepto publicidad en dispositivos móviles 1.3. Evolución del marketing y publicidad móvil 1.4. El impacto de la telefonía móvil en España 1.5. El e-commerce 1.6. Tipos de e-commerce: el m-commerce 1.7. Tendencias futuras del e-commerce 1.8. Referencias bibliográficas	Test Tema 1 (0,1 punto)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. El dispositivo móvil como plataforma publicitaria 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Tipos y evolución de los dispositivos móviles 2.3. Características de la comunicación en dispositivos móviles 2.4. Sistemas operativos móviles 2.5. La publicidad móvil: características y objetivos 2.6. La publicidad móvil: debilidades y tendencias futuras 2.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 2 (0,1 punto)	Clase del Tema 2
Semana 3	Tema 3. Adaptación estratégica a la comunicación móvil en el marketing y la publicidad 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Tipologías del <i>marketing</i> , ¿dónde ubicamos el <i>marketing</i> móvil? 3.3. Otros tipos de <i>marketing</i> : relación indirecta con el <i>marketing</i> móvil 3.4. Modelos de comunicación en el <i>marketing</i> y la publicidad 3.5. Comportamiento del <i>prosumer</i> móvil en datos 3.6. El <i>storytelling</i> de la publicidad móvil: multiplataforma, <i>crossmedia</i> y <i>transmedia</i> 3.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 3 (0,1 punto)	Clase del Tema 3
Semana 4	Tema 4. Actores que participan en la publicidad móvil 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Cadena de valor y ecosistema o sistema de valor 4.3. Ecosistema o sistema de valor de la publicidad móvil 4.4. Referencias bibliográficas	Test Tema 4 (0,1 punto)	Clase del Tema 4

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5	Tema 5. Tipologías de campaña de publicidad móvil 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Introducción al concepto 5.3. Tipos de comunicación publicitaria móvil 5.4. Publicidad <i>Display</i> y <i>Search</i> 5.5. Servicio y mensajería 5.6. Geomarketing y publicidad de proximidad 5.7. Referencias bibliográficas	Entrega Actividad 1 (4 puntos)	Clase del Tema 5
Semana 6	Tema 5. Tipologías de campaña de publicidad móvil (Continuación) 5.7. <i>Advergaming</i> vs. <i>gamificación</i> 5.8. Realidad aumentada 5.9. <i>Second Screen</i> y <i>Smart TV</i> 5.10. Códigos bidimensionales QR 5.11. Cuponeo 5.12. Referencias bibliográficas	Test Tema 5 (0,1 punto)	Clase del Tema 5 (continuación)
Semana 7	Tema 6. Aplicaciones como herramienta publicitaria en dispositivos móviles 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Definición y evolución de las aplicaciones móviles o <i>mobapps</i> 6.3. Características de las aplicaciones móviles 6.4. Utilidades de una aplicación móvil		Clase de Resolución de la Actividad 1 Clase del Tema 6
Semana 8	Tema 6. Aplicaciones como herramienta publicitaria en dispositivos móviles (continuación) 6.5. <i>Mobapps</i> vs. <i>webapps</i> 6.6. Plataformas de publicidad en <i>mobapps</i> 6.7. Referencias bibliográficas	Entrega Actividad 2 (4 puntos) Test Tema 6 (0,1 punto)	Clase del Tema 6 (continuación)
Semana 9	Tema 7. Medición y control de la publicidad en dispositivos móviles 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. La medición de audiencias en el proceso publicitario móvil 7.3. Metodología del análisis de audiencias 7.4. Métricas y KPIs del análisis de audiencias 7.5. Empresas de medición de audiencias 7.6. La eficacia publicitaria 7.7. Referencias bibliográficas	Actividad grupal Lectura individual Test Tema 7 (0,1 punto)	Sesión de Recomendación de Examen Clase del Tema 7
Semana 10		Actividad grupal Aula de discusión (0,4 puntos)	Presentación de la Actividad Grupal Clase de Resolución de la Actividad 2

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 11	Tema 8. Estrategias para campañas de publicidad integrada en el móvil 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Características de una campaña de publicidad móvil 8.3. Pasos para desarrollar una campaña de publicidad móvil 8.4. Referencias bibliográficas	Test Tema 8 (0,1 punto)	Clase del Tema 8
Semana 12		Entrega de Actividad Grupal (5,6 puntos)	Clase de Resolución de Actividad Grupal
Semana 13	Tema 9. Campañas de publicidad integrada en el móvil 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Modelos de campañas publicitarias en dispositivos móviles 9.3. Referencias bibliográficas	Test Tema 9 (0,1 punto)	Clase del Tema 9
Semana 14	Tema 10. Marco legal de la publicidad móvil 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Introducción al contexto legal 10.3. Legislación aplicable a la publicidad móvil 10.4. Referencias bibliográficas	Test Tema 10 (0,1 punto)	Clase del Tema 10
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.