

Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades, accede a la **sección Tareas** (en el menú lateral). Recuerda que la suma de las puntuaciones de todas las actividades es de 15 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 10 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 1	Tema 1. Introducción a la redacción publicitaria 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Fundamentos de la redacción publicitaria 1.3. Escritura orientada a la comunicación publicitaria 1.4. La escritura orientada a la venta y persuasión 1.5. Referencias bibliográficas	<i>Asistencia a 2 clases en directo a lo largo de la asignatura. (0.3 puntos cada una)</i> Test Tema 1 (0.1 puntos)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. El texto publicitario 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Características del lenguaje publicitario 2.3. Los integrantes del anuncio publicitario		Clase del Tema 2
Semana 3	Tema 2. El texto publicitario (continuación) 2.4. Las funciones del texto publicitario 2.5. Las funciones de la imagen en publicidad 2.6. Redacción publicitaria y creatividad 2.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del Tema 2 (se incluye presentación Actividad 1)
Semana 4	Tema 3. El trabajo del redactor publicitario: el copy 3.1. Introducción y objetivos 3.2. La organización del trabajo en la agencia de publicidad 3.3. El proceso de trabajo de un anuncio 3.4. El briefing y el <i>contrabriefing</i> 3.5. La labor del <i>copy</i> 3.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del Tema 3

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 5	<p>Tema 4. La conceptualización de la idea</p> <p>4.1. Introducción y objetivos 4.2. El proceso de conceptualización 4.3. El concepto</p>	<p>Actividad 1 (3.4 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 4</p>
Semana 6	<p>Tema 4. La conceptualización de la idea (continuación)</p> <p>4.4. El concepto publicitario 4.5. El desarrollo de la campaña 4.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 4 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 4 (se incluye presentación de Actividad 2 grupal) Clase de Resolución de la Actividad 1</p>
Semana 7	<p>Tema 5. El eslogan</p> <p>5.1. Introducción y objetivos 5.2. La esencia de la comunicación publicitaria 5.3. Características y funciones del eslogan 5.4. Creación y desarrollo del eslogan 5.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 5 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 5</p>
Semana 8	<p>Tema 6. La redacción publicitaria en los medios impresos</p> <p>6.1. Introducción y objetivos 6.2. Características de la publicidad en medios impresos 6.3. El titular 6.4. El cuerpo de texto 6.5. Formatos y soportes de la publicidad impresa 6.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 6 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 6 Sesión de Recomendación de Examen</p>
Semana 9	<p>Tema 7. Redacción publicitaria en el medio radiofónico</p> <p>7.1. Introducción y objetivos 7.2. La radio como soporte publicitario 7.3. El poder de la palabra en la radio 7.4. Formatos y fórmulas de mensajes publicitarios en la radio 7.5. El guion radiofónico 7.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad grupal (6.0 puntos) Test Tema 7 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 7</p>

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 10	Tema 8. La redacción publicitaria en el medio audiovisual 8.1. Introducción y objetivos 8.2. La escritura de anuncios para televisión 8.3. Formatos de la publicidad audiovisual y televisiva 8.4. El guion del spot de televisión 8.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 8 (0.1 puntos)	Clase del Tema 8 (se incluye presentación de Actividad 3) Clase de Resolución de la Actividad 2 (grupal)
Semana 11	Tema 9. Redacción publicitaria en soportes digitales 9.1. Introducción y objetivos 9.2. La comunicación publicitaria en el entorno digital		Clase del Tema 9
Semana 12	Tema 9. Redacción publicitaria en soportes digitales (continuación) 9.3. Tipos de formatos en el soporte digital: <i>sites, microsites, blogs, publicidad display</i> , nativa y e-mail marketing 9.4. Redacción de textos para el medio <i>online</i> 9.5. Referencias bibliográficas	Actividad 3 (4.0 puntos) Test Tema 9 (0.1 puntos)	Clase del Tema 9
Semana 13	Tema 10. Introducción a la comunicación en redes sociales 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Introducción a la comunicación publicitaria en redes sociales 10.3. Marcas, productos y anunciantes en redes sociales		Clase del Tema 10 Clase de Resolución de la Actividad 3
Semana 14	Tema 10. Introducción a la comunicación en redes sociales (continuación) 10.4. Redacción publicitaria en redes sociales 10.5 Referencias bibliográficas	Test Tema 10 (0.1 puntos)	Clase del Tema 10
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16			