

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. Delimitación conceptual 1.1. La comunicación persuasiva 1.2. La empatía 1.3. La estrategia creativa	<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. Evolución histórica y situación actual de la planificación estratégica 2.1. Orígenes y evolución de la planificación estratégica 2.2. La planificación estratégica en España 2.3. La importancia de la planificación estratégica	Test Tema 2 (0.1 puntos) Actividad 1 (3.6 puntos)	Clase del Tema 2 y presentación de la actividad 1
Semana 3	Tema 3. La figura del planificador estratégico 3.1. Las funciones del <i>planner</i> 3.2. El <i>planner</i> en el proceso creativo y en la estructura de la agencia 3.3. El <i>planner</i> y otros perfiles publicitarios 3.4. Profesionales destacados	Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del Tema 3
Semana 4	Tema 4. ¿A quién? El estudio del público destinatario 4.1. La importancia de comprender al consumidor 4.2. La técnica del <i>buyer</i> persona 4.3. El mapa de empatía 4.4. Tendencias del consumidor	Test Tema 4 (0.1 puntos)	Clase del Tema 4
Semana 5	Tema 5. ¿Dice qué? Del análisis de mercado al eje de comunicación 5.1. Definición del eje de comunicación 5.2. La <i>reason why</i>		Clase del Tema 5 y presentación de la actividad grupal Clase de Resolución de la actividad 1

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 6	Tema 5. ¿Dice qué? Del análisis de mercado al eje de comunicación (continuación) 5.3. Tipología de ejes de comunicación	Test Tema 5 (0.1 puntos)	Clase del Tema 5
Semana 7	Tema 6. ¿Cómo lo dice? Del eje de comunicación al concepto creativo 6.1. Definición del concepto creativo 6.2. El <i>Big Ideal</i> de Ogilvy		Clase del Tema 6
Semana 8	Tema 6. ¿Cómo lo dice? Del eje de comunicación al concepto creativo (continuación) 6.3. Los <i>insights</i> como recurso para conceptualizar creativamente	Test Tema 6 (0.1 puntos) Actividad grupal (6.0 puntos)	Clase del Tema 6 Sesión de Recomendación de Examen
Semana 9		Actividad 3 (4.0 puntos)	Taller sobre conceptualización y presentación de actividad 3 Clase de Resolución de la actividad grupal
Semana 10	Tema 7. Tipología de <i>insights</i> y técnicas para dar con ellos 7.1. Tipología de <i>insights</i>		Clase del Tema 7
Semana 11	Tema 7. Tipología de <i>insights</i> y técnicas para dar con ellos (continuación) 7.2. Técnicas para la búsqueda de <i>insights</i>	Test Tema 7 (0.1 puntos)	Clase del Tema 7
Semana 12	Tema 8. Contextualizando: la comunicación publicitaria hoy 8.1. El modelo de la comunicación persuasiva integrada 8.2. Características de la comunicación persuasiva integrada		Clase del Tema 8 Clase de Resolución de la actividad 3
Semana 13	Tema 8. Contextualizando: la comunicación publicitaria hoy (continuación) 8.3. ¿Quién? Un emisor que busca ser útil		Clase del Tema 8

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 14	Tema 8. Contextualizando: la comunicación publicitaria hoy (continuación) 8.4. ¿En qué canal? Transmedialidad y convergencia mediática	Test Tema 8 (0.1 puntos)	Clase del Tema 8
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		