

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 | | |