

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 creatividad 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2 Origen y uso del término creatividad 1.3 Corrientes sobre creatividad 1.4 Definición 1.5 El estudio de la creatividad 1.6 La creatividad en publicidad	<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. Métodos y técnicas creativas 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Métodos y técnicas creativas 2.3. El método analógico 2.4. El pensamiento lateral 2.5. El análisis morfológico 2.6. <i>El brainstorming</i> 2.7. La solución creativa de problemas 2.7 El <i>design thinking</i> o pensamiento de diseño	Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del Tema 2
Semana 3	Tema 3. La creatividad como actividad publicitaria 3.1 ¿Cómo estudiar este tema? 3.2 Naturaleza de la comunicación publicitaria 3.3 Beneficios sociales de la publicidad 3.4 El sistema publicitario 3.5 La agencia de publicidad: perfiles profesionales 3.6 Los concursos de ideas 3.7 Las ideas en publicidad	Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del Tema 3

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 4	<p>Tema 4. El proceso previo a la creación: la estrategia publicitaria</p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2 Del <i>briefing</i> a la estrategia</p> <p>4.3 Análisis de la situación: problemas y oportunidades</p> <p>4.4. El pensamiento estratégico como valor creativo</p> <p>4.5. Componentes de la estrategia publicitaria</p> <p>4.6 Elementos de la estrategia publicitaria</p>	<p>Actividad 1 (3.4 puntos)</p> <p>Test Tema 4 (0.1 puntos)</p>	Clase del Tema 4 (se incluye presentación actividad 1)
Semana 5	<p>Tema 5. La estrategia creativa</p> <p>5.1 ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2 La estrategia creativa: elaboración del mensaje.</p> <p>5.3 Elementos de la estrategia creativa</p> <p>5.4 Modalidades de instrucciones creativas</p>	<p>Test Tema 5 (0.1 puntos)</p>	Clase del Tema 5
Semana 6	<p>Tema 6. Comunicación emocional e <i>insights</i></p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. El lenguaje de los sentimientos</p> <p>6.3. Anuncios memorables</p> <p>6.4 Razones y emociones</p> <p>6.5. Valores creativos emocionales</p> <p>6.6. Los estereotipos en publicidad</p> <p>6.6. <i>Consumer insights</i></p>	<p>Test Tema 6 (0.1 puntos)</p>	Clase del Tema 6
Semana 7	<p>Tema 7. La expresión creativa: el concepto o idea creativa</p> <p>7.1 ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2 La estrategia creativa: cómo decirlo</p> <p>7.3 El concepto o idea creativa</p> <p>7.4 El salto creativo</p> <p>7.5 La expresión creativa</p>	<p>Actividad grupal (6.0 puntos)</p> <p>Test Tema 7 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 7 (se incluye presentación actividad grupal)</p> <p>Clase de Resolución de la Actividad 1</p>
Semana 8	<p>Tema 8. Recursos creativos</p> <p>8.1 ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>8.2 Principios de la publicidad</p> <p>8.3 Principales recursos creativos</p> <p>8.4 Los diez grandes caminos creativos de Luis Bassat</p>	<p>Test Tema 8 (0.1 puntos)</p>	Clase del Tema 8

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 9	Tema 9. Creatividad visual y verbal 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. El director de arte: pensador de imágenes clave 9.3 El <i>layout</i> 9.4 La dirección de equipo de arte y dirección de arte fotográfica		Clase del Tema 9
Semana 10	Tema 9. Creatividad visual y verbal (continuación) 9.5 La labor del <i>copy</i> 9.6 Titulares, subtítulos y cuerpo de texto 9.7 El <i>claim</i> o eslogan 9.8 El <i>concept-board</i>	Taller sobre la herramienta o herramientas para la realización de la Actividad 3 (0.0 puntos) Test Tema 9 (0.1 puntos)	Sesión de Recomendación de Examen Clase del Tema 9
Semana 11		Actividad 3 (4.0 puntos)	Taller (se incluye presentación de actividad 3) Clase de Resolución de la Actividad grupal (doble duración)
Semana 12	Tema 10. La creatividad en los medios publicitarios 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2 La creatividad en los en los medios publicitarios: <i>online</i>		Clase del Tema 10
Semana 13	Tema 10. La creatividad en los medios publicitarios (continuación) 10.3 La creatividad en los en los medios publicitarios: <i>offline</i>		Clase del Tema 10
Semana 14	Tema 10. La creatividad en los medios publicitarios (continuación) 10.4 La extensión del concepto creativo a otros medios	Test Tema 10 (0.1 puntos)	Clase del Tema 10 Clase de Resolución de Actividad 3
Semana 15	Clase de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		