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. La comunicación alternativa 1.1. Los orígenes de la comunicación alternativa 1.2. Conceptualización 1.3. Teorías de la comunicación y medios alternativos 1.4. Limitaciones de los medios de comunicación alternativa 1.5. Perspectivas de futuro	<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. Nuevos soportes: comunicación viral y buzz marketing 2.1. La comunicación viral 2.2. El <i>prankvertising</i> 2.3. <i>Buzz marketing</i>		Clase del Tema 2
Semana 3	Tema 2. Nuevos soportes: comunicación viral y buzz marketing (continuación) 2.4. Consideraciones a tener en cuenta sobre las campañas de comunicación viral y <i>buzz marketing</i> 2.5. Casos prácticos	Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del Tema 2
Semana 4	Tema 3. Marketing de contenidos 3.1. ¿Qué es el marketing de contenidos? 3.2. <i>Branded Content</i> 3.3. <i>Inbound Marketing</i> 3.4. Publicidad nativa 3.4. <i>Storytelling</i> y narrativa transmedia	Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del Tema 3 (se incluye presentación actividad 1)

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 5	<p>Tema 4. Advergaming</p> <p>4.1. Definición de <i>advergaming</i></p> <p>4.2. Origen y evolución del <i>advergaming</i></p> <p>4.3. Tipos de <i>advergaming</i></p> <p>4.4. Ventajas estratégicas del <i>advergaming</i></p> <p>4.4. Casos prácticos</p>	Test Tema 4 (0.1 puntos)	Clase del Tema 4
Semana 6	<p>Tema 5. Street Marketing y Ambient marketing</p> <p>5.1. Definición de <i>street marketing</i></p> <p>5.2. Definición de <i>ambient marketing</i></p> <p>5.3. Ventajas e inconvenientes del <i>street marketing</i> y el <i>ambient marketing</i></p> <p>5.4. Casos prácticos</p>	Actividad 1 (3.4 puntos)	Clase del Tema 5
Semana 7	<p>Tema 6. Comunicación experiencial y sensorial</p> <p>6.1. Definición de comunicación experiencial</p> <p>6.2. Influencia de las experiencias en la decisión de compra del consumidor</p>		Clase del Tema 6 (se incluye presentación actividad grupal) Clase de Resolución de la Actividad 1
Semana 8	<p>Tema 6. Comunicación experiencial y sensorial (continuación)</p> <p>6.3. Elaboración de un plan de comunicación experiencial</p> <p>6.4. Definición de comunicación sensorial</p> <p>6.5. Casos prácticos</p>	Test Tema 6 (0.1 puntos)	Clase del Tema 6
Semana 9	<p>Tema 7. Neuromarketing</p> <p>7.1. Definición de neuromarketing</p> <p>7.2. Técnicas de medición directa</p>		Clase del Tema 7
Semana 10	<p>Tema 7. Neuromarketing</p> <p>7.3. Técnicas de medición indirecta</p>	Actividad grupal (6.0 puntos)	Sesión de Recomendación de Examen
		Test Tema 7 (0.1 puntos)	Clase del Tema 7
Semana 11	<p>Tema 8. Big data</p> <p>8.1. ¿Qué es el big data?</p> <p>8.2. <i>Big data</i> y estrategias de comunicación</p> <p>8.3. <i>Big data</i> y estrategias de marketing</p> <p>8.4. Casos prácticos</p>	Test Tema 8 (0.1 puntos)	Clase del Tema 8 (se incluye presentación de actividad 2) Clase de Resolución de la Actividad grupal (doble duración)

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 12	Tema 9. Nuevas formas de contratación: compra programática 9.1. Definición 9.2. El ecosistema de la publicidad programática		Clase del Tema 9
Semana 13	Tema 9. Nuevas formas de contratación: compra programática (continuación) 9.3. El proceso de compra programática 9.4. Ventajas e inconvenientes de la compra programática	Actividad 3 (4.0 puntos) Test Tema 9 (0.1 puntos)	Clase del Tema 9
Semana 14	Tema 10. Nuevas Tendencias 10.1. Marketing radical 10.2. Marketing de compromiso 10.3. Realidad aumentada 10.4. <i>Shoppable posts</i>	Test Tema 10 (0.1 puntos)	Clase del Tema 10 Clase de Resolución de Actividad 2
Semana 15	Clase de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		