

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 1	<p>Tema 1. Introducción a la publicidad display</p> <p>1.1. Definición 1.2. Beneficios de la publicidad display 1.3. Acciones generadas en el cliente 1.4. Compra de espacios publicitarios display 1.5. Tipos de segmentación 1.6. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 2. Formatos publicitarios display</p> <p>2.1. Características del lenguaje publicitario en Internet 2.2. Formatos publicitarios display 2.3. Eficacia de la publicidad display 2.4. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad: Campañas publicitarias en display. Casos de éxito (5,9 puntos)</p> <p>Test tema 1 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 2 (0,2 puntos)</p>
Semana 2	<p>Tema 3. Social display advertising</p> <p>3.1. Beneficios del social display 3.2. Anuncios display en las redes sociales 3.3. Anuncios display en Facebook 3.4. Anuncios display en Twitter 3.5. Anuncios display en LinkedIn 3.6. Anuncios display en Instagram 3.7. Anuncios display en YouTube 3.8. Anuncios display en Google+ 3.9. Diferencias entre la publicidad display y el social display 3.10. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 3 (0,2 puntos)</p>
Semana 3	<p>Tema 4. Publicidad display en dispositivos móviles</p> <p>4.1. El <i>mobile</i> marketing 4.2. <i>Mobile Ad Server</i> 4.3. <i>Mobile Advertising</i> 4.4. Integración de técnicas <i>online</i> y <i>mobile</i> 4.5. Tendencias de la publicidad móvil 4.6. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 5. La publicidad display internacional</p> <p>5.1. <i>Click Through Rate</i> 5.2. <i>Engagement</i> 5.3. Visibilidad 5.4. Referencias por industria 5.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad: Campañas publicitarias en dispositivos móviles. Casos de éxito (5,9 puntos)</p> <p>Test tema 4 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 5 (0,2 puntos)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 4	<p>Tema 6. La publicidad comportamental 6.1. La publicidad comportamental (<i>behavioral advertising</i>) 6.2. Funcionamiento de la publicidad comportamental 6.3. Distinción entre publicidad comportamental y otras figuras afines 6.4. La regulación de la publicidad comportamental 6.5. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 7. Retargeting 7.1. Definición 7.2. Estrategias de <i>retargeting</i> 7.3. El proceso del rendimiento 7.4. Buenas prácticas de <i>retargeting</i> 7.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad grupal: Campañas publicitarias en redes sociales. Casos de éxito (6 puntos)</p> <p>Test tema 6 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 7 (0,2 puntos)</p>
Semana 5	<p>Tema 8. Display Prospecting 8.1. Definición 8.2. Objetivos 8.3. Medición de resultados 8.4. Diferencias entre <i>retargeting</i> y <i>prospecting</i> 8.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 8 (0,2 puntos)</p>
Semana 6	<p>Tema 9. Ad Servers 9.1. ¿Qué es un <i>Ad Server</i>? 9.2. Funcionamiento 9.3. Tipos de <i>Ad Servers</i> 9.4. Principales <i>Ad Servers</i> 9.5. Diferencias entre <i>Ad Servers</i> y <i>Ad Networks</i> 9.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 9 (0,2 puntos)</p>
Semana 7	<p>Tema 10. Planificación de campañas display internacional Google AdWords 10.1. ¿Qué es la red display de Google? 10.2. Intención de compra y subtipos en display 10.3. Tipos de objetivo en campañas de display 10.4. Estrategias de puja en display 10.5. Tipos de segmentación (orientaciones de display) 10.6. Campañas de remarketing en display 10.7. El planificador de display 10.8. Formatos de anuncios en display 10.9. Informes 10.10. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 10 (0,2 puntos)</p>
Semana 8	<p>Tema 11. Optimizar campañas display 11.1. Campañas multidispositivo 11.2. Creatividades dinámicas 11.3. Dar el paso hacia el video marketing 11.4. Aprender de los datos 11.5. Optimización continua 11.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 11 (0,2 puntos)</p>

CONTENIDO TEÓRICO

ACTIVIDADES
(20 puntos)

Semana 9

Semana de repaso y exámenes

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.