

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. La creatividad en publicidad</p> <p>1.1 El creativo publicitario: la creatividad que llevamos dentro 1.2. El criterio creativo del cliente de publicidad 1.3. Creativos, bellas artes y creatividad publicitaria 1.4. Los objetivos publicitarios: ser o no ser de la creatividad 1.5. Anuncios creativos: la creatividad como espectáculo</p>	<p>Test tema 1 (0,2 puntos)</p>
Semana 2	<p>Tema 2. Creatividad y publicidad efectiva</p> <p>2.1. Anuncios memorables: razones y emociones 2.2. Recursos creativos: los <i>claims</i> y el visual 2.3. Campañas: la temperatura mediática de la publicidad 2.4. Los estereotipos en publicidad</p> <p>Tema 3. Proceso de creación de campañas publicitarias</p> <p>3.1. Proceso en cadena: primer y último eslabón creativo 3.2. El <i>briefing</i>: carburante para la creatividad publicitaria 3.3. La ventaja competitiva: elemento clave del <i>briefing</i> 3.4. El presupuesto: el precio de la creatividad 3.5. Los concursos de ideas</p>	<p>Trabajo: Identificación de estereotipos publicitarios (6 puntos)</p> <p>Test tema 2 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 3 (0,2 puntos)</p>
Semana 3	<p>Tema 4. Creatividad visual y verbal: dirección de arte y copy</p> <p>4.1. Los creativos publicitarios: especialistas en el lenguaje de los sentimientos 4.2. El director de arte: pensador de imágenes clave 4.3. El <i>layout</i> 4.4. La dirección de equipo de arte 4.5. Dirección de arte fotográfica 4.6. La labor del <i>copy</i> 4.7. Titulares, subtítulos y cuerpo de texto 4.8. El <i>claim</i> o eslogan</p>	<p>Trabajo: Imágenes clave y eslóganes (6 puntos)</p> <p>Test tema 4 (0,2 puntos)</p>
Semana 4	<p>Tema 5. La estrategia creativa en publicidad</p> <p>5.1. El pensamiento estratégico como valor creativo 5.2. La estrategia creativa punto por punto 5.3. Valores creativos emocionales</p> <p>Tema 6. La creatividad en la estrategia de marca</p> <p>6.1. Identidad verbal: el nombre de una marca (naming) 6.2. Identidad visual: el logotipo 6.3. La personalidad de marca 6.4. Las experiencias de marca</p>	<p>Trabajo: Análisis de la personalidad de marca (6 puntos)</p> <p>Test tema 5 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 6 (0,2 puntos)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 5	<p>Tema 7. La investigación en creatividad publicitaria</p> <p>7.1. La investigación de la creatividad publicitaria</p> <p>7.2. Investigación de la influencia del mensaje publicitario en el receptor</p> <p>7.3. Investigación sobre las imágenes mentales</p> <p>7.4. Investigaciones sobre la influencia del mensaje en las actitudes del público objetivo</p>	Test tema 7 (0,2 puntos)
Semana 6	<p>Tema 8. El proceso de formación de las ideas en publicidad</p> <p>8.1. Las ideas en publicidad</p> <p>8.2. Técnicas para generar ideas</p> <p>8.3. El <i>concept-board</i></p> <p>8.4. Los géneros creativos</p> <p>8.5. Producción y post-producción de ideas</p> <p>8.6. La reunión de pre-producción</p>	Test tema 8 (0,2 puntos)
Semana 7	<p>Tema 9. La creatividad en los medios publicitarios</p> <p>9.1. Creatividad en los medios impresos</p> <p>9.2. Creatividad en los medios exteriores</p> <p>9.3. Creatividad en los escaparates</p> <p>9.4. Creatividad en el medio sonoro: la radio</p> <p>9.5. Creatividad en los medios audiovisuales</p> <p>9.6. La extensión del concepto creativo a otros medios</p>	Test tema 9 (0,2 puntos)
Semana 8	<p>Tema 10. Creatividad en la generación de contenidos: campañas integradas</p> <p>10.1. <i>Branded content</i></p> <p>10.2. <i>Storytelling</i></p> <p>10.3. Transmedia</p> <p>10.4. Gamificación</p>	Test tema 10 (0,2 puntos)
Semana 9	Semana de repaso	
Semana 9	Semana de exámenes	

NOTA

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