

Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades accede a la sección **Actividades** (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. Cultura visual, percepción de imágenes y comunicación visual 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Cultura visual y mundo visual 1.3. Cultura y representación de la otredad 1.4. Cultura visual global 1.5. Aproximación a la lectura, análisis y consumo de imágenes 1.6. Comunicación visual 1.7. Referencias bibliográficas	Asistencia a 2 clases en directo a lo largo de la asignatura (0,4 puntos cada una) Test Tema 1 (0.1 puntos)	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	Tema 2. Cultura de masas y cultura de consumo 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Cultura de masas 2.3. Categorías estéticas 2.4. Discursos fragmentarios, apropiacionismo y simulación 2.5. Cultura de consumo: parámetros actuales 2.6. Nuevas formas de publicidad	Actividad: Cartel publicitario con referencias directas a la obra de un artista (3.0 puntos) Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del tema 2 y presentación de la actividad Cartel publicitario con referencias directas a la obra de un artista
Semana 3	Tema 3. Cultura de la información y de las TIC 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Cultura de la información y de las TIC 3.3. Cultura mediática y narrativas transmedia 3.4. Nuevas tecnologías y diseño: interactividad, ciberespacio y redes sociales 3.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del tema 3

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 4	<p>Tema 4. Proceso y concepto creativo</p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. Competencias de la dirección de arte</p> <p>4.3. Idea creativa de la campaña e imagen de marca</p> <p>4.4. Creatividad y concepto creativo</p> <p>4.5. Intertextualidad e intermedialidad: estrategias creativas</p> <p>4.6. Dirección y gestión de proyectos 360º</p> <p>4.7. Referencias bibliográficas</p>	Test Tema 4 (0.1 puntos)	Clase del tema 4
Semana 5	<p>Tema 5. Claves en todo proyecto de diseño</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. Claves en todo proyecto</p> <p>5.3. Simplicidad, practicidad, fidelidad y unicidad</p> <p>5.4. Mandamientos del diseño de Roger Black</p> <p>5.5. Referencias en el mundo del arte: Ichwan Noor, Cai Guo-Quiang y Damien Hirst</p> <p>5.6. Referencias bibliográficas</p>	Test Tema 5 (0.1 puntos)	<p>Clase del tema 5</p> <p>Clase de resolución de la actividad Cartel publicitario con referencias directas a la obra de un artista</p>
Semana 6	<p>Tema 6. Cambio en el <i>layout</i></p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. Adaptaciones imprevistas</p> <p>6.3. Nuevos formatos y soportes</p> <p>6.4. <i>Apps</i> e interfaces</p> <p>6.5. Simplificación de la información</p> <p>6.6. Posibilidades de la tipografía y la imagen</p>	<p>Actividad: Elaboración de una campaña transmedia (4.0 puntos)</p> <p>Test Tema 6 (0.1 puntos)</p>	Clase del tema 6 y presentación de la actividad Elaboración de una campaña transmedia

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 7	Tema 7. Medios ATL: <i>Above The Line</i> 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Medios y canales convencionales: <i>Above The Line</i> (ATL) 7.3. Factores a considerar en campañas exitosas en medios ATL	Test Tema 7 (0.1 puntos)	Clase del tema 7
Semana 8	Tema 8. Nuevos medios digitales 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Realidad virtual 8.3. Realidad aumentada		Clase del tema 8
Semana 9	Tema 8. Nuevos medios digitales (continuación) 8.4. Retransmisiones en <i>streaming</i> y vídeos <i>online</i> 8.5. <i>Advergaming</i> 8.6. <i>Digital signage</i> y escaparates interactivos 8.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 8 (0.1 puntos)	Clase del tema 8 Clase de resolución de la actividad Elaboración de una campaña transmedia
Semana 10	Tema 9. Medios BTL: <i>Below The Line</i> 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Medios BTL: medios y canales no convencionales 9.3. Tipos de <i>marketing</i> en medios BTL 9.4. Estrategia y beneficios de una campaña BTL 9.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 9 (0.1 puntos)	Clase del tema 9

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 11	Tema 10. Publicidad no convencional y nuevos medios 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Posfotografía, nuevas tecnologías y <i>game photography</i> 10.3. Videoarte viral, memes, falso documental y cine expandido	Actividad grupal: Anuncio con uso de nuevos medios digitales (6.0 puntos)	Clase del tema 10 y presentación de la actividad grupal Anuncio con uso de nuevos medios digitales
Semana 12	Tema 10. Publicidad no convencional y nuevos medios (continuación) 10.4. Acciones performativas: vídeo <i>mapping</i> , vj's y <i>flashmob</i> 10.5. Geoposicionamiento y campañas SEM 10.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 10 (0.1 puntos)	Clase del tema 10
Semana 13	Tema 11. Publicidad de guerrilla 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Publicidad de guerrilla 11.3. Factores del éxito de la publicidad de guerrilla en la web 11.4. Herramientas y plataformas del guerrillero <i>online</i> 11.5. Memes y <i>marketing</i> de guerrilla 11.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 11 (0.1 puntos)	Clase del tema 11
Semana 14	Tema 12. Viralidad y publicidad 12.1. ¿Cómo estudiar este tema? 12.2. <i>Marketing</i> viral 12.3. Publicidad y redes sociales		Clase del tema 12

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 15	Tema 12. Viralidad y publicidad (continuación) 12.4. <i>Marketing de influencers</i> 12.5. Vídeo viral, <i>unboxing</i> y EIRubius 12.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 12 (0.1 puntos)	Clase del tema 12 Clase de resolución de la actividad grupal Anuncio con uso de nuevos medios digitales Sesión de explicación del modelo de examen
Semana 16	Semana de exámenes		