

## 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 (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<b>Tema 1. Creación y diseño de marca en la publicidad integrada</b> 1.1 ¿Cómo estudiar este tema? 1.2 Concepto y fundamentos de marca 1.3 Tipología de las marcas 1.4 <i>Branding</i> : construcción de marca 1.5 Referencias bibliográficas	<b>Huella UNIR</b> (2,5 puntos)  <b>Test Tema 1</b> (0,1 punto)	Sesión de Presentación de la asignatura  Clase del Tema 1
Semana 2	<b>Tema 2. Estrategia de marca</b> 2.1 ¿Cómo estudiar este tema? 2.2 <i>El Brand Core</i> 2.3 La plataforma de identidad de marca 2.4 Construcción de la plataforma de identidad de marca 2.5 La propuesta de valor o promesa de la marca 2.6 Posicionamiento 2.7 Referencias bibliográficas	<b>Test Tema 2</b> (0,1 punto)	Clase del Tema 2
Semana 3	<b>Tema 3. Arquitectura de marca</b> 3.1 ¿Cómo estudiar este tema? 3.2 ¿Qué es la arquitectura de marca? 3.3 Modelos de arquitectura de marca 3.4 Gestión de la cartera de marca 3.5 Proceso de la estrategia de la cartera de marca 3.6 Estrategias de crecimiento competitivo 3.7 Referencias bibliográficas	<b>Test Tema 3</b> (0,1 punto)	Clase del Tema 3
Semana 4	<b>Tema 4. Branding interno</b> 4.1 ¿Cómo estudiar este tema? 4.2 Embajadores de la marca 4.3 Marca y cultura corporativa 4.4 Comunicación interna al servicio de la marca 4.5 <i>Brand engagement</i> 4.6 Casos de éxito 4.7 Referencias bibliográficas	<b>Entrega Actividad 1</b> (3 puntos)  <b>Test Tema 4</b> (0,1 punto)	Clase del Tema 4

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5	<b>Tema 5. Creación y experiencia de marca</b> 5.1 ¿Cómo estudiar este tema? 5.2 Concepto de experiencia de marca del cliente 5.3 Diseño de las experiencias de marca 5.4 Módulos experienciales 5.5 Proveedores de experiencia 5.6 La investigación y las experiencias de marca 5.7 Referencias bibliográficas	<b>Test Tema 5</b> (0,1 punto)	Clase del Tema 5
Semana 6	<b>Tema 6. Nuevos tipos de consumidor</b> 6.1 ¿Cómo estudiar este tema? 6.2 Del consumidor analógico al digital 6.3 Consumidores 2.0 6.4 Proceso de compra del consumidor 2.0 6.5 La influencia del consumidores 2.0 sobre las marcas 6.6 Referencias bibliográficas	<b>Test Tema 6</b> (0,1 punto)	<b>Clase de Resolución de la Actividad 1</b>  Clase del Tema 6
Semana 7	<b>Tema 7. Diálogo digital entre la marca y la audiencia</b> 7.1 ¿Cómo estudiar este tema? 7.2 Características de la pauta en redes sociales 7.3 <i>Branding</i> y difusión de contenido 7.4 Creación de audiencia 7.5 Vinculación		Clase del Tema 7
Semana 8	<b>Tema 7. Diálogo digital entre la marca y la audiencia (continuación)</b> 7.6 Ventas o descargas 7.7 Registros y mejoras de las bases de datos 7.8 Audiencias personalizadas 7.9 Referencias bibliográficas	<b>Entrega Actividad 2</b> (3 puntos)  <b>Test Tema 7</b> (0,1 punto)	Clase del Tema 7 (continuación)
Semana 9	<b>Tema 8. Creación del <i>engagement</i></b> 8.1 ¿Cómo estudiar este tema? 8.2 Definición de <i>engagement</i> 8.3 El <i>engagement</i> en la publicidad integrada 8.4 Marketing de contenidos 8.5 Referencias bibliográficas	<b>Test Tema 8</b> (0,1 punto)	<b>Sesión de Recomendación de Examen</b>  Clase del Tema 8

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 10	<b>Tema 9. Herramientas de gestión de marca y comunicación</b> 9.1 ¿Cómo estudiar este tema? 9.2 Manual de Identidad Visual Corporativa 9.3 Libro de marca 9.4 Referencias bibliográficas	<b>Actividad grupal</b> Lectura individual  <b>Test Tema 9</b> (0,1 punto)	<b>Clase de Resolución de la Actividad 2</b>  Clase del Tema 9
Semana 11		<b>Actividad grupal</b> Aula de discusión	<b>Presentación de la Actividad Grupal</b>
Semana 12	<b>Tema 10. Nuevas estrategias digitales de marca y su integración con la publicidad convencional</b> 10.1 ¿Cómo estudiar este tema? 10.2 <i>Branded content</i> 10.3 <i>Visual social media marketing</i> 10.4 <i>Social ads</i> 10.5 Publicidad transmedia 10.6 Nuevas estrategias digitales integradas en la publicidad convencional 10.7 Referencias bibliográficas	<b>Test Tema 10</b> (0,1 punto)	Clase del Tema 10
Semana 13		<b>Entrega de Actividad Grupal</b> (5,4 puntos)	<b>Clase de Resolución de Actividad Grupal</b>
Semana 14	<b>Tema 11. Nuevos perfiles profesionales para la creatividad en la publicidad integrada</b> 11.1 ¿Cómo estudiar este tema? 11.2 Creativo digital 11.3 <i>Brand manager</i> 11.4 <i>Growth hacker</i> 11.5 Responsable de customer experience 11.6 Referencias bibliográficas	<b>Test Tema 11</b> (0,1 punto)	Clase del Tema 11
Semana 15	<b>Clase de Repaso</b>		

CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 16	<b>Semana de exámenes</b>	

**NOTA**

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