

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	<p>Tema 1. Introducción a la regulación de la publicidad integrada (PI)</p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. Aproximación al concepto de la publicidad</p> <p>1.3. Sujetos que participan en la actividad publicitaria: anunciantes, profesionales y destinatarios</p> <p>1.4. Tipos de mensajes publicitarios</p> <p>1.5. Medios convencionales y digitales</p> <p>1.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 1 (0,1 punto)</p>	<p>Sesión de Presentación de la asignatura</p> <p>Clase del Tema 1</p>
Semana 2	<p>Tema 2. Marco jurídico general de la publicidad integrada</p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. Fuentes del derecho: Europeo y nacional</p> <p>2.3. Convivencia del sistema jurídico y de autorregulación en la publicidad integrada</p> <p>2.4. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 2 (0,1 punto)</p>	<p>Clase del Tema 2</p>
Semana 3	<p>Tema 3. Marco jurídico general de la publicidad integrada II</p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>3.2. Normativa jurídica</p> <p>3.3. Ley General de Publicidad</p> <p>3.4. Ley Competencia Desleal</p> <p>3.5. Ley de Comunicación Audiovisual</p>		<p>Clase del Tema 3</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 4	<p>Tema 3. Marco jurídico general de la publicidad integrada II (continuación)</p> <p>3.6. Ley General para la de Defensa de Consumidores y Usuarios (LGDCU)</p> <p>3.7. Ley de Servicio de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico (LSSI)</p> <p>3.8. Ley Orgánica de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen</p> <p>3.9. Leyes sectoriales</p> <p>3.10. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 3 (0,1 punto)</p>	<p>Clase del Tema 3 (continuación)</p>
Semana 5	<p>Tema 4. La autorregulación de la publicidad integrada</p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. Aproximación a la autorregulación</p> <p>4.3. Asociación de Autocontrol: sistema de autorregulación en España</p> <p>4.4. <i>Interactive Advertising Bureau</i> (IAB)</p> <p>4.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Entrega Actividad 1 (4 puntos)</p> <p>Test Tema 4 (0,1 punto)</p>	<p>Clase del Tema 4</p>
Semana 6	<p>Tema 5. Privacidad y protección de datos</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. Nuevo negocio a regular: el <i>Big Data</i></p> <p>5.3. Regulación de los datos personales</p> <p>5.4. Intimidad, datos y dispositivos digitales</p> <p>5.5. Ejemplo de colaboración entre empresas y Estados</p> <p>5.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 5 (0,1 punto)</p>	<p>Clase del Tema 5</p>
Semana 7	<p>Tema 6. Publicidad comportamental y cookies</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. Aproximación a la publicidad comportamental</p> <p>6.3. Consentimiento de las <i>cookies</i></p> <p>6.4. Límites con el derecho a la intimidad</p> <p>6.5. Iniciativas jurídicas y de autorregulación</p> <p>6.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Entrega Actividad 2 (4 puntos)</p> <p>Test Tema 6 (0,1 punto)</p>	<p>Clase de Resolución de la Actividad 1</p> <p>Clase del Tema 6</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 8	<p>Tema 7. Códigos de autorregulación</p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2 Qué es la autorregulación</p> <p>7.3 Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol</p> <p>7.4 Códigos de Conducta Publicitaria Sectoriales</p> <p>7.5 Guía sobre el uso de las <i>cookies</i></p> <p>7.6 Código de Confianza <i>Online</i></p> <p>7.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 7 (0,1 punto)</p>	<p>Clase del Tema 7</p>
Semana 9	<p>Tema 8. Regulación de la publicidad en las redes sociales</p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>8.2. Tipos de redes sociales</p> <p>8.3. Funcionamiento</p> <p>8.4. Límites a la intimidad</p> <p>8.5. Marcas</p> <p>8.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad grupal Lectura individual</p> <p>Test Tema 8 (0,1 punto)</p>	<p>Clase de Resolución de la Actividad 2</p> <p>Clase del Tema 8</p>
Semana 10		<p>Actividad grupal Aula de discusión</p>	<p>Presentación de la Actividad Grupal</p>
Semana 11	<p>Tema 9. Límites de las acciones publicitarias y a la intimidad</p> <p>9.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>9.2. <i>Bluespam</i></p> <p>9.3. Geolocalización</p> <p>9.4. Mensajería instantánea: Whatsapp</p> <p>9.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 9 (0,1 punto)</p>	<p>Sesión de Recomendación de Examen</p> <p>Clase del Tema 9</p>
Semana 12		<p>Entrega de Actividad Grupal (6,1 puntos)</p>	<p>Clase de Resolución de Actividad Grupal</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 13	Tema 10. Nuevos formatos y problemas jurídicos 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Marketing viral y <i>email marketing</i> 10.3. <i>Brandend content</i> 10.4. Redes sociales: Twitter, Instagram y Facebook 10.5. <i>Display</i> 10.6. Publicidad social 10.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 10 (0,1 punto)	Clase del Tema 10
Semana 14	Tema 11. Sentencias y resoluciones 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Resolución de la Agencia Española de Protección de Datos: Envío publicidad no deseada «enviar a un amigo» 11.3. Resolución de la Agencia Española de Protección de Datos: Cookies 11.4. Sentencia: UE y nacional 11.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 11 (0,1 punto)	Clase del Tema 11
Semana 15	Clase de Repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		

NOTA

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