

## 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<br>(20 puntos)  | CLASES EN DIRECTO                               |
|----------|--|---|---|
| Semana 1 | <b>Semana de introducción a la asignatura</b>  |   |   |
| Semana 2 | <b>Tema 1: Principios de la publicidad</b><br>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>1.2. Principios de la publicidad<br>1.3. Tipos de publicidad                                       |   | Clase del tema 1                                |
| Semana 3 | <b>Tema 1: Principios de la publicidad (continuación)</b><br>1.4. Objetivos de la publicidad<br>1.5. Referencias bibliográficas  | <b>Test tema 1</b><br>(0,2 puntos)  | Clase del tema 1 (continuación)                 |
| Semana 4 | <b>Tema 2: Estructura de las agencias de publicidad</b><br>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>2.2. Tipos de agencias<br>2.3. Organización dentro de las agencias                    | <b>Foro de debate:</b><br>Comparación entre dos campañas publicitarias (3 puntos) | Clase del tema 2 y presentación de la actividad |
| Semana 5 | <b>Tema 2: Estructura de las agencias de publicidad (continuación)</b><br>2.4. Estructuras convencionales<br>2.5. Nuevos formatos publicitarios<br>2.6. Referencias bibliográficas | <b>Test tema 2</b><br>(0,2 puntos)  | Clase del tema 2 (continuación)                 |
| Semana 6 | <b>Tema 3: El proceso publicitario</b><br>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>3.2. Brief publicitario<br>3.3. La estrategia de comunicación  |   | Clase del tema 3                                |
| Semana 7 | <b>Tema 3: Desarrollo de la idea (continuación)</b><br>3.4. Género, trama, tema y argumento<br>3.5. Trama principal y subtramas  | <b>Test tema 3</b><br>(0,2 puntos)  | Clase del tema 3 (continuación)                 |

|           | CONTENIDO TEÓRICO   | ACTIVIDADES<br>(20 puntos)   | CLASES EN DIRECTO                               |
|-----------|---|--|---|
| Semana 8  | <b>Tema 4: El proceso de producción</b><br>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>4.2. Preproducción<br>4.3. Producción  | <b>Reporte de lectura:</b><br>del planificador de medios al experto en medios: El efecto digital en la publicidad (4,3 puntos) | Clase del tema 4 y presentación de la actividad |
| Semana 9  | <b>Tema 4: El proceso de producción (continuación)</b><br>4.4. Postproducción<br>4.5. Referencias bibliográficas  | <b>Test tema 4</b><br>(0,2 puntos)   | Clase del tema 4 (continuación)                 |
| Semana 10 | <b>Tema 5: Principios de la publicidad</b><br>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>5.2. Publicidad no convencional<br>5.3. Reputación corporativa                | <b>Ensayo:</b> El éxito de los productos publicitarios (4,5 puntos)  | Clase del tema 5                                |
| Semana 11 | <b>Tema 5: Principios de la publicidad (continuación)</b><br>5.4. Gestión de prensa<br>5.5. Referencias bibliográficas  | <b>Test tema 5</b><br>(0,2 puntos)   | Clase del tema 5 (continuación)                 |
| Semana 12 | <b>Tema 6: Las relaciones públicas</b><br>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>6.2. Las relaciones públicas en México<br>6.3. Estrategias de relaciones públicas | <b>Trabajo:</b> Planeación de una campaña publicitaria (6 puntos)  | Clase del tema 6                                |
| Semana 13 | <b>Tema 6: Las relaciones públicas (continuación)</b><br>6.4. Elaboración de la estrategia<br>6.5. Medición de resultados<br>6.6. Referencias bibliográficas  | <b>Test tema 6</b><br>(0,2 puntos)   | Clase del tema 6 (continuación)                 |
| Semana 14 | <b>Semana de repaso</b>   |  |   |
| Semana 15 | <b>Semana de exámenes</b>   |  |   |

**NOTA**

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