

## 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)
Semana 1	<b>Semana de introducción a la asignatura</b>	
Semana 2	<b>Tema 1. Introducción a la creatividad</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Origen y uso del término «creatividad». 1.3. Corrientes sobre creatividad. 1.4. Definición. 1.5. El estudio de la creatividad.	
Semana 3	<b>Tema 2. La creatividad como actividad publicitaria</b> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Naturaleza de la comunicación publicitaria. 2.3. Beneficios sociales de la publicidad.	<b>Trabajo:</b> Desarrollo de los 7 puntos del establecimiento estratégico del posicionamiento (4 puntos)
Semana 4	<b>Tema 2. La creatividad como actividad publicitaria (Continuación)</b> 2.4. El sistema publicitario. 2.5. La agencia de publicidad: estructura y funcionamiento.	
Semana 5	<b>Tema 2. La creatividad como actividad publicitaria (continuación)</b> 2.6. Del <i>briefing</i> a la estrategia. 2.7. Análisis de la situación: problemas y oportunidades.	
Semana 6	<b>Tema 2. La creatividad como actividad publicitaria (continuación)</b> 2.8. La estrategia publicitaria: objetivos publicitarios, <i>target</i> , producto, presupuesto y calendario. 2.9. El posicionamiento.	
Semana 7	<b>Tema 3. Los componentes de la Estrategia Publicitaria: la Estrategia Creativa</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Componentes de la estrategia publicitaria: la estrategia creativa y la estrategia de medios.	<b>Foro de debate:</b> Características, ventajas y desventajas de las estrategias creativas denominadas <i>USP</i> , <i>copy strategy</i> y <i>star strategy</i> (3 puntos)
Semana 8	<b>Tema 3. Los componentes de la Estrategia Publicitaria: la Estrategia Creativa (Continuación)</b> 3.3. La estrategia creativa: elaboración del mensaje. 3.4. Elementos de la estrategia creativa: blanco, objetivo creativo, promesa, imperativos y tono. 3.5. Modalidades de instrucciones creativas: <i>USP</i> , <i>copy strategy</i> , <i>star strategy</i> .	

Semana de repaso	
Semana 9	
Semana 10	<p><b>Tema 4. La expresión creativa: el concepto o idea creativa</b></p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. La estrategia creativa: cómo decirlo</p> <p>4.3. El concepto o idea creativa</p>
Semana 11	<p><b>Tema 4. Tema 4. La expresión creativa: el concepto o idea creativa (continuación)</b></p> <p>4.4. El salto creativo.</p> <p>4.5. La expresión creativa.</p>
Semana 12	<p><b>Tema 5. Recursos creativos</b></p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. Principales formatos publicitarios.</p> <p>5.3. Los 10 grandes caminos creativos de Luis Bassat.</p>
Semana 13	<p><b>Tema 5. Recursos creativos (Continuación)</b></p> <p>5.4. Principios de la publicidad.</p> <p>5.5. El eslogan: quinta esencia del arte publicitario.</p>
Semana 14	<p><b>Tema 6. Los componentes y técnicas de la Estrategia Publicitaria</b></p> <p>6.1 ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2 La Estrategia en medios: difusión del mensaje.</p> <p>6.3 Publicidad en medios convencionales.</p>
Semana 15	<p><b>Tema 6. Los componentes y técnicas de la Estrategia Publicitaria (continuación)</b></p> <p>6.4. Publicidad en medios no convencionales.</p> <p>6.5. Técnicas asociativas: el <i>brainstroming</i>.</p> <p>6.6. Técnicas analógicas: la sinéctica.</p>
Semana 16	<p><b>Tema 6. Los componentes y técnicas de la Estrategia Publicitaria (continuación)</b></p> <p>6.7. Técnicas combinatorias: el análisis morfológico.</p> <p>6.8. La solución de problemas.</p> <p>6.9. El pensamiento lateral.</p>
Semana 17	Semana de exámenes

Nota: Los siguientes días se consideran **periodos de repaso**:

- Del 10 de abril al 16 de abril