

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 (20 puntos)
Semana 1	Semana de introducción a la asignatura	
Semana 2	Tema 1: Introducción a la creatividad 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	Trabajo: Desarrollo de los 7 puntos del establecimiento estratégico del posicionamiento (4,4 puntos) Test tema 1 (0,2 puntos)
Semana 3	Tema 2: La creatividad como actividad publicitaria 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Naturaleza de la comunicación publicitaria 2.3. Beneficios sociales de la publicidad	
Semana 4	Tema 2: La creatividad como actividad publicitaria (continuación) 2.4. El sistema publicitario 2.5. La agencia de publicidad: estructura y funcionamiento 2.6. Del briefing a la estrategia	
Semana 5	Tema 2: La creatividad como actividad publicitaria (continuación) 2.7. Análisis de la situación: problemas y oportunidades 2.8. La estrategia publicitaria: objetivos publicitarios, target, producto, presupuesto y calendario 2.9. El posicionamiento	Test tema 2 (0,2 puntos)
Semana 6	Tema 3: Los componentes de la estrategia publicitaria: la estrategia creativa 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Componentes de la estrategia publicitaria: la estrategia creativa y la estrategia de medios 3.3. La estrategia creativa: elaboración del mensaje	Foro de debate: Características, ventajas y desventajas de las estrategias creativas denominadas USP, copy strategy y star strategy (3 puntos)
Semana 7	Tema 3: Los componentes de la estrategia publicitaria: la estrategia creativa (continuación) 3.4. Elementos de la estrategia creativa: blanco, objetivo creativo, promesa, imperativos y tono 3.5. Modalidades de instrucciones creativas: USP, Copy Strategy, Star Strategy	Test tema 3 (0,2 puntos)

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 8	Tema 4: La expresión creativa: el concepto o idea creativa 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. La estrategia creativa: cómo decirlo 4.3. El concepto o idea creativa 4.4. El salto creativo 4.5. La expresión creativa	Práctica: El concepto o idea creativa (5,7 puntos) Test tema 4 (0,2 puntos)
Semana 9	Tema 5: Recursos creativos 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Principales formatos publicitarios 5.3. Los 10 grandes caminos creativos de Luis Bassat	
Semana 10	Tema 5: Recursos creativos (continuación) 5.4. Principios de la publicidad 5.5. El eslogan: quinta esencia del arte publicitario	Test tema 5 (0,2 puntos)
Semana 11	Tema 6: Los componentes y técnicas de la estrategia publicitaria 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. La estrategia en medios: difusión del mensaje 6.3. Publicidad en medios convencionales	Trabajo: Portafolio de estrategias publicitarias (5,7 puntos)
Semana 12	Tema 6: Los componentes y técnicas de la estrategia publicitaria (continuación) 6.4. Publicidad en medios no convencionales 6.5. Técnicas asociativas: el <i>brainstorming</i> 6.6. Técnicas analógicas: la sinéctica	
Semana 13 05/08/2019 - 09/08/2019	Tema 6: Los componentes y técnicas de la estrategia publicitaria (continuación) 6.7. Técnicas combinatorias: el análisis morfológico 6.8. La solución de problemas 6.9. El pensamiento lateral	Test tema 6 (0,2 puntos)
Semana 14	Semana de repaso	
Semana 15	Semana de exámenes	

NOTA

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