

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 31/01/2022- 04/02/2022	Tema 1. Comunicación integrada de marketing 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Concepto, formas y proceso 1.3. Herramientas y medios de comunicación 1.4. Nuevos modelos de negocio en la red 1.5. Resumen	Huella UNIR: El arte de contar historias (comunicación) (5 puntos) Test Tema 1 (0,1 puntos)	Presentación de la asignatura + Clase del tema 1
Semana 2 07/02/2022- 11/02/2022	Tema 2. Planes de comunicación integrada en la empresa y comercio electrónico 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Formulación, ejecución y evaluación de planes de comunicación en la empresa 2.3. Estrategias creativas y de mensaje en comunicación de marketing 2.4. Programación, diseño de la creatividad en marketing y negociación de medios 2.5. Resumen	Test Tema 2 (0,1 puntos)	Clase del tema 2
Semana 3 14/02/2022- 18/02/2022	Tema 3. La campaña de comunicación integrada en marketing 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Diseño, planificación de medios y evaluación de campañas de comunicación 3.3. Determinación del presupuesto de comunicación en marketing 3.4. Regulación de la comunicación en marketing 3.5. Resumen	Test Tema 3 (0,1 puntos)	Clase del tema 3
Semana 4 21/02/2022- 25/02/2022	Semana de repaso independiente y revisión de próximos temas		

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5 28/02/2022- 04/03/2022	Tema 4. Dirección de la publicidad 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Objetivos, tipos, funciones, medios y soportes 4.3. Procesos y modelos de medición de alcance de los medios en publicidad 4.4. La eficacia y la efectividad publicitaria: propuestas de medición 4.5. Resumen	Test Tema 4 (0,1 puntos)	Clase del tema 4
Semana 6 07/03/2022- 11/03/2022	Tema 5. Dirección de promoción de ventas 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Tipos de promoción de ventas: características en entornos online y digitales 5.3. Instrumentos, modelos y métodos de medición de la promoción de ventas. 5.4. Planificación, implementación y evaluación de un plan promocional 5.5. Resumen	Entrega de la actividad 1 (3 puntos) Test Tema 5 (0,1 puntos)	Clase del tema 5
Semana 7 14/03/2022- 18/03/2022	Tema 6. Reputación y relaciones públicas en la dirección de la comunicación 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Tipos de reputación y relaciones públicas en entornos virtuales y presenciales 6.3. Planes y procesos de ejecución de una campaña: diseño, ejecución y control 6.4. Resumen	Test Tema 6 (0,1 puntos)	Clase del tema 6 y Clase de resolución de la actividad 1
Semana 8 21/03/2022- 25/03/2022	Semana de repaso independiente y revisión de próximos temas		
Semana 9 28/03/2022- 01/04/2022	Tema 7. Dirección de marketing directo e interactivo 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Instrumentos de medición y rentabilidad en marketing directo e interactivo 7.3. Organización, dirección y control de las acciones de marketing directo e interactivo 7.4. Selección, formación, evaluación y métodos de asignación óptima de vendedores 7.5. Resumen	Entrega de la actividad 2 (3 puntos) Test Tema 7 (0,1 puntos)	Clase del tema 7

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 10 04/04/2022- 08/04/2022	Tema 8. Comunicación y entornos digitales en la empresa (continuación) 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Sistemas de información <i>online</i> : características y diseño 8.3. Métodos de investigación de mercados y comportamiento del comprador <i>online</i> 8.4. <i>Big data</i> , analítica de datos y métodos de medición de la comunicación integrada de marketing 8.5. Resumen	Test Tema 8 (0,1 puntos)	Clase del tema 8 y Clase de resolución de la actividad 2
Semana 11 11/04/2022- 15/04/2022	Tema 9. Dirección de comunicación en marketing y publicidad digital 9.1 Introducción y objetivos 9.2 Funciones del analista de datos en la comunicación de marketing de la empresa 9.3. Dirección de tecnologías y evaluación de nuevas tendencias de marketing móvil 9.4. Dirección de tecnologías y evaluación de nuevas tendencias en redes sociales	Test Tema 9 (0,1 puntos)	Clase del tema 9
Semana 12 18/04/2022- 22/04/2022	Semana de repaso independiente y revisión de próximos temas		
Semana 13 25/04/2022- 29/04/2022	Tema 9. Dirección de comunicación en marketing y publicidad digital (continuación) 9.5. Dirección de tecnologías y evaluación de nuevas tendencias de comunicación en tiempo real 9.6. Resumen		Clase del tema 9 (continuación)
Semana 14 02/05/2022- 06/05/2022	Tema 10. Estrategias de comunicación para la captación y fidelización de clientes 10.1. Introducción y objetivos 10.2. La relevancia del CRM estratégico y analítico en la empresa: diseño e implementación de planes de CRM 10.3. Estrategias centradas en la experiencia del cliente y usuario	Entrega de la actividad 3 (3 puntos)	Clase del tema 10

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 15 09/05/2022- 14/05/2022	Tema 10. Estrategias de comunicación para la captación y fidelización de clientes (continuación) 10.4. Estrategias de innovación y co-creación de valor en comunicación de marketing	Test Tema 10 (0,1 puntos)	Clase del tema 10 (continuación) y Clase de resolución de la actividad 3
Semana 16 16/05/2022- 20/05/2022	Semana de repaso independiente y revisión de próximos temas		
Semana 17 23/05/2022- 27/05/2022	Semana de exámenes		

NOTA

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