

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Trabajos (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 1	Tema 1. Estrategia y creatividad en publicidad sectorial 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Principios estratégicos en la publicidad sectorial 1.3. Las estrategias de segmentación en sectores específicos 1.4. La planificación estratégica y la figura del planner		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales, a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 puntos cada una)
Semana 2	Tema 1. Estrategia y creatividad en publicidad sectorial (continuación) 1.5. Estrategia centrada en el consumidor: el insight del consumidor 1.6. La estrategia de medios y su aplicación sectorial	Trabajo: Integración de los medios digitales y sociales en la estrategia de medios (0.8 puntos)	Test tema 1 (0.1 puntos)
Semana 3	Tema 2. Publicidad y comunicaciones de marketing político 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. La estrategia de segmentación del «mercado» electoral 2.3. Estrategias centradas en los electores: los insights 2.4. La estrategia de medios en las campañas electorales	Trabajo: Your Interview with the President – 2012 (0.6 puntos)	
Semana 4	Tema 2. Publicidad y comunicaciones de marketing político (continuación) 2.5. Normativa española que regula la comunicación electoral 2.6. Ejemplo de estrategia de comunicación del marketing político		Foro: La integración de las redes sociales en la estrategia de comunicación de marketing político (0.4 puntos) Test tema 2 (0.1 puntos)
Semana 5	Tema 3. Publicidad y comunicaciones de marketing turístico 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. La estrategia de comunicación de marketing turístico 3.3. La segmentación del mercado turístico 3.4. Estrategias centradas en el cliente: los insights del turista 3.5. La estrategia de medios en la comunicación de marketing turístico 3.6. Un ejemplo de publicidad y comunicaciones de marketing turístico: Turismo de Euskadi	Trabajo: Análisis de la página de Facebook «La Rioja apetece» (0.6 puntos)	Test tema 3 (0.1 puntos)
Semana 6	Tema 4. Publicidad y comunicaciones de marketing en el sector de la salud 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. La estrategia publicitaria en el sector de la salud 4.3. Segmentación del público objetivo en el sector de la salud 4.4. Los insights del consumidor de salud 4.5. La estrategia de medios en el sector de la salud 4.6. Regulación de la publicidad en el sector de la salud		Test tema 4 (0.1 puntos)

	Temas	Trabajos (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 7	<p>Tema 5. Publicidad y comunicaciones de marketing en el sector de la alimentación</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. La estrategia de segmentación en el sector de la alimentación</p> <p>5.3. Los insights del consumidor de productos alimenticios</p> <p>5.4. La estrategia de medios en el sector de la alimentación</p> <p>5.5. Regulación española de la publicidad de alimentos</p>		Test tema 5 (0.1 puntos)
Semana 8	<p>Tema 6. Publicidad y comunicaciones de marketing en el sector de la automoción</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. La estrategia de segmentación en el sector de la automoción</p> <p>6.3. Los insights del consumidor de vehículos</p> <p>6.4. La estrategia de medios en el sector de automoción</p>	Trabajo: Efectividad publicitaria campaña publicitaria Mercedes-Benz (0.6 puntos)	Foro: Las marcas de salud y las apps móviles (0.4 puntos) Test tema 6 (0.1 puntos)
Semana 9	<p>Tema 7. Publicidad y comunicaciones de marketing de bebidas alcohólicas</p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2. La estrategia de segmentación en el mercado de las bebidas alcohólicas</p> <p>7.3. Los insights del consumidor de bebidas alcohólicas</p> <p>7.4. La estrategia de medios en las campañas de comunicación de marketing de bebidas alcohólicas</p> <p>7.5. Regulación española de las comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas</p>	Trabajo: Análisis de la estrategia on-line Big Band London (0.6 puntos)	Test tema 7 (0.1 puntos)
Semana 10	<p>Tema 8. Publicidad y comunicaciones de marketing de productos infantiles</p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>8.2. La segmentación en la estrategia de comunicación de productos infantiles</p> <p>8.3. Estrategias centradas en el cliente: los insights de los padres y de los niños</p> <p>8.4. La estrategia de medios de los productos infantiles</p> <p>8.5. Regulación española de la publicidad infantil</p>		Test tema 8 (0.1 puntos)
Semana 11	<p>Tema 9. Publicidad y comunicaciones de marketing en el sector financiero</p> <p>9.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>9.2. La estrategia de segmentación en el sector financiero</p> <p>9.3. Los insights del consumidor de productos y servicios financieros</p> <p>9.4. La estrategia de fidelización del cliente del sector financiero</p> <p>9.5. La estrategia de medios en el sector financiero</p> <p>9.6 Regulación española de la publicidad y las comunicaciones de marketing del sector financiero</p>		Test tema 9 (0.1 puntos)
Semana 12	<p>Tema 10. Estrategia de comunicaciones de marketing y crowdsourcing</p> <p>10.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>10.2. El concepto de crowdsourcing</p> <p>10.3. Evolución en la aplicación del crowdsourcing</p> <p>10.4. Modelos de crowdsourcing</p> <p>10.5. El crowdsourcing y el nuevo contexto empresarial</p>		

	Temas	Trabajos (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 13	Tema 10. Estrategia de comunicaciones de marketing y crowdsourcing (cont.) 10.6. Manifiesto Crowd 10.7. Crowdsourcing y estrategia de comunicación de marketing 10.8. Casos sectoriales de crowdsourcing en la estrategia de comunicación de marketing	Trabajo: Tabla resumen casos sectoriales de crowdsourcing (0.8 puntos)	Test tema 10 (0.1 puntos)
Semana 14	Semana de repaso		
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		