

## 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 (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 1	<b>Tema 1. Aproximación al Below the Line</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Concepto y características 1.3. Medios no masivos y personales 1.4. Efectividad		Asistencia a dos sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre. (0,10 puntos cada una)  Test tema 1 (0,08 puntos)	
Semana 2	<b>Tema 2. Marketing directo</b> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Concepto y características del marketing directo 2.3. Telemarketing			
Semana 3	<b>Tema 2. Marketing directo (Continuación)</b> 2.4. E-mail marketing 2.5. Cartas, boletines, información personalizada	Trabajo: Acciones de marketing directo (0,7 puntos)	Test tema 2 (0,08 puntos)	
Semana 4	<b>Tema 3. Marketing en el punto de venta</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Concepto y características del Shopper Marketing 3.3. Merchandising			
Semana 5	<b>Tema 3. Marketing en el punto de venta (Continuación)</b> 3.4. Promociones 3.5. Atención y servicio al cliente	Trabajo: Análisis de un establecimiento conocido desde el merchandising (0,7 puntos)	Test tema 3 (0,08 puntos)	
Semana 6	<b>Tema 4. Relaciones públicas</b> 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Concepto, naturaleza e historia de las relaciones públicas 4.3. Características de las relaciones públicas 4.4. Sectores de las relaciones públicas y los públicos internos y externos 4.5. Medios y formatos de las relaciones públicas 4.6. Imagen corporativa: valor intangible, la marca	Trabajo: Idear la realización de un evento de relaciones públicas (0,6 puntos)	Test tema 4 (0,08 puntos)	
Semana 7	Semana de repaso			
Semana 8	<b>Tema 5. Branded entertainment</b> 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Concepto y características del branded entertainment 5.3. Advergaming 5.4. Marketing viral		Foro: Propuesta de caso de marketing viral y/o advergaming (1 puntos)	
Semana 9	<b>Tema 5. Branded entertainment (Continuación)</b> 5.5. Marketing street 5.6. Branded content 5.7. «Gamificación»		Test tema 5 (0,08 puntos)	Lectura: crónica de la II Jornada Día de Internet Branded Content: contenidos que marcan (1 puntos)

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 10	<b>Tema 6. Comunicación digital</b> 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Introducción a la planificación y estrategia de la comunicación del marketing digital 6.3. E-Commerce 6.4. Prosumer: consumidor participativo		Test tema 6 (0,08 puntos)	
Semana 11	<b>Tema 7. Formatos y métricas de la comunicación digital</b> 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Herramientas y formatos de marketing digital 7.3. Posicionamiento en buscadores			
Semana 12	<b>Tema 7. Formatos y métricas de la comunicación digital (Continuación)</b> 7.4. Métricas y analíticas de las acciones de marketing digital 7.5. Eficacia digital		Test tema 7 (0,08 puntos)	
Semana 13	<b>Tema 8. Redes sociales</b> 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Concepto y características de las redes sociales 8.3. Tipología de redes y usos 8.4. Blogs, blogosfera y microblogs. Blog marketing		Test tema 8 (0,08 puntos)	Lectura: Estudio Anual de Redes Sociales 2015 (1 puntos)
Semana 14	<b>Tema 9. Estrategia, segmentación y herramientas en los social media</b> 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Estrategia y planificación de comunicación publicitaria en los social media 9.3. Segmentación por perfiles 9.4. Herramientas de fidelización 9.5. Referencias bibliográficas		Test tema 9 (0,08 puntos)	
Semana 15	<b>Tema 10. Mobile marketing</b> 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Características del mobile marketing 10.3. Naturaleza y tipología de medios en el mobile marketing 10.4. Acciones de mobile marketing: publicidad, «cuponing», localización, mensajería y contenidos 10.5. Aplicaciones (apps)		Test tema 10 (0,08 puntos)	
Semana 16	Semana de exámenes			