

Programación semanal

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

	Temas	Actividades (4,5 puntos)	Eventos (1,5 puntos)
Semana 1	Tema 1. Creación y diseño de marca en la publicidad integrada 1.1 ¿Cómo estudiar este tema? 1.2 Concepto y fundamentos de marca 1.3 Tipología de las marcas		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,05 puntos cada una)
Semana 2	Tema 1. Creación y diseño de marca en la publicidad integrada (continuación) 1.4 Branding: construcción de marca 1.5 Referencias bibliográficas		Test tema 1 (0,1 puntos)
Semana 3	Tema 2. Estrategia de marca 2.1 ¿Cómo estudiar este tema? 2.2 El Brand Core 2.3 La plataforma de identidad de marca 2.4 Construcción de la plataforma de identidad de marca 2.5 La propuesta de valor o promesa de la marca	Trabajo: Localizar y explicar cuatro posicionamientos de marca exitosos (1 puntos)	
Semana 4	Tema 2. Estrategia de marca (continuación) 2.6 Posicionamiento 2.7 Referencias bibliográficas		Test tema 2 (0,1 puntos)
Semana 5	Tema 3. Arquitectura de marca 3.1 ¿Cómo estudiar este tema? 3.2 ¿Qué es la arquitectura de marca? 3.3 Modelos de arquitectura de marca 3.4 Gestión de la cartera de marca 3.5 Proceso de la estrategia de la cartera de marca 3.6 Estrategias de crecimiento competitivo 3.7 Referencias bibliográficas		Test tema 3 (0,1 puntos)
Semana 6	Tema 4. Branding interno 4.1 ¿Cómo estudiar este tema? 4.2 Embajadores de la marca 4.3 Marca y cultura corporativa 4.4 Comunicación interna al servicio de la marca 4.5 Brand engagement 4.6 Casos de éxito 4.7 Referencias bibliográficas		Test tema 4 (0,1 puntos)
Semana 7	Tema 5. Las experiencias de marca del cliente 5.1 ¿Cómo estudiar este tema? 5.2 Concepto de experiencia de marca del cliente 5.3 Diseño de las experiencias de marca 5.4 Módulos experienciales 5.5 Proveedores de experiencia 5.6 La investigación y las experiencias de marca 5.7 Referencias bibliográficas	Lectura: Comprendiendo la experiencia del cliente (0,75 puntos)	Test tema 5 (0,1 puntos)
Semana 8	Tema 6. Nuevos tipos de consumidor 6.1 ¿Cómo estudiar este tema? 6.2 Del consumidor analógico al digital 6.3 Consumidores 2.0 6.4 Proceso de compra del consumidor 2.0 6.5 La influencia del consumidores 2.0 sobre las marcas 6.6 Referencias bibliográficas		Foro: La influencia del consumidor 2.0 sobre las marcas ¿Cómo se puede mejorar la experiencia del cliente a través de los medios sociales? (0,3 puntos) Test tema 6 (0,1 puntos)

	Temas	Actividades (4,5 puntos)	Eventos (1,5 puntos)
Semana 9	Tema 7. Construcción de marca en redes sociales 7.1 ¿Cómo estudiar este tema? 7.2 Características de la pauta en redes sociales 7.3 Branding y difusión de contenido 7.4 Creación de audiencia 7.5 Vinculación 7.6 Ventas o descargas 7.7 Registros y mejoras de las bases de datos 7.8 Audiencias personalizadas	Lectura: El papel de las redes sociales como generadoras de «amor a la marca» (0,75 puntos)	
Semana 10	Tema 7. Construcción de marca en redes sociales (continuación) 7.9 Metodologías de gestión 7.10 Referencias bibliográficas		Test tema 7 (0,1 puntos)
Semana 11	Tema 8. El engagement 8.1 ¿Cómo estudiar este tema? 8.2 Definición de engagement 8.3 El engagement en la publicidad integrada 8.4 Métricas de engagement 8.5 Referencias bibliográficas	Trabajo: Calcular el engagement en medios y formatos publicitarios online (1 puntos)	Test tema 8 (0,1 puntos)
Semana 12	Tema 9. Nueva estrategias digitales de marca y su integración con la publicidad convencional 9.1 ¿Cómo estudiar este tema? 9.2 Branded content 9.3 Visual social media marketing 9.4 Social ads 9.5 Publicidad transmedia 9.6 Nuevas estrategias digitales integradas en la publicidad convencional 9.7 Referencias bibliográficas	Trabajo: Localizar y explicar ejemplos de las nuevas estrategias de marca en entornos digitales (1 puntos)	Test tema 9 (0,1 puntos)
Semana 13	Tema 10. Herramientas de gestión de marca y comunicación 10.1 ¿Cómo estudiar este tema? 10.2 Manual de Identidad Visual Corporativa 10.3 Libro de marca 10.4 Referencias bibliográficas		Test tema 10 (0,1 puntos)
Semana 14	Tema 11. Nuevos perfiles profesionales para la creatividad en la publicidad integrada 11.1 ¿Cómo estudiar este tema? 11.2 Creativo digital 11.3 Brand manager 11.4 Growth hacker 11.5 Responsable de customer experience 11.6 Referencias bibliográficas		Test tema 11 (0,1 puntos)
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		