

## 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	<b>Tema 1. La creatividad en publicidad</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. El creativo publicitario: la creatividad que llevamos dentro 1.3. El criterio creativo del cliente de publicidad 1.4. Creativos, bellas artes y creatividad publicitaria 1.5. Los objetivos publicitarios: ser o no ser de la creatividad 1.6. Anuncios creativos: la creatividad como espectáculo	Trabajo: Campaña "experimento comparte" (0.8 puntos)	*Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 puntos cada una) Test Tema 1 (0.1 puntos)
Semana 2	<b>Tema 2. Creatividad y publicidad creativa</b> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Anuncios memorables: razones y emociones 2.3. Recursos creativos: los claims y el visual 2.4. Campañas: la temperatura mediática de la publicidad 2.5. Los estereotipos en publicidad	Trabajo: Identificación de estereotipos publicitarios (0.8 puntos)	Foro: Los estereotipos en publicidad (0.4 puntos) Test Tema 2 (0.1 puntos)
Semana 3	<b>Tema 3. Proceso de creación de campañas publicitarias</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Proceso en cadena: primer y último eslabón creativo 3.3. El briefing: carburante para la creatividad publicitaria 3.4. La ventaja competitiva: elemento clave del briefing 3.5. El presupuesto: el precio de la creatividad 3.6. Los concursos de ideas		Test Tema 3 (0.1 puntos)
Semana 4	<b>Tema 4. Creatividad visual y verbal: dirección de arte y copy</b> 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Los creativos publicitarios: especialistas en el lenguaje de los sentimientos 4.3. El director de arte: pensador de imágenes clave 4.4. El layout 4.5. La dirección de equipo de arte 4.6. Dirección de arte fotográfica		
Semana 5	<b>Tema 4. Creatividad visual y verbal: dirección de arte y copy</b> 4.7. La labor del copy 4.8. Titulares, subtítulos y cuerpo de texto 4.9. El claim o eslogan	Trabajo: Imágenes clave y eslóganes (0.8 puntos)	Test Tema 4 (0.1 puntos)
Semana 6	<b>Tema 5. La estrategia creativa en publicidad</b> 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. El pensamiento estratégico como valor creativo 5.3. La estrategia creativa punto por punto 5.4. Valores creativos emocionales		Foro: Las estrategias creativas en la publicidad española actual (0.4 puntos) Test Tema 5 (0.1 puntos)
Semana 7	<b>Tema 6. La creatividad en la estrategia de marca</b> 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Identidad verbal: el nombre de una marca (naming) 6.3. Identidad visual: el logotipo	Trabajo: Análisis de la personalidad de marca (0.8 puntos)	

	Temas	Trabajos (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 8	<b>Tema 6. La creatividad en la estrategia de marca</b> 6.4. La personalidad de marca 6.5. Las experiencias de marca		Test Tema 6 (0.1 puntos)
Semana 9	<b>Tema 7. La investigación en creatividad publicitaria</b> 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. La investigación de la creatividad publicitaria 7.3. Investigación de la influencia del mensaje publicitario en el receptor 7.4. Investigación sobre las imágenes mentales 7.5. Investigaciones sobre la influencia del mensaje en las actitudes del público objetivo		Test Tema 7 (0.1 puntos)
Semana 10	<b>Tema 8. El proceso de formación de las ideas en publicidad</b> 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Las ideas en publicidad 8.3. Técnicas para generar ideas 8.4. El concept-board 8.5. Los géneros creativos		
Semana 11	<b>Tema 8. El proceso de formación de las ideas en publicidad</b> 8.6. Producción y post-producción de ideas 8.7. La reunión de pre-producción		Test Tema 8 (0.1 puntos)
Semana 12	<b>Tema 9. La creatividad en los medios publicitarios</b> 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Creatividad en los medios impresos 9.3. Creatividad en los medios exteriores 9.4. Creatividad en los escaparates	Trabajo: Marcas creativas en la radio (0.8 puntos)	
Semana 13	<b>Tema 9. La creatividad en los medios publicitarios</b> 9.5. Creatividad en el medio sonoro: la radio 9.6. Creatividad en los medios audiovisuales 9.7. La extensión del concepto creativo a otros medios		Test Tema 9 (0.1 puntos)
Semana 14	<b>Tema 10. Creatividad en la generación de contenidos: campañas integradas</b> 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Branded content		
Semana 15	<b>Tema 10. Creatividad en la generación de contenidos: campañas integradas</b> 10.3. Storytelling 10.4. Transmedia 10.5. Gamificación		Test Tema 10 (0.1 puntos)
Semana 16	Semana de exámenes		