

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 (3,2 puntos)	Eventos (1,8 puntos)	Lecturas (1 puntos)
Semana 1	Tema 1. El ecosistema multipantalla 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Dispositivos conectados 1.3. Modos de consumo multipantalla: uso secuencial y simultáneo		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 puntos cada una)	
Semana 2	Tema 1. El ecosistema multipantalla (continuación) 1.4. Los screenagers: consumidores multipantalla 1.5. El consumo de contenidos digitales en España 1.6. Referencias bibliográficas		Test tema 1 (0,1 puntos)	
Semana 3	Tema 2. La publicidad en el ecosistema multipantalla 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Beneficios de la publicidad multipantalla 2.3. Estrategias publicitarias multipantalla			
Semana 4	Tema 2. La publicidad en el ecosistema multipantalla (continuación) 2.4. Construyendo campañas multipantalla 2.5. El espectador ante la publicidad multipantalla 2.6. Referencias bibliográficas		Test tema 2 (0,1 puntos)	
Semana 5	Tema 3. La publicidad display 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Definición de la publicidad display 3.3. Características del lenguaje publicitario 3.4. Formatos publicitarios display 3.5. Eficacia de la publicidad display 3.6. Referencias bibliográficas		Test tema 3 (0,1 puntos)	
Semana 6	Tema 4. La publicidad comportamental 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. La publicidad comportamental (behavioral advertising) en entornos multipantalla 4.3. Funcionamiento de la publicidad comportamental 4.4. Distinción entre la publicidad comportamental y otras figuras afines 4.5. La regulación de la publicidad comportamental 4.6. Referencias bibliográficas		Test tema 4 (0,1 puntos)	Lectura: En busca de equilibrio entre la regulación y la autorregulación de la publicidad comportamental en línea (0,5 puntos)
Semana 7	Tema 5. Las redes sociales en entornos publicitarios multipantalla 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Historia de las redes sociales 5.3. Clasificación de las redes sociales 5.4. Servicios de redes sociales 5.5. El impacto global de las redes sociales		Foro: El impacto de las redes sociales sobre publicidad y las marcas (0,5 puntos) Test tema 5 (0,1 puntos)	

	Temas	Trabajos (3,2 puntos)	Eventos (1,8 puntos)	Lecturas (1 puntos)
Semana 8	Tema 6. La publicidad integrada en redes sociales 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. La publicidad integrada en Facebook 6.3. La publicidad integrada en Twitter 6.4. La publicidad integrada en LinkedIn 6.5. La publicidad integrada en Instagram 6.6. La publicidad integrada en YouTube 6.7. La publicidad integrada en Google+ 6.8. Referencias bibliográficas	Trabajo: Campañas publicitarias en redes sociales. Casos de éxito (0,85 puntos)	Test tema 6 (0,1 puntos)	
Semana 9	Tema 7. La televisión conectada 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. ¿Qué es la televisión conectada? 7.3. Características de la televisión conectada 7.4. Soportes y formatos publicitarios 7.5. Ventajas de la publicidad en la televisión conectada 7.6. Métricas de eficacia publicitaria en la televisión conectada 7.7. Referencias bibliográficas		Test tema 7 (0,1 puntos)	Lectura: Las estrategias europeas para la Televisión Conectada a Internet (0,5 puntos)
Semana 10	Tema 8. Marketing dinámico (digital signage) 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Definición de marketing dinámico 8.3. Digital signage outdoor e instore 8.4. Digital signage corporativo			
Semana 11	Tema 8. Marketing dinámico (digital signage) (continuación) 8.5. Digital signage publicitario 8.6. Medición de audiencias en digital signage 8.7. Referencias bibliográficas		Test tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 12	Tema 9. Vídeo marketing 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. ¿Qué es el vídeo marketing? 9.3. Plataformas de vídeo marketing 9.4. Contenidos publicitarios 9.5. Herramientas de vídeo marketing 9.6. Referencias bibliográficas	Trabajo: Realizando una campaña de vídeo marketing (0,85 puntos)	Test tema 9 (0,1 puntos)	
Semana 13	Tema 10. Mobile marketing 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. El mobile marketing en las estrategias publicitarias multipantalla 10.3. Formatos de publicidad móvil 10.4. Mobile Ad Server 10.5. Mobile Advertising 10.6. Integración de técnicas online y mobile 10.7. Tendencias de la publicidad móvil 10.8. Referencias bibliográficas	Taller profesional: Estrategia multipantalla para dejar huella en el usuario (1,5 puntos)	Test tema 10 (0,1 puntos)	
Semana 14	Tema 11. Tendencias en la publicidad integral multipantalla 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Gafas inteligentes 11.3. Relojes inteligentes 11.4. Realidad virtual 11.5. LeapMotion 11.6. Eyetribe 11.7. Kinetic		Test tema 11 (0,1 puntos)	
Semana 15	Semana de repaso y estudio para el examen final			

	Temas	Trabajos (3,2 puntos)	Eventos (1,8 puntos)	Lecturas (1 puntos)
Semana 16	Semana de exámenes			