Guía de la asignatura

PUBLICIDAD INTERACTIVA



Grado Publicidad y RR.PP.

Introducción

Como bien sabes, estudiar en modalidad semipresencial o a distancia requiere una planificación adecuada y capacidad para administrar una parte importante de tu tiempo de trabajo de manera autónoma.

Con el fin de orientarte en el estudio eficaz de la asignatura, se ha diseñado esta guía de estudio en la que podrás encontrar la información fundamental para su desarrollo, con una secuencia organizada de: competencias, contenidos o temas, actividades, recursos, instrumentos de evaluación con las fechas de inicio y final de las mismas, así como las ponderaciones de las diferentes actividades formativas.

Presentación de la asignatura

La asignatura Publicidad Interactiva tiene como objetivo fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa de la publicidad y su transformación en los diferentes ámbitos de actuación interactivos como buscadores, webs y redes sociales. Esta asignatura recoge los procedimientos teóricos y prácticos de trabajo necesarios para interpretar las condiciones profesionales del anunciante y ofrecer soluciones de comunicación eficaces para la consecución de los objetivos esperados. Se abordarán temas relacionados con los medios, formatos, planificación, estrategia y regulación de la publicidad digital.

Competencias

**General** - CG03. Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios

**General** - CG05. Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio- culturales.

**General** - CG07. Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario,

**General** - CG08. Reconocimiento de las posibilidades y limitaciones que plantea la gestión de recursos limitados propios de todo entramado empresarial, mediante el acercamiento a la realidad profesional que permitirán las prácticas en empresas e instituciones, y en los propios laboratorios docentes.

**Específica** - CE03. Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.

**Específica** - CE04. Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.

**Específica** - CE14.Introducir a los estudiantes en las posibilidades y en el uso de la convergencia multimedia permitida por la red internet para el ejercicio profesional.

**Específica** - CE05. Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.

**Específica** - CE06. Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.

**Específica** - CE09. Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.

Tiempo de trabajo (en horas)

**Clases teóricas:** 10 **Clases prácticas:** 15 **Prácticas:** 30

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pruebas:** | 5 | **Tutorías:** | 14 | **Actividades:** | 4 |
| **Preparación teoría:** | 72 | **Preparación prácticas:** | 20 | **Preparación pruebas:** | 10 |
|  |  | **Total horas:** | 180 |  |  |

Ponderación de la asignatura

Evaluación Ordinaria: La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. Atendiendo a las características específicas de cada grupo el profesor podrá, en las primeras semanas de curso, introducir cambios que considere oportunos comunicándolo al Vicerrectorado de Ordenación Académica. Exceptuando las prácticas de laboratorio o prácticas clínicas, la suma de las actividades no revaluables no podrán superar el 50% de la nota de la asignatura y no podrán tener nota mínima. Evaluación extraordinaria: Los alumnos que no consigan superar la evaluación ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía.

Revisión de las pruebas de evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.

Estudiantes con discapacidad

Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos. Será requisito imprescindible para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

Conducta académica

Véase normativa de conducta académica

Temas de la Guía de Estudio

#  **0** Presentación de la asignatura

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **12-09-2022** | **18-09-2022** | **6** |
| **Objetivos** |

Contextualizar la asignatura en el itinerario formativo del Grado Conocer con detalle el alcance y funcionamiento de la asignatura

Saludar y realizar un acercamiento personal inicial a los compañeros y compañeras de la clase

##  Contenidos

Presentación de la asignatura

##  Actividades

Videoclase de Inicio

#  **1** LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **19-09-2022** | **02-10-2022** | **13** |

##  Objetivos

Aproximarse a los términos de la publicidad digital, online e interactiva y distinguir sus matices y pertinencia.

Construir una radiografía del panorama español de la publicidad digital. Identificar las nuevas formas de la comunicación publicitaria.

Caracterizar el ecosistema publicitario digital (anunciantes, medios, agencias, usuarios).

##  Contenidos

LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital

##  Actividades

Foro de dudas - LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital Lección interactiva 1/6 - Fundamentos de la Publicidad Digital Videoclase 1 - Septiembre

#  **2** LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **03-10-2022** | **16-10-2022** | **13** |

##  Objetivos

Identificar las características y potencialidad publicitaria del eMail. Reconocer las tendencias de la comunicación viral.

Aproximarse a las relaciones clave del marketing de afiliación en el marco de Internet. Diferenciar los estándares principales de los formatos publicitarios online

Saber aplicar el conocimiento adquirido sobre eMail, viralidad y afiliación a la planificación y el desarrollo de campañas y acciones de publicidad digital.

**Contenidos**

LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online

**Actividades**

Foro de dudas - LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online Lección interactiva 2/6 - Formatos de Publicidad y Marketing Online

#  **3** LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **17-10-2022** | **30-10-2022** | **13** |
| **Objetivos** |

Identificar los elementos y técnicas característicos del posicionamiento de productos y marcas en buscadores y Apps

Reconocer las principales técnicas del SEO y saber planificar su aplicación publicitaria Diferenciar las variables y técnicas principales para la gestión del SEM

Aproximarse a la naturaleza de la publicidad comportamental y controlar los elementos y variables necesarios para su planificación y aplicación eficaces

##  Contenidos

LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental

##  Actividades

Foro de dudas - LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental Lección interactiva 3/6 - Posicionamiento y publicidad comportamental Videoclase 2- Octubre

#  **4** LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **31-10-2022** | **13-11-2022** | **13** |

##  Objetivos

Identificar las características y potencialidad publicitaria de los dispositivos móviles Reconocer el valor publicitario de los nuevos formatos y tendencias de la comunicación digital

Saber aplicar el conocimiento adquirido sobre Mobile Marketing a la planificación y el desarrollo de campañas y acciones de publicidad digital.

##  Contenidos

LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

**Actividades**

Foro de dudas - LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad Lección interactiva 4/6 - Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

#  **5** LT 5/6. Social Media y Publicidad

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **14-11-2022** | **27-11-2022** | **13** |
| **Objetivos** |

Identificar las tipologías de redes sociales según su aplicación publicitaria

Reconocer las relaciones de los sujetos profesionales y los usuarios particulares de los medios sociales con el resto de agentes publicitarios

Saber aplicar las herramientas de fidelización en redes sociales a objetivos publicitarios

##  Contenidos

LT 5/6. Social Media y Publicidad

##  Actividades

Foro de dudas - LT 5/6. Social Media y Publicidad Lección interactiva 5/6 - Social Media y Publicidad Videoclase 3 - Noviembre

#  **6** LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **28-11-2022** | **11-12-2022** | **13** |

##  Objetivos

Identificar los elementos clave de la gestión de la publicidad digital: cookies, métricas específicas. Conocer la regulación jurídica y deontológica e identificarla como límites de la planificación y desarrollo de campañas

Aproximarse al funcionamiento de los Ad Servers y diferenciar sus fases y variables principales

##  Contenidos

LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital

##  Actividades

Foro de dudas - LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital Lección interactiva 6/6 - Gestión de la Publicidad Digital Videoclase 4 - Diciembre

#  **7** FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **19-09-2022** | **22-12-2022** | **94** |
| **Objetivos** |

Identificar medios, formatos, procesos, estrategias y técnicas de la publicidad digital actual Valorar los resultados de acciones y campañas de publicidad digital

##  Contenidos

FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital

##  Actividades

Foro de dudas - FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital

#  **8** Evaluación final

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **19-09-2022** | **23-01-2023** | **126** |

##  Objetivos

Conocer los elementos clave de la planificación de campañas de publicidad digital, para su aplicación a un proyecto real.

Aplicar los conocimientos sobre publicidad digital a la planificación (selección y configuración estratégica) y desarrollo (aplicación y uso) de herramientas digitales en una campaña publicitaria real Ejercitar y aplicar las competencias de expresión oral y venta de proyectos en eventos públicos de comunicación

Presentar de forma detallada una campaña de publicidad digital

##  Contenidos

Evaluación final

##  Actividades

COLECTIVA. Configuración-briefing Campaña Publicidad Digital INDIVIDUAL. Trabajo individual para campaña de Publicidad Digital Prueba Teórica - Presencial Obligatoria

COLECTIVA. Trabajo colectivo para campaña de Publicidad Interactiva

Actividades de la Guía de Estudio

#  **1** Videoclase de Inicio

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **14-09-2022** | **14-09-2022** | **1** |
| **Descripción** |

Presentación de la asignatura

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

#  **2** Foro de dudas - LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **19-09-2022** | **02-10-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

#  **3** Lección interactiva 1/6 - Fundamentos de la Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **19-09-2022** | **02-10-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

#  **4** Videoclase 1 - Septiembre

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **29-09-2022** | **29-09-2022** | **1** |
| **Descripción** |

Videoclase

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

#  **5** Foro de dudas - LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **03-10-2022** | **16-10-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

#  **6** Lección interactiva 2/6 - Formatos de Publicidad y Marketing Online

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **03-10-2022** | **16-10-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

#  **7** Foro de dudas - LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **17-10-2022** | **30-10-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

#  **8** Lección interactiva 3/6 - Posicionamiento y publicidad comportamental

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **17-10-2022** | **30-10-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

#  **9** Videoclase 2- Octubre

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **20-10-2022** | **20-10-2022** | **1** |
| **Descripción** |

Videoclase

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

# Foro de dudas - LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

 **10**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **31-10-2022** | **13-11-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

# Lección interactiva 4/6 - Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

 **11**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **31-10-2022** | **13-11-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

# Foro de dudas - LT 5/6. Social Media y Publicidad

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **14-11-2022** | **27-11-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 5/6. Social Media y Publicidad

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

# Lección interactiva 5/6 - Social Media y Publicidad

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **14-11-2022** | **27-11-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 5/6. Social Media y Publicidad

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

# Videoclase 3 - Noviembre

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **24-11-2022** | **24-11-2022** | **1** |
| **Descripción** |

Videoclase

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

# Foro de dudas - LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **28-11-2022** | **11-12-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

# Lección interactiva 6/6 - Gestión de la Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **28-11-2022** | **11-12-2022** | **13** |
| **Descripción** |

LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

Videoclase

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **0** | **NO** | **VIRTUAL** |

# Foro de dudas - FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital

 **18**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **19-09-2022** | **16-12-2022** | **88** |
| **Descripción** |

FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital

##  Evaluación

Actividad evaluable

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **10** | **SI** | **VIRTUAL** |

# **19** COLECTIVA. Configuración-briefing Campaña Publicidad Digital

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **12-09-2022** | **10-10-2022** | **28** |

##  Descripción

Evaluación final - La revaluación de esta prueba en el periodo extraordinario (junio), requerirá de la realización de forma individual, de un ejercicio de breafing completo, con la misma estructura y planteamiento que el ejercicio colectivo realizado en convocatoria ordinaria.

##  Evaluación

Documento entregable a través de tarea colectiva en Aula Virtual.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **5** | **SI** | **VIRTUAL** |

Realización de Campaña de Publicidad Interactiva, de forma individual.

##  Evaluación

Documento entregable a través de tarea en Aula Virtual

Evaluación final - La revaluación de esta prueba en el periodo extraordinario (junio), requerirá de la realización de forma individual, del diseño de una campaña de publicidad completa.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **35** | **SI** | **VIRTUAL** |

# **21** Prueba Teórica - Presencial Obligatoria

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **09-01-2023** | **23-01-2023** | **14** |

##  Descripción

Prueba objetiva de conocimientos sobre el contenido de la asignatura

##  Evaluación

Prueba Presencial Obligatoria

Revaluable en convocatoria extraordinaria

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **40** | **SI** | **PRESENCIAL** |

# Interactiva

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inicio** | **Fin** | **Duración** |
| **11-10-2022** | **21-12-2022** | **71** |
| **Descripción** |

Campaña colectiva de Publicidad Interactiva

##  Evaluación

* Documento entregable a través de tarea colectiva en Aula Virtual.
* Incluye presentación oral de la campaña a través de la herramienta de videoconferencia de Aula Virtual.
* No revaluable en convocatoria extraordinaria.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ponderación** | **Evaluable** | **Modalidad** |
| **10** | **SI** | **VIRTUAL** |

**Resumen de temas y actividades de la guía**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Título / Actividades** | **Modalidad** | **Ponderación** | **Evaluable** | **Inicio** | **Fin** |
| **Presentación de la asignatura** |  |  |  |  |  |
| * Videoclase de Inicio
 | Virtual | No evaluable | No | 14-09-2022 | 14-09-2022 |
| **LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital** |  |  |  | **19-09-2022** | **02-10-2022** |
| * Foro de dudas - LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital
 | Virtual | No evaluable | No | 19-09-2022 | 02-10-2022 |
| * Lección interactiva 1/6 - Fundamentos de la Publicidad Digital
 | Virtual | No evaluable | No | 19-09-2022 | 02-10-2022 |
| * Videoclase 1 - Septiembre
 | Virtual | No evaluable | No | 29-09-2022 | 29-09-2022 |
| **LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online** |  |  |  | **03-10-2022** | **16-10-2022** |
| * Foro de dudas - LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online
 | Virtual | No evaluable | No | 03-10-2022 | 16-10-2022 |
| * Lección interactiva 2/6 - Formatos de Publicidad y Marketing Online
 | Virtual | No evaluable | No | 03-10-2022 | 16-10-2022 |
| **LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental** |  |  |  | **17-10-2022** | **30-10-2022** |
| * Foro de dudas - LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental
 | Virtual | No evaluable | No | 17-10-2022 | 30-10-2022 |
| * Lección interactiva 3/6 - Posicionamiento y publicidad comportamental
 | Virtual | No evaluable | No | 17-10-2022 | 30-10-2022 |
| * Videoclase 2- Octubre
 | Virtual | No evaluable | No | 20-10-2022 | 20-10-2022 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Título / Actividades** | **Modalidad** | **Ponderación** | **Evaluable** | **Inicio** | **Fin** |
| **LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad** | **31-10-2022** | **13-11-2022** |

* + Foro de dudas - LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Virtual | No evaluable | No | 31-10-2022 | 13-11-2022 |
| Virtual | No evaluable | No | 31-10-2022 | 13-11-2022 |

* + Lección interactiva 4/6 - Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **LT 5/6. Social Media y Publicidad** |  |  |  | **14-11-2022** | **27-11-2022** |
| * Foro de dudas - LT 5/6. Social Media y Publicidad
 | Virtual | No evaluable | No | 14-11-2022 | 27-11-2022 |
| * Lección interactiva 5/6 - Social Media y Publicidad
 | Virtual | No evaluable | No | 14-11-2022 | 27-11-2022 |
| * Videoclase 3 - Noviembre
 | Virtual | No evaluable | No | 24-11-2022 | 24-11-2022 |
| **LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital** |  |  |  | **28-11-2022** | **11-12-2022** |
| * Foro de dudas - LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital
 | Virtual | No evaluable | No | 28-11-2022 | 11-12-2022 |
| * Lección interactiva 6/6 - Gestión de la Publicidad Digital
 | Virtual | No evaluable | No | 28-11-2022 | 11-12-2022 |
| * Videoclase 4 - Diciembre
 | Virtual | No evaluable | No | 14-12-2022 | 14-12-2022 |
| **FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital** |  |  |  | **19-09-2022** | **22-12-2022** |

* + Foro de dudas - FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital

Virtual 10% Si 19-09-2022 16-12-2022

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Título / Actividades** | **Modalidad** | **Ponderación** | **Evaluable** | **Inicio** | **Fin** |
| **Evaluación final** |  |  |  |  |  |
| * COLECTIVA. Configuración-briefing Campaña Publicidad Digital
 | Virtual | 5% | Si | 12-09-2022 | 10-10-2022 |
| * INDIVIDUAL. Trabajo individual para campaña de Publicidad Digital
 | Virtual | 35% | Si | 11-10-2022 | 19-12-2022 |
| * Prueba Teórica - Presencial Obligatoria
 | Presencial | 40% | Si | 09-01-2023 | 23-01-2023 |
| * COLECTIVA. Trabajo colectivo para campaña de Publicidad Interactiva
 | Virtual | 10% | Si | 11-10-2022 | 21-12-2022 |

[Grupo Ciberimaginario](https://ciberimaginario.es/) | María del Carmen Gálvez de la Cuesta |

2022/2023 | Esta obra está bajo una Licencia Atribución-[CompartirIgual](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es) de Creative Commons

