

ASIGNATURA: NUEVAS FORMAS PUBLICITARIAS**GRADO: COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. OPTATIVA 3º CURSO. PRIMER CUATRIMESTRE (3 CRÉDITOS ECTS)**

	TEORÍA (1'5H)	PRÁCTICA (1'5H)
SEMANA 1	Presentación de la asignatura y criterios de evaluación. Los pilares de la publicidad convencional. Causas y consecuencias de la saturación publicitaria. Nuevas tendencias publicitarias. Estrategias PUSH VS PULL.	Formación de los grupos y explicación del trabajo final: elaborar una campaña para la marca publicitaria elegida utilizando preferentemente acciones publicitarias novedosas. Primera práctica individual semanal: Describir una experiencia publicitaria positiva y otra negativa.
SEMANA 2	La importancia del contenido publicitario útil. Definición, características y repercusión del "Boca a boca digital". La figura del "prosumer".	Entrega y presentación voluntaria de la práctica 1. Práctica en el aula: por grupos los alumnos defenderán campañas publicitarias que fueron censuradas en su momento. Segunda práctica individual semanal: encontrar cuatro ejemplos de publicidad útil (sorprende, entretiene, informa y educa).
SEMANA 3	Publicidad intrusiva VS Branded Content. Origen, definición, ventajas, características, formatos y ejemplos de Branded Content.	Entrega y presentación voluntaria de la práctica 2. Visionado conferencia de Kevin Alloca (Gerente de tendencias de Youtube). Tercera práctica grupal semanal: creación de un video con el objetivo de que se convierta en viral.
SEMANA 4	Product placement: inicios, características y estado legal. Novedades en product placement: El digital product placement y la combinación con acciones en redes sociales.	Visionado de los videos virales creados. Visionado de las conferencias realizadas durante el Branded Content Day 2. Cuarta práctica individual semanal: Propuesta de acción de Branded content para la marca "UC3M"
SEMANA 5	Novedades y ejemplos en marketing de guerrilla: street marketing, ambient marketing, marketing sensorial, flashmobs, lipdubs, Definición de engagement, branding y publicity.	Entrega y presentación voluntaria de la práctica 4. Debate sobre "Epic fails" en comunicación corporativa. Pautas para la gestión de comunicación en momentos de crisis. Quinta práctica individual semanal: Solucionar un supuesto práctico de comunicación de crisis de la marca Desigual
SEMANA 6	Social media marketing. La figura del community manager: funciones, aptitudes y habilidades. Novedades en campañas de social media marketing.	Entrega y presentación voluntaria de la práctica 5. Visionado del documental "Art©"
SEMANA 7	Advergaming: definición, características y campañas novedosas. Exposición del trabajo final en grupos.	Exposición del trabajo final en grupos.