



**DENOMINACIÓN ASIGNATURA: CREATIVIDAD II: TENDENCIAS Y NUEVOS MEDIOS**

**POSTGRADO: MASTER EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA**  
**Prof. Eva Patricia Fernández**

**ECTS.**  
**3**

**SEMICUATRIMESTRE:**  
**2**

**CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA**  
**PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA ASIGNATURA**

S	s	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	GRUPO		Indicar espacio distinto de aula (aula informática, audiovisual, etc.)	TRABAJO SEMANAL DEL ESTUDIANTE		
			GRANDE	PEQUEÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESENCIALES	HORAS TRABAJO (Max. 7h semana)
1	1	Bloque 1: Introducción. Concepto y contexto de la comunicación digital	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	2	Bloque 1: Introducción. Concepto y contexto de la comunicación digital	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	3	Bloque 1: Introducción. Concepto y contexto de la comunicación digital	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
2	4	Bloque 2: Publicidad on line. Publicidad en Internet	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	5	Bloque 2: Publicidad on line. Publicidad en Internet	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	6	Bloque 2: Publicidad on line. Publicidad en Internet	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
3	7	Bloque 3: Estrategia publicitaria online. Planificación, desarrollo y medición de campañas digitales	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	8	Bloque 3: Estrategia publicitaria online. Planificación, desarrollo y medición de campañas digitales	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	9	Bloque 3: Estrategia publicitaria online. Planificación, desarrollo y medición de campañas digitales	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
4	10	Bloque 4: Redes sociales digitales. Medios sociales y procesos de viralidad en Internet	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	11	Bloque 4: Redes sociales digitales. Medios sociales y procesos de viralidad en Internet	x			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	12	Bloque 4: Redes sociales digitales. Medios sociales y procesos de viralidad en Internet	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
5	13	Bloque 4: Redes sociales digitales. Medios sociales y procesos de viralidad en Internet	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	14	Bloque 4: Redes sociales digitales. Medios sociales y procesos de viralidad en Internet	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	15	Bloque 4: Redes sociales digitales. Medios sociales y procesos de viralidad en Internet	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
<b>Subtotal 1</b>							<b>22,5</b>	<b>35</b>
<b>Total 1 (Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-5)</b>								<b>57,5</b>
6-8	Recuperaciones y entregas de trabajos							4
	Tutorías							2
	Preparación de evaluación y evaluación							11,5
<b>Total 2 (Horas de trabajo del alumno entre las semanas 7-8)</b>								<b>17,5</b>
<b>HORAS TOTALES (Total 1 + Total 2: Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-8)</b>								<b>75</b>