



DENOMINACIÓN ASIGNATURA: EFICACIA PUBLICITARIA: PRETEST Y POST-TEST.

POSTGRADO: MASTER EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
Prof. Regina Kaiser

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	1.Medidas de Eficacia Publicitaria.	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	2	1.Medidas de Eficacia Publicitaria. Herramientas estadísticas.	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	3	1.Medidas de Eficacia Publicitaria. Ejemplos SPSS	X		Aula informática	Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
2	4	2.Tipología de la medición en Publicidad. Pre-test	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	5	2.Tipología de la medición en Publicidad. Pre-test:Herramientas estadísticas.	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	6	2.Tipología de la medición en Publicidad. Pre-test. Ejemplos SPSS	X		Aula informática	Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
3	7	3.Tipología de la medición en Publicidad. Post-test	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	8	3.Tipología de la medición en Publicidad. Post-test.Herramientas estadísticas.	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	9	3.Tipología de la medición en Publicidad. Post-test. Ejemplos SPSS	X		Aula informática	Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
4	10	4.Factores que inciden en la eficacia publicitaria.	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	11	4.Factores que inciden en la eficacia publicitaria. Herramientas estadísticas.	x			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	12	4.Factores que inciden en la eficacia publicitaria. Ejemplos SPSS	X		Aula informática	Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
5	13	4.Factores que inciden en la eficacia publicitaria.	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	14	4.Factores que inciden en la eficacia publicitaria. Herramientas estadísticas.	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	15	4.Factores que inciden en la eficacia publicitaria. Ejemplos SPSS	X		Aula informática.	Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
Subtotal 1							22,5	35
Total 1 (Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-5)								57,5
6-8	Recuperaciones y entregas de trabajos							4
	Tutorías							2

	Preparación de evaluación y evaluación	11,5
	Total 2 (<i>Horas de trabajo del alumno entre las semanas 7-8</i>)	17,5
HORAS TOTALES (Total 1 + Total 2: Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-8)		75