



DATOS BÁSICOS:

Título del curso:	La imagen no es nada, la historia lo es todo. Del branding al brandstory. Innovación en comunicación y marketing
Fechas de impartición:	24 al 26 de julio
Número total de horas presenciales del curso:	12 (6 teóricas y 6 prácticas)
Aforo (número máximo de alumnos):	20
Lugar donde se impartirá el curso:	Adeje

DATOS DEL DIRECTOR/A Y PROFESORADO:

Nombre y apellidos:	Patricia Delponti
Grado Académico (Doctor/a, Licenciado/a, etc.):	Doctora por la ULL
Grado Profesional (Catedrático/a, PDI Titular, etc.):	Profesora Ayudante Doctor
Departamento ULL al que pertenece: (Profesorado externo; indicar entidad de procedencia)	Ciencias de la Comunicación Social

Nombre y apellidos:	Carmen Rodríguez Wangüemert
Grado Académico (Doctor/a, Licenciado/a, etc.):	Doctora por la ULL
Departamento ULL al que pertenece: (Profesorado externo; indicar entidad de procedencia)	Ciencias de la Comunicación Social



Nombre y apellidos:	Lucas Morales Domínguez
Grado Académico (Doctor/a, Licenciado/a, etc.):	Master en comunicación por la ULL
Departamento ULL al que pertenece: (Profesorado externo; indicar entidad de procedencia)	Escuela Universitaria de Turismo Santa Cruz

DATOS DEL CURSO:

PROGRAMACIÓN

Título del módulo (ponencia, taller...)	Fecha (horario de 09:00 a 14:00 horas)	Profesorado que lo imparte
Fundamentos del Marketing mix aplicado al Público Millennial	24 de julio de 2019	Patricia Delponti
La Importancia de la redacción en la construcción de mensajes que hacen historia		Carmen Rodríguez Wangüemert
Branding y Brandstory: cómo construir una marca y alcanzar el liderazgo comunicativo.	25 de julio de 2019	Patricia Delponti
Las redes sociales en el Brandstory		Lucas Morales Domínguez
Los medios no convencionales para alcanzar el liderazgo comunicativo	26 de julio de 2019	Patricia Delponti
El contexto digital para la comunicación efectiva en la era de Internet		Carmen Rodríguez Wangüemert



OBJETIVOS:

Que el alumnado sea capaz de distinguir cualitativamente los diferentes tipos de productos y sus marcas aprendiendo a segmentarlos por sus especificidades e intereses.
Que sean capaces de desarrollar eficazmente las diferentes fases del proceso creativo para elaborar materiales publicitarios para diversos ámbitos basados en historias para recordar.
Que el alumnado desarrolle la cualidad de seducir al público millennial mediante el correcto uso de la lengua, formato de mensajes y las herramientas de comunicación digitales actuales.

METODOLOGÍA DOCENTE:

Se impartirán clases magistrales combinadas con estudios de caso para conocer los fundamentos iniciales de los temas. Actividades prácticas de análisis y producción Ejercicios de redacción de contenidos para medios BTL. Análisis de supuestos. Debate en clase.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Evaluación de un informe final de cada sesión en la que se valorarán los contenidos y destrezas adquiridas. Según las posibilidades del grupo, se valorará la realización un trabajo final.