

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 1	Tema 1. El plan de marketing político 1.1 ¿Cómo estudiar este tema? 1.2 Fundamentos del marketing político 1.3 El cambio social y marketing político 1.4 El plan de marketing político	Trabajo: Ejemplos de publicidad política y electoral (0,5 puntos)	Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales, a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 cada una) Tema 1 (0,1 puntos)	
Semana 2	Tema 2. Análisis e investigación del mercado y del consumidor en marketing político 2.1 ¿Cómo estudiar este tema? 2.2 Análisis del mercado y comportamiento del elector 2.3 Cómo usar la investigación cualitativa en marketing político		Tema 2 (0,1 puntos)	
Semana 3	Tema 2. Análisis e investigación del mercado y del consumidor en marketing político (continuación) 2.4 Cómo usar la investigación cuantitativa en marketing político			
Semana 4	Tema 3. Política de producto: el partido, el candidato y el programa electoral 3.1 ¿Cómo estudiar este tema? 3.2 Creación y desarrollo de la marca		Tema 3 (0,1 puntos)	
Semana 5	Tema 3. Política de producto: el partido, el candidato y el programa electoral (continuación) 3.2 Creación y desarrollo de la marca (continuación)	Trabajo: Ciclo de vida del partido político (0,75 puntos)		
Semana 6	Tema 4. Técnicas de venta política 4.1 ¿Cómo estudiar este tema? 4.2 Técnica AIDA 4.3 El argumentario político 4.4 Los actos públicos 4.5 La venta política telefónica		Tema 4 (0,1 puntos)	Lectura: Análisis y contraoferta de argumentario (0,5 puntos)
Semana 7	Tema 5. La comunicación política 5.1 ¿Cómo estudiar este tema? 5.2 Diseño de estrategias básicas		Tema 5 (0,1 puntos)	
Semana 8	Tema 5. La comunicación política (continuación) 5.3 Gestión de la comunicación			
Semana 9	Tema 6. Marketing social. Una aplicación sectorial del marketing 6.1 ¿Cómo estudiar este tema? 6.2 Concepto de marketing social 6.3 Marketing social corporativo		Tema 6 (0,1 puntos)	Lectura: Propuesta de clarificación conceptual entre marketing con causa, marketing social y marketing social corporativo (1,5 puntos)
Semana 10	Tema 7. Planificación estratégica en marketing social 7.1 ¿Cómo estudiar este tema? 7.2 La planificación de la campaña social		Tema 7 (0,1 puntos)	

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 11	Tema 7. Planificación estratégica en marketing social (continuación) 7.3 El proceso de la gestión de marketing social	Trabajo: Diseño de un plan estratégico de marketing social (0,75 puntos)	Foro: La utilización de las redes sociales por candidatos políticos (0,45 puntos)	
Semana 12	Tema 8. Programa táctico de marketing social 8.1 ¿Cómo estudiar este tema? 8.2 El precio del producto social 8.3 La distribución del producto social		Tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 13	Tema 8. Programa táctico de marketing social (continuación) 8.4 Comunicación en marketing social			
Semana 14	Tema 9. Financiación y captación de fondos 9.1 ¿Cómo estudiar este tema? 9.2 Cómo conseguir fondos: marketing de donadores		Foro: La comunicación de RSC como acción de marketing (0,45 puntos) Tema 9 (0,1 puntos)	
Semana 15	Semana de repaso			
Semana 16	Semana de repaso			
Semana 17	Semana de exámenes			