

## 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	<b>Tema 1. El plan de marketing político</b> 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) Test Tema 1 (0.1 puntos)	
Semana 2	<b>Tema 2. Análisis e investigación del mercado y del consumidor en marketing político</b> 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			
Semana 3	<b>Tema 2. Análisis e investigación del mercado y del consumidor en marketing político (continuación)</b> 2.4 Cómo usar la investigación cuantitativa en marketing político		Test Tema 2 (0.1 puntos)	
Semana 4	<b>Tema 3. Política de producto: el partido, el candidato y el programa electoral</b> 3.1 ¿Cómo estudiar este tema? 3.2 Creación y desarrollo de la marca			
Semana 5	<b>Tema 3. Política de producto: el partido, el candidato y el programa electoral (continuación)</b> 3.2 Creación y desarrollo de la marca (continuación)	Trabajo: Ciclo de vida del partido político (0.75 puntos)	Test Tema 3 (0.1 puntos)	
Semana 6	<b>Tema 4. Técnicas de venta política</b> 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		Test Tema 4 (0.1 puntos)	Lectura: Análisis y contraoferta de argumentario (0.5 puntos)
Semana 7	<b>Tema 5. La comunicación política</b> 5.1 ¿Cómo estudiar este tema? 5.2 Diseño de estrategias básicas			
Semana 8	<b>Tema 5. La comunicación política (continuación)</b> 5.3 Gestión de la comunicación		Foro: La utilización de las redes sociales por candidatos políticos (0.45 puntos) Test Tema 5 (0.1 puntos)	
Semana 9	<b>Tema 6. Marketing social. Una aplicación sectorial del marketing</b> 6.1 ¿Cómo estudiar este tema? 6.2 Concepto de marketing social 6.3 Marketing social corporativo		Test Tema 6 (0.1 puntos)	Lectura: Propuesta de clarificación conceptual entre marketing con causa, marketing social y marketing social corporativo (1.5 puntos)

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 10	<b>Tema 7. Planificación estratégica en marketing social</b> 7.1 ¿Cómo estudiar este tema? 7.2 La planificación de la campaña social			
Semana 11	<b>Tema 7. Planificación estratégica en marketing social (continuación)</b> 7.3 El proceso de la gestión de marketing social	Trabajo: Diseño de un plan estratégico de marketing social (0.75 puntos)	Foro: La comunicación de RSC como acción de marketing (0.45 puntos) Test Tema 7 (0.1 puntos)	
Semana 12	<b>Tema 8. Programa táctico de marketing social</b> 8.1 ¿Cómo estudiar este tema? 8.2 El precio del producto social 8.3 La distribución del producto social			
Semana 13	<b>Tema 8. Programa táctico de marketing social (continuación)</b> 8.4 Comunicación en marketing social		Test Tema 8 (0.1 puntos)	
Semana 14	<b>Tema 9. Financiación y captación de fondos</b> 9.1 ¿Cómo estudiar este tema? 9.2 Cómo conseguir fondos: marketing de donadores		Test Tema 9 (0.1 puntos)	
Semana 15	Semana de repaso			
Semana 16	<b>Semana de examen</b> (Recuerda que el examen final de esta asignatura se compone de dos partes, una parte teórica y otra práctica. La parte práctica consiste en la realización de un proyecto que se llevará a cabo lo largo del curso y que se entregará a través del aula virtual antes de la semana del examen)			