

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 (3 puntos)	Eventos (1,5 puntos)	Lecturas (1,5 puntos)
Semana 1	Tema 1. El concepto consultoría. Historia. Misión. Sentido. Utilidades 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2 Definición de consultoría, historia 1.3 La misión de la consultoría 1.4 Tipos de consultoría 1.5 El sentido y la utilidad de la consultoría en la época actual.		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,10 puntos cada una) Test tema 1 (0,05 puntos)	
Semana 2	Tema 2. Una aproximación a la consultoría política 2.1 ¿Cómo estudiar este tema? 2.2 Historia de la consultoría política. 2.3 Objetivos de la consultoría política.		Test tema 2 (0,05 puntos)	Lectura: Propaganda (1,5 puntos)
Semana 3	Tema 3 El marketing político 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2 Del marketing de consumo al político 3.3 Complementación con la consultoría política 3.4 Variables del marketing político 3.5 La ola 2.0		Foro: Acciones de marketing (0,8 puntos) Test tema 3 (0,05 puntos)	
Semana 4	Tema 4. El juego electoral 4.1 Nuestro candidato 4.2 Los candidatos oponentes, los adversarios 4.3 La circunscripción electoral, variables socioeconómicas 4.4 La confianza	Trabajo: La campaña electoral: Posicionamiento y desarrollo (1,5 puntos)	Test tema 4 (0,05 puntos)	
Semana 5	Tema 5. Fases de trabajo. El plan estratégico 5.1 ¿Cómo estudiar este tema? 5.2 El punto de partida interno 5.3 El punto de partida externo 5.4 La definición de acciones. Planificación		Test tema 5 (0,05 puntos)	
Semana 6	Tema 6. Análisis previos 6.1 ¿Cómo estudiar este tema? 6.2 Los estudios cuantitativos 6.3 Los estudios cualitativos 6.4 El focus group			
Semana 7	Tema 6. Análisis previos (continuación) 6.5 El Geomarketing Político 6.2 Definición de un punto de partida objetivo		Test tema 6 (0,05 puntos)	
Semana 8	Tema 7. Escenarios políticos posibles 7.1 ¿Cómo estudiar este tema? 7.2 Definición de posibles escenarios electorales 7.3 La Ley D´hond 7.4 El voto blando 7.5 El voto duro 7.6 La segmentación de estrategias			
Semana 9	Tema 7 Escenarios políticos posibles (continuación) 7.7 Formación de portavoces 7.8 Relación con los medios de comunicación 7.9 Los agentes sociales	Trabajo: Segmentación (1,5 puntos)	Test tema 7 (0,05 puntos)	

	Temas	Trabajos (3 puntos)	Eventos (1,5 puntos)	Lecturas (1,5 puntos)
Semana 10	Tema 8. El mensaje en la comunicación electoral 8.1 ¿Cómo estudiar este tema? 8.2 El mensaje			
Semana 11	Tema 8. El mensaje en la comunicación electoral (continuación) 8.3 La persuasión 8.4 El mensaje adecuado al plan estratégico		Test tema 8 (0,05 puntos)	
Semana 12	Tema 9. La precampaña y campaña electoral 9.1 ¿Cómo estudiar este tema? 9.2 La precampaña electoral 9.3 La campaña electoral 9.4 Una guerra de percepciones			
Semana 13	Tema 9. La precampaña y campaña electoral (continuación) 9.4 Publicidad política 9.5 El mitin político 9.6 Street Marketing Político 9.7 El día D: la jornada electoral		Test tema 9 (0,05 puntos)	
Semana 14	Tema 10. Campaña permanente 10.1 ¿Cómo estudiar este tema? 10.2 Las Relaciones Institucionales 10.3 La comunicación política Institucional 10.4 Elecciones a años vista. Efectividad			
Semana 15	Tema 10. Campaña permanente (continuación) 10.4 Las relaciones de influencia 10.5 El lobby		Test Tema 10 (0,05 puntos)	
Semana 16	Semana de repaso			
Semana 17	Semana de exámenes			