

Programación semanal

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

	Temas	Actividades (6 puntos)	Clases en directo
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	Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,12 puntos cada una) Test Tema 1 (0,04 puntos)	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
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		Clase del tema 2
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	Test Tema 2 (0,04 puntos)	Clase del tema 2
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	Actividad: Analizar la imagen de un candidato a cargo electo (2,1 puntos)	Clase del tema 3 y presentación de la actividad Analizar la imagen de un candidato a cargo electo
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)	Test Tema 3 (0,04 puntos)	Clase del tema 3
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	Test Tema 4 (0,04 puntos)	Clase del tema 4
Semana 7	Tema 5. La comunicación política 5.1 ¿Cómo estudiar este tema? 5.2 Diseño de estrategias básicas	Actividad: Conceptos de marketing público y político (0,6 puntos)	Clase del tema 5 Clase de resolución de la actividad Analizar la imagen de un candidato a cargo electo
Semana 8	Tema 5. La comunicación política (continuación) 5.3 Gestión de la comunicación	Test Tema 5 (0,04 puntos)	Clase del tema 5
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	Actividad: Elaboración de una campaña de publicidad institucional (2,1 puntos) Test Tema 6 (0,04 puntos)	Clase del tema 6 y presentación de la actividad Elaboración de una campaña de publicidad institucional
Semana 10	Tema 7. Planificación estratégica en marketing social 7.1 ¿Cómo estudiar este tema? 7.2 La planificación de la campaña social		Clase del tema 7 Sesión de explicación del modelo de examen
Semana 11	Tema 7. Planificación estratégica en marketing social (continuación) 7.3 El proceso de la gestión de marketing social	Test Tema 7 (0,04 puntos)	Clase del tema 7

	Temas	Actividades (6 puntos)	Clases en directo
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	Actividad: Conceptos de marketing público y político (II) (0,6 puntos)	Clase del tema 8 Clase de resolución de la actividad Elaboración de una campaña de publicidad institucional
Semana 13	Tema 8. Programa táctico de marketing social (continuación) 8.4 Comunicación en marketing social	Test Tema 8 (0,04 puntos)	Clase del tema 8
Semana 14	Tema 9. Financiación y captación de fondos 9.1 ¿Cómo estudiar este tema? 9.2 Cómo conseguir fondos: marketing de donadores	Test Tema 9 (0,04 puntos)	Clase del tema 9
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de repaso		
Semana 17	Semana de exámenes		