

Programación semanal

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

Semana	Ruta de aprendizaje	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
					Actividades	Proyecto transversal (7 asignaturas 7 retos)	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 1	BLOQUE 1. Conceptualización	Revisar los modelos políticos y dar los primeros pasos para entender la comunicación y el <i>marketing</i> político basados en la investigación y el modelo científico.	Tema 1. La comunicación política	Presentación de la asignatura 45 min. Clase 1. Problema: ¿Cuáles son los primeros pasos para comprender la comunicación y el marketing político? (45min.)	Test del tema 1 (0,1 puntos)		Huella UNIR. Abre la mente: usa la imaginación (pensamiento creativo) (2,6 puntos)	Taller en directo: Elementos básicos de la comunicación política.
Semana 2		Entender cómo se han adaptado algunos partidos políticos en sus normas a una nueva democracia interna, mayor apertura a la participación y nuevos modelos de financiación. Diseñar los ejes para un nuevo partido que aspire a ser ampliamente representativo.	Tema 2. Los partidos políticos	¿Se han adaptado los partidos a la democracia interna? ¿Qué ejes estratégicos son adecuados para que un partido sea ampliamente representativo? (75 min.)	Presentación Actividad 1 (3 puntos) Test del tema 2 (0,1 puntos)		Estudio práctico de las piezas fundamentales de la comunicación y el <i>marketing</i> político a nivel global.	

Semana 3	BLOQUE 2. Fundamentación	Ver diferentes casos que hagan entender diferentes modelos de campaña electoral, del más tradicional al más avanzado.	Tema 3. Comunicación electoral	Clase 3. Problema: ¿Cuáles son los modelos de campaña electoral más habituales? (75 min.)	Test del tema 3 (0,1 puntos)			Taller en directo: Tipos de campañas. Revisión de ejemplos de modelos de campaña electoral. La identidad, marca e imagen en la esfera pública.
Semana 4		Identificar las diferencias y características de los asuntos públicos a través de la comunicación y el <i>marketing</i> institucional ya sea desde el gobierno o en la oposición. Diseñar actuaciones con casos de actualidad de diplomacia pública en distintos ámbitos, para entender toda la fuerza de la influencia de diferentes actores, no necesariamente políticos.	Tema 4. Comunicación institucional y diplomacia pública	Clase 4. Problema: ¿Qué características tienen los asuntos públicos de la comunicación y el marketing institucional? ¿Conoces actuaciones propias de diplomacia pública? (75 min.)	Entrega Actividad 1 (3 puntos) Test del tema 4 (0,1 puntos)			
Semana 5		Construir las ideas fuerza a proponer en un discurso de arranque de campaña electoral para un partido que ha realizado una investigación demoscópica de un amplio universo social.	Tema 5. Comunicación política y opinión pública	Clase de resolución de la Actividad 1. Clase 5. Problema: ¿Cómo plasmamos en la construcción de ideas de los discursos políticos los estudios sobre la sociedad que realiza un partido? (90 min.)	Test del tema 5 (0.1 puntos)			

Semana 6	BLOQUE 3. Profesionalización	<p>Creación de un plan de campaña como elemento básico de la comunicación y el marketing político.</p> <p>Utilizar las técnicas básicas del guion de Syd Field para construir un discurso de unos minutos, con una narrativa emocional y persuasiva.</p>	Tema 6. Plan de campaña y candidato	<p>Clase 6. Problema: ¿Sabes hacer un plan de campaña? ¿Conoces las técnicas básicas del guion de Syd Field para construir discursos? (75 min.)</p>	<p>Presentación Actividad 2 (3 puntos)</p> <p>Test del tema 6 (0,1 puntos)</p>			<p>Taller en directo: Plan de campaña.</p>
Semana 7		<p>Identificación y monitorización de las redes sociales óptimas para lanzar una campaña electoral dirigida a gobernar la principal ciudad de un país.</p> <p>Visualizar campañas recientes en diversas redes sociales.</p>	Tema 7. Redes sociales: la estrategia más allá de la comunicación	<p>Clase 7. Problema: ¿Cómo se identifican y monitorizan de forma adecuada las redes sociales? (75 min.)</p>	<p>Test del tema 7 (0,1 puntos)</p>			<p>Elaboración de un plan de campaña.</p>
Semana 8	BLOQUE 4. Implantación de la estrategia	<p>Aprender a comunicar en un grupo, presentando sus conclusiones, conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.</p> <p>Revisar ejemplos sobre las nuevas formas de participación ciudadana en la esfera política.</p>	Tema 8. Democracia y participación ciudadana	<p>Clase 8. Problema: ¿Qué claves hay que tener en cuenta para comunicar de forma exitosa? ¿Conoces las nuevas formas de participación ciudadana en el ámbito político? (75 min.)</p>	<p>Entrega Actividad 2 (3 puntos)</p> <p>Test del tema 8 (0,1 puntos)</p>			<p>Taller en directo: Diplomacia y <i>lobby</i>.</p> <p>Cooperación institucional.</p> <p>El <i>lobby</i> en la esfera internacional.</p>

<p>Semana 9</p>		<p>Aplicar los conocimientos adquiridos para saber cómo actuar ante distintos escenarios institucionales y ante la presión de determinados <i>lobbies</i> en previsión de la elaboración de una futura ley de ámbito nacional.</p>	<p>Tema 9. Las relaciones públicas y el lobby en la administración</p>	<p>Clase de resolución de la Actividad 2.</p> <p>Clase 9. Problema: ¿Cómo se debe actuar en el plano institucional ante la presión de los <i>lobbies</i>?</p> <p>Clase recomendación examen. (90 min.)</p>	<p>Test del tema 9 (0,1 puntos)</p>			
<p>Semana 10</p>		<p>Conocer las funciones del portavoz y cómo es su relación con los periodistas.</p> <p>Establecer pautas para formar a los portavoces.</p>	<p>Tema 9. Las relaciones públicas y el lobby en la administración (continuación)</p>	<p>Clase 10. Problema: ¿Cómo se debe actuar en el plano institucional ante la presión de los <i>lobbies</i>?</p> <p>(75 min.)</p>				
<p>Semana 11</p>					<p>Presentación Actividad 2 (5,4 puntos)</p> <p>Aula de discusión</p>			
<p>Semana 12</p>		<p>Estudiar ejemplos reales sobre campañas actuales de desinformación.</p> <p>Analizar la incidencia de los <i>influencers</i> en una campaña de desprestigio hacia nuestro cliente (candidato) en la mitad de una campaña electoral.</p>	<p>Tema 10. El elector en el momento actual</p>	<p>Clase 12. Problema: ¿Qué es una campaña de desinformación? ¿Cómo inciden los <i>influencers</i> en una campaña de desprestigio a un político?</p> <p>(75 min.)</p>				

Semana 13		Clase de resolución de la actividad 3	Entrega Actividad 3 (5,4 puntos)			
Semana 14	Tema 10. El elector en el momento actual (continuación)	Clase 14. Problema: ¿Qué es una campaña de desinformación? ¿Cómo inciden los <i>influencers</i> en una campaña de desprestigio a un político? (75 min.)	Test del tema 10 (0,1 puntos)			
Semana 15	Clase de repaso					
Semana 16	Semana de exámenes					

NOTA

Esta Programación semanal puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.