

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 31/10/22- 04/11/22	BLOQUE 1. La estrategia de campaña, las 4P y los tipos de marketing	Conocer las piezas del <i>puzzle</i> del marketing político de forma adecuada.	Tema 1. La estrategia de la campaña y el marketing político	Presentación de la asignatura 45 min.	Test del tema 1 (0,1 puntos)		Huella UNIR. Desarrollo de la competencia Gestión de cambio (consenso) (2,6 puntos)	Taller en directo: Nombre del taller Experiencia de aplicación de las 4Ps del marketing comercial en una campaña electoral real específica
Vincular correctamente las herramientas del marketing político a la estrategia.		¿Cómo vincular correctamente las herramientas de marketing político a la estrategia? (45 min.)						
Semana 2 7/11/22- 11/11/22		Aplicar las 4Ps del marketing comercial al marketing político.	Tema 2. La mezcla de marketing y el marketing mix	Clase 2. Problema: ¿Cómo aplicar de forma correcta las 4Ps del marketing comercial y las 7Ps a una campaña electoral real? (45 min.)	Test del tema 2 (0,1 puntos)			
		Definir y utilizar las 7Ps de manera exitosa en el ámbito de las campañas electorales.						

<p>Semana 3 14/11/22-18/11/22</p>		<p>Elaborar un plan de mercadeo social.</p> <p>Diferenciar el marketing comercial del marketing público.</p> <p>Saber cómo realizar marketing político y marketing de gobierno.</p>	<p>Tema 3. El marketing político, el marketing social y el marketing público</p>	<p>Clase 3. Problema: ¿Cómo crear un plan de mercadeo social efectivo? (45 min.)</p>	<p>Test del tema 3 (0,1 puntos)</p>		
<p>Semana 4 21/11/22-25/11/22</p>	<p>BLOQUE 2. El branding político, la gestión y la imagen institucional</p>	<p>Construir la marca personal de un candidato y la marca institucional de su partido.</p> <p>Conocer los elementos y características que conforman una marca y saber aplicarlos de forma exitosa.</p> <p>Convertir un partido político 1.0 en 2.0</p>	<p>Tema 4. El branding en política</p>	<p>Clase 4. Problema: ¿Cómo construir una marca personal para un candidato y la marca institucional de su partido? (45 min.)</p>	<p>Test del tema 4 (0,1 puntos)</p>		<p>Experiencia de diseño de un plan de mercadeo social específico para el anuncio de una política pública.</p> <p>Experiencia de construcción de un candidato según su marca personal e institucional del partido político.</p>
<p>Semana 5 28/11/22-02/12/22</p>		<p>Vincular adecuadamente la imagen pública y la identidad.</p> <p>Saber llevar a cabo una campaña permanente.</p>	<p>Tema 5. Gestión e imagen institucional</p>	<p>Clase 5. Problema: ¿Qué acciones pondremos en marcha para llevar a cabo una campaña permanente? (45 min.)</p>	<p>Test del tema 5 (0,1 puntos)</p>		

<p>Semana 6 05/12/22- 09/12/22</p>		<p>Medir la opinión pública.</p> <p>Saber elaborar las encuestas más usadas en marketing político.</p> <p>Aplicar los métodos cuantitativos y cualitativos.</p> <p>Reconocer a las minorías silenciosas y saber cómo convencerlas.</p>	<p>Tema 6. La investigación en opinión pública</p>	<p>Clase 6. Problema: ¿Qué herramientas elegiremos para llevar a cabo estudios cuantitativos y cualitativos y cómo los aplicaremos? (45 min.)</p>	<p>Test del tema 6 (0,1 puntos)</p>	<p>Actividad 1 (3 puntos)</p>	
<p>Semana 7 12/12/22- 16/12/22</p>		<p>Saber utilizar los datos secundarios para llevar a cabo los datos primarios.</p> <p>Identificar nuestro sector prioritario a través de una fórmula.</p> <p>Utilizar las herramientas digitales para aprovechar el Big Data.</p>	<p>Tema 7. Datos secundarios. Demografía y estadísticas electorales</p>	<p>Clase 7. Problema: ¿Cómo utilizar las estadísticas electorales para identificar nuestro sector prioritario? (45 min.)</p>	<p>Test del tema 7 (0,1 puntos)</p>		

<p>Semana 8 19/12/22- 23/12-22</p>	<p>Segmentar el mercado correctamente, definir nuestro mercado meta y posicionarnos.</p> <p>Reconocer a los amigos, neutros y adversos y saber en qué grupo ponemos nuestra atención.</p> <p>Cómo hacer hipersegmentación y micro marketing</p>	<p>Tema 8. Segmentación</p>	<p>Clase 8. Problema: ¿Qué métodos utilizaremos para segmentar el mercado y posicionarnos? (45 min.)</p>			
<p>Semana 9 09/01/23- 13/01/23</p>	<p>Aplicar los tipos de segmentación más adecuados en política.</p> <p>Realizar microtargeting para adecuar los mensajes a cada segmento</p>	<p>Tema 8. Segmentación (continuación)</p>	<p>Clase 9. Problema: ¿Cómo realizar microtargeting para adecuar los mensajes a cada segmento? (45 min.)</p>	<p>Test del tema 8 (0,1 puntos)</p>	<p>Actividad 2 (3 puntos)</p>	
<p>Semana 10 16/01/23- 20/01/23</p>	<p>Cómo hacer ciberactivismo</p> <p>Elaborar campañas exitosas en las redes sociales</p>	<p>Tema 9. Ciberpolítica</p>	<p>Clase 10. Problema: ¿Cómo poner en marcha campañas exitosas en redes sociales? (45 min.)</p>			

<p>Semana 11 23/01/23-27/01/23</p>		<p>Hacer ciber publicidad exitosa para conseguir general viralidad</p> <p>Reconocer las fake news y el impacto que tienen en las campañas políticas</p>	<p>Tema 9. Ciberpolítica (continuación)</p>	<p>Clase 11. Problema: ¿Cómo conseguir viralidad a través de la ciberpublicidad? (45 min.)</p>	<p>Test del tema 9 (0,1 puntos)</p>		
<p>Semana 12 30/01/23-03/02/23</p>		<p>Segmentar correctamente e identificar a nuestro target.</p> <p>Diseñar la publicidad de tu candidato y su partido, definir el tipo de intervenciones y los medios más adecuados.</p> <p>Llevar a cabo una estrategia en redes sociales.</p> <p>Elaborar los puntos clave del programa y crear una propuesta de ciberactivismo</p> <p>Diseñar una estrategia para hacer frente a las fake news que puedan aparecer en campaña.</p>		<p>Clase 12. Problema: ¿Cómo identificar los niveles de aceptación, diseño del candidato como producto y presencia digital del mismo? (45 min.)</p>		<p>Presentación de la Actividad 3 (5,4 puntos)</p>	

<p>Semana 13 06/02/23-10/02/23</p>		<p>Elegir los temas más adecuados en campaña teniendo en cuenta la moralidad y las actitudes de los votantes.</p> <p>Saber afrontar las campañas de desprestigio.</p> <p>Identificar los tres cerebros y saber incidir en el que nos interese en un momento determinado.</p> <p>Saber captar a los swingers voters.</p>	<p>Tema 10. Neuropolítica</p>	<p>Clase 13. Problema: ¿Cómo identificamos los tres cerebros para impactar en el público en un momento determinado? (45 min.)</p>	<p>Test del tema 10 (0,1 puntos)</p>		
<p>Semana 14 13/02/23-17/02/23</p>				<p>Clase 14. Problema: Identificar niveles de aceptación, diseño del candidato como producto, presencia digital del mismo. (45 min.)</p>		<p>Entrega Actividad 3</p>	
<p>Semana 15 20/02/23-24/02/23</p>			<p>Clase de repaso</p>				
<p>Semana 16 28/02/23-05/03/23</p>					<p>Semana de exámenes</p>		

NOTA

Se consideran periodo de repaso los días comprendidos entre el 24/12/2022 y el 08/01/2023.

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