

Programación semanal

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

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	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	Actividad: Ejemplos de publicidad política y electoral versus publicidad comercial(1,2 puntos) Test Tema 1(0,1 puntos) Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 cada una)	Presentación de la asignatura, clase del tema 1 y presentación de la actividad Ejemplos de publicidad política y electoral versus publicidad comercial
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(0,1 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		Clase del tema 3 Clase de resolución de la actividad Ejemplos de publicidad política y electoral versus publicidad comercial
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(0,1 puntos) Actividad: El programa electoral(1,2 puntos)	Clase del tema 3 y presentación de la actividad E programa electoral
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(0,1 puntos)	Clase del tema 4
Semana 7	Tema 5. La comunicación política 5.1 ¿Cómo estudiar este tema? 5.2 Diseño de estrategias básicas		Clase del tema 5
Semana 8	Tema 5. La comunicación política (continuación) 5.3 Gestión de la comunicación	Test Tema 5(0,1 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	Test Tema 6(0,1 puntos)	Clase del tema 6 Clase de resolución de la actividad El programa electoral

Semana 10	Tema 7. Planificación estratégica en marketing social 7.1 ¿Cómo estudiar este tema? 7.2 La planificación de la campaña social	Actividad grupal: Identificación de diversos tipos de campañas en marketing social(2,5 puntos)	Clase del tema 7 y presentación de la actividad grupal Identificación de diversos tipos de campañas en marketing social
Semana 11	Tema 7. Planificación estratégica en marketing social (continuación) 7.3 El proceso de la gestión de marketing social	Test Tema 7(0,1 puntos)	Clase del tema 7 Sesión de explicación del modelo de examen
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		Clase del tema 8
Semana 13	Tema 8. Programa táctico de marketing social (continuación) 8.4 Comunicación en marketing social	Test Tema 8(0,1 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(0,1 puntos)	Clase del tema 9
Semana 15			Clase de resolución de la actividad grupal Identificación de diversos tipos de campañas en marketing social
Semana 16	Semana de examen (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)		

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