

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Marketing político

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6 ECTS

Contextualización: En las últimas décadas se ha producido una convergencia entre las estrategias de marketing, nacidas en el entorno comercial, y la política, dando lugar al marketing político. Esta asignatura pretende acercar al estudiante a esta disciplina, presentándole las principales herramientas que abarca, sin perder de vista en todo momento que el marketing no puede convertirse en el fin de la política, sino en un medio para satisfacer las necesidades y aspiraciones de la sociedad. Así las cosas, esta asignatura, partiendo de las herramientas de investigación de mercados, presenta al estudiante un conjunto de estrategias de utilidad: branding, *storytelling*, técnicas de creatividad, etc. y la forma en que estas deben aplicarse tanto al ámbito de la comunicación institucional como al ámbito de la comunicación de partido.

Modalidad: Online

Temario:

1. Fundamentos de investigación de mercados para el desarrollo del marketing político. Métodos cuantitativos y cualitativos de medición de la opinión pública. El apoyo de las estadísticas electorales.
2. Del marketing comercial al marketing político. Adaptación del *marketing mix* al desarrollo de estrategias de marketing político.
3. Branding y creación de marca en el ámbito político. La imagen de marca. Marca de partido y marca institucional.
4. Estrategias de marketing para el lanzamiento de políticas públicas o acciones de gobierno. Utilización de la publicidad como instrumento comunicativo.
5. *Storytelling* político: utilidad y aplicación en la construcción de estrategias de marketing. Estudio de casos significativos.
6. Técnicas de creatividad e innovación para el desarrollo de campañas de marketing político.

Competencias:

- Básicas: CB-06, CB-07, CB-08, CB-09 y CB-10.
- Específicas: CE-10, CE-11

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	10	100%
Sesiones con expertos en el aula	4	100%
Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales	4	0%
Estudio y seguimiento de material interactivo	6	0%
Clases prácticas: estudio de casos, resolución de problemas, simulación y/o diseño de proyectos.	12	100%
Reto político	5	40%

Prácticas observacionales	6	0%
Actividades de seguimiento de la asignatura	6	0%
Tutorías	15	30%
Lectura, análisis y estudio del manual de la asignatura	35	0%
Lectura, análisis y estudio de material complementario	15	0%
Desarrollo de actividades del portafolio	24	0%
Trabajo cooperativo	6	0%
Prueba objetiva final	2	100%

Metodologías docentes:

- Lección magistral y lección magistral participativa.
- Estudio de casos.
- Simulación.
- Diseño de proyectos.
- Seguimiento.
- Debate crítico.
- Observación.
- Trabajo cooperativo.
- Exposición de trabajos.
- Monitorización de actividades del alumnado
- Cuaderno reflexivo de la asignatura.
- Revisión bibliográfica

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del portafolio. Estudio de casos, resolución de problemas, simulación de casos de intervención y/o diseño de proyectos.	30%	55%
Evaluación del portafolio. Actividades de evaluación continua	5%	10%
Evaluación de la prueba	40%	60%

Normativa específica: No aplica