

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Marketing estratégico y operativo
Titulación	Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político Online
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	Primero
ECTS	6 ECT
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Online
Semestre	Semestre 1
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Javier Díez Romero
Docente	Helena López-Casares

2. PRESENTACIÓN

El módulo 'Marketing Estratégico y Cooperativo' estudia los componentes fundamentales para gestionar las campañas electorales y la comunicación de partidos y candidatos. Ambas disciplinas, la estratégica y la cooperativa, se complementan para alcanzar los objetivos electorales y fortalecer la imagen pública. En un escenario político mundial marcado por el cambio social, la aparición de nuevos partidos, la polarización y el impacto de las redes sociales, la forma de hacer política y de dirigirse a la ciudadanía experimenta grandes cambios. El marketing político analiza y establece estrategias para llevar a cabo campañas políticas, lanzar un candidato o establecer dinámicas de éxito electoral. Dentro de esta disciplina, el marketing estratégico se centra en la planificación a largo plazo, basándose en el entorno político, los grupos de interés y la construcción de la marca política. Por su parte, el marketing operativo implementa estrategias y mide y analiza resultados de las acciones que se despliegan para alcanzar los objetivos. La unión de ambos enfoques permite al candidato conectar de manera efectiva con el electorado y posicionarse favorablemente en el panorama político.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos:

CON01.

Describir los principales fundamentos teóricos de la comunicación política y del marketing político.

Identificar los diferentes elementos implicados en la comunicación en línea, la publicidad política, el contacto directo con los votantes que se coordinan para transmitir un mensaje político coherente y efectivo.

CON03.

Identificar audiencias, públicos y targets específicos, y su relación con la opinión pública, los electorados y el entorno político.

Clasificar grupos específicos de votantes y desarrollar un mensaje político y una imagen de candidato.

Habilidades:

HAB01.

Analizar los planes estratégicos de comunicación y marketing institucional y de Gobierno más adecuados en el proceso político.

Aplicar el neuromarketing en estrategias de comunicación de partidos políticos e instituciones de Gobierno.

Diseñar un plan de comunicación y marketing adaptado a una institución de Gobierno, local o nacional.

HAB02.

Investigar los flujos de comunicación basados en estrategias de desinformación.

Analizar casos específicos de desinformación en campañas de marketing político.

Competencias:

CP03. Elaborar un plan de comunicación, a través de los social media con eficacia, en temas relacionados con la actualidad política nacional e internacional.

CP04. Realizar una propuesta de coordinación y planificación de la actividad de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político, adaptado a la evolución de las herramientas de comunicación.

CP06. Proponer soluciones innovadoras a problemas detectados en el contexto del marketing y la comunicación política.

CP10. Elaborar distintos planes de marketing político adaptados a los ámbitos locales, generales y europeos.

CP13. Diseñar y evaluar un plan de marketing digital político a partir de técnicas, métodos y prácticas de *in bound* marketing.

4. CONTENIDOS

La materia está organizada en seis unidades de aprendizaje:

- Unidad 1: Fundamentos del marketing político.
- Unidad 2: Investigación de mercado.
- Unidad 3: Target y posicionamiento político.
- Unidad 4: El marketing mix en política.
- Unidad 5: Branding político. Estrategia de comunicación de la marca.
- Unidad 6: Neuromarketing en política.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en proyectos.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad virtual:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Clases virtuales síncronas	22
Análisis de casos	14
Resolución de problemas	10
Elaboración de informes y escritos	16
Diseño de estrategias y planes de intervención	20
Estudio de contenidos y documentación complementaria (trabajo autónomo)	50
Foro virtual	8
Pruebas de evaluación virtuales	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad virtual:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de evaluación virtuales	60%
Informes y escritos	20%
Caso/problema	10%
Trabajos de diseño de estrategias y planes de intervención	10%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1 Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final de conocimientos, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2 Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final de conocimientos, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana 2
Actividad 2	Semana 4
Actividad 3	Semana 6
Actividad 4	Semana 8
Actividad 5: prueba de conocimiento	Semana 20

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

- Saralegui, M. (2022). *Breve historia del pensamiento político moderno*. Guillermo Escolar Editor.
- Ardern, J. (2022). *El carisma político en el liderazgo contemporáneo*. Ediciones Beers&Politics.
- Hernández, I. (2018). *Ganadores: El político ante el reto de vencer en elecciones municipales*. Círculo rojo.
- Bisquerra, R. (2017). *Política y emoción*. Pirámide.
- Cortina, A. (2011). *Neuroética y Neuropolítica*. Tecnos.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.

