



Manual de márketing político : cómo afrontar una campaña electoral /

Herrero, Julio César,
ed. lit
Marañón, Luis,
comp

Almuzara,
2019

Monografía

La política es un territorio de competición. La necesidad de diferenciarse ante la opinión pública, de conquistar espacio en los medios de comunicación, la dificultad de captar la atención de un electorado que recibe, cada vez, más estímulos y, sobre todo, la certeza de que el apoyo ciudadano es un bien limitado, son solo algunos de los factores que hacen de la campaña electoral un espacio en el que la esencia competitiva de la política alcanza su culmen. Para disputar cualquier competición es necesaria la técnica. Para avanzar por un territorio de orografía compleja es necesario un conocimiento previo del terreno, un mapa, brújula, ropa adecuada a las circunstancias climatológicas y capacidad para enfrentarse a grietas inesperadas en los senderos. Así, para disputar unas elecciones, el análisis es más relevante que la intuición, la planificación ha de ganarle espacio a la improvisación, la estrategia ha de descartar las ocurrencias y el orden es la frontera en la que mejor puede descollar la creatividad. Un trabajo exitoso en campaña depende más del método que del genio. Los profesionales de la estrategia, el marketing y la comunicación política y electoral han de nutrirse más del estudio, el conocimiento y el rigor académico que de las pretendidas cualidades del gurú. Estas premisas alientan el presente libro, conformado por textos elaborados por un grupo heterogéneo de académicos y profesionales, tanto españoles como latinoamericanos. Sus contenidos, lejos del localismo, aportan un método de trabajo aplicable a cualquier entorno, a partir de la combinación de fundamentos académicos y prácticos que lo convierten en una obra pionera, única en nuestro idioma

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMjMxMDg1NDk>

Título: Manual de márketing político cómo afrontar una campaña electoral Julio César Herrero (ed.) ; Luíś Marañoń (comp.)

Editorial: [Córdoba] Almuzara 2019

Descripción física: 285 p. 25 cm

Mención de serie: Pensamiento político

Bibliografía: Bibliograf.: p. 281-285

Contenido: Introducción. Márketing político y comunicación política. -- El punto de partida: investigación y análisis. -- El motor de la campaña: organización, coordinación y estrategia electoral. -- La estrategia de comunicación electoral. -- El candidato: liderazgo, influencia y proyección pública. -- Persuasión política y construcción del mensaje: el relato de campaña. -- Estrategia online y 'neotelling': el impacto de la tecnología en el despliegue del discurso. -- La preparación de debates electorales. -- La publicidad electoral. -- El ejercicio del poder: comunicación de gobierno y campaña permanente

ISBN: 978-84-17797-26-3

Materia: Comunicación en política Publicidad política Comunicación en política Propaganda Campañas electorales- Discursos Opinión pública

Autores: Herrero, Julio César, ed. lit Marañón, Luis, comp

Punto acceso adicional serie-Título: Pensamiento político (Almuzara)

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es