



La mercadotecnia política y su impacto en los procesos electorales [

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez,
2008

text (article)

Analítica

El propósito de este artículo es discutir si la mercadotecnia política contribuye a elevar la educación política del electorado o es simplemente el mecanismo para comercializar los procesos electorales. Para ello, el documento se divide en cuatro secciones. La primera sección provee los fundamentos teóricos de la mercadotecnia y diferencia los elementos de la mercadotecnia tradicional de la mercadotecnia política. La segunda discute la utilización de la mercadotecnia política en los procesos electorales y se hacen generalizaciones sobre el tema a partir del proceso electoral 2008 en los Estados Unidos. La tercera aborda la mercadotecnia política y los procesos electorales en el contexto mexicano. La cuarta se destina a las conclusiones

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzE2NTE3NzA>

Título: La mercadotecnia política y su impacto en los procesos electorales electronic resource]

Editorial: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez 2008

Tipo Audiovisual: Mercadotecnia política elecciones electorado

Documento fuente: CULCyT: Cultura Científica y Tecnológica, ISSN 2007-0411, null 5, Nº. 27, 2008, pags. 27-37

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Condiciones de uso y reproducción: LICENCIA DE USO: Los documentos a texto completo incluidos en Dialnet son de acceso libre y propiedad de sus autores y/o editores. Por tanto, cualquier acto de reproducción, distribución, comunicación pública y/o transformación total o parcial requiere el consentimiento expreso y escrito de aquéllos. Cualquier enlace al texto completo de estos documentos deberá hacerse a través de la URL oficial de éstos en Dialnet. Más información: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI> | INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS STATEMENT: Full text documents hosted by Dialnet are protected by copyright and/or related rights. This digital object is accessible without charge, but its use is subject to the licensing conditions set by its authors or editors. Unless expressly stated otherwise in the licensing conditions, you are free to linking, browsing, printing and making a copy for your own personal purposes. All other acts of reproduction and communication to the public are subject to the licensing conditions expressed by editors and authors and require consent from them. Any link to this document should be made using its official URL in Dialnet. More info: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI>

Lengua: Spanish

Enlace a fuente de información: CULCyT: Cultura Científica y Tecnológica, ISSN 2007-0411, null 5, N°. 27, 2008, pags. 27-37

Baratz Innovación Documental

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