

INDICE

Prólogo, Pere – Oriol Costa	11
Prefacio, David L. Paletz	15
Introducción	17
Primera Parte El Desarrollo de la Comunicación Política Moderna	
1. Los Comienzos y el Desarrollo de Marketing Político en Estados Unidos	23
Las bases del desarrollo del marketing político moderno en Estados Unidos	24
Características particulares del sistema electoral	24
La tradición de elecciones para cargos públicos	26
El rápido desarrollo de los medios de comunicación de masas en Estados Unidos	27
Evolución del marketing en Estados Unidos: principales etapas	27
Infancia: 1952 - 1960	28
Adolescencia: 1964 - 1976	32
Estado adulto: la comunicación política en Estados Unidos a partir de los años ochenta	36
Segunda Parte Fundamentos del Marketing Político Moderno	
2. El Marketing Político: Una Perspectiva Global	41
Los fundamentos del marketing político	41
Las particularidades del marketing político	42
Reglas generales en la dirección del marketing político	46
Principales etapas en el proceso de marketing político	47
Planificación de la estrategia de una campaña	48
Elaboración de tácticas y ejecución: el <<plan de la campaña>>	65
3. Los Medios de Análisis e Información	83
El marco operativo general de las herramientas de información y análisis	85
La programación operativa de las herramientas de información y análisis	85
El tipo de información que se espera obtener	86
Los diferentes tipos de herramientas de información y análisis	88
Los resultados de elecciones anteriores	88
Los sondeos	89
Otras herramientas de información y análisis	103
Tercera Parte Las Herramientas del Marketing Político	
4. Las Herramientas Tradicionales	107
Las herramientas interactivas	108
Contactos directos con los votantes	108
Sucedáneos de contactos directos	111
Las herramientas unidireccionales	116
La literatura de campaña <<para uno interno>>	117
La prensa y el material escrito <<para uso externo>>	118

Los carteles electorales (postrs)	124
Accesorios de publicidad variados	128
5. Las Herramientas Audiovisuales	131
Los medios audiovisuales y la práctica de la comunicación política	133
Las dificultades que implica el uso de los medios audiovisuales	133
La formación necesaria debido a las dificultades de usar los medios audiovisuales	138
Principales aplicaciones de los medios audiovisuales en la comunicación política	144
Los debates televisados y las tertulias	145
Noticiarios televisados	150
La publicidad política en televisión	152
Los programas de naturaleza no directamente política	154
6. Métodos de Marketing Directo	159
El marketing directo redescubre los medios tradicionales	160
El correo directo, o mailings: el restablecimiento de la conexión directa	161
El marketing directo por teléfono, o marketing telefónico: redescubrir la bidireccionalidad	170
La utilización de los <<nuevos medios>> por parte del marketing político	176
El marketing directo por radio y televisión	176
El vídeo	177
La telemática y las redes informáticas	179
Cuarta Parte Las Características Propias de las Campañas Electorales	
7. La Estructura y la Organización de la Campaña	189
El plan general de campaña	192
La elección del tipo de organización	192
La designación de los dos puestos clave	195
Es establecimiento de la sede central	199
La ubicación del edificio de la organización de la campaña	199
El equipamiento	202
El problemas de la financiación	202
El coste t la financiación de la campaña	202
La recaudación de fondos	204
La gestión financiera	205
El personal de la organización central de la campaña	211
Los asesores externos	226
La organización de campo	230
8. Las Particulares de las Campañas Locales	239
La coexistencia de las campañas locales con los nacionales	240
La introducción de una dimensión nacional e las campañas locales	240
La necesidad de mantener una dimensión local	244
Los medios de comunicación preferidos en las campañas locales	248
Contactos directos con la población local	248
Los contactos con la población local a través de los medios	251
Conclusión: Cómo utilizar este libro	253
Bibliografía	259
Índice de figuras	265

Índice analítico y de nombres	
-------------------------------	--