

Julio César Herrero (ed.)

MANUAL DE MARKETING POLÍTICO

*Cómo afrontar una
campaña electoral*



Un libro pionero, llamado a convertirse en referente obligado, que analiza en profundidad y desde los ámbitos más diversos las claves que rigen la competición electoral y los principios en que se sustenta el marketing político.

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.

► Julio César Herrero (ed.)



Julio César Herrero es profesor y periodista, especializado en comunicación y marketing político. Ha sido decano de Comunicación en la Universidad Camilo José Cela y en la Universidad del Atlántico Medio, profesor en varias universidades e investigador en la JFK School of Government (Harvard University), en la University of California San Diego y en el Emerson College, entre otras. Dirige el Centro de Estudios Superiores en Comunicación y Marketing Político (CESCOMPOL/IMF). Presentador y director de diferentes programas de radio y televisión, colabora como analista político en Los Desayunos de TVE y en La Tarde y La Linterna (COPE). Es autor, coautor y editor de una veintena de libros y numerosos artículos científicos en el ámbito de la comunicación política y del pensamiento crítico.

Pensamiento político • Editorial Almuzara

ISBN: 978-84-17797-26-3

Lomo: 19 mm Peso: 413 gr

Rústica • 15 x 24 cm

PVP: 19 € 288 páginas.