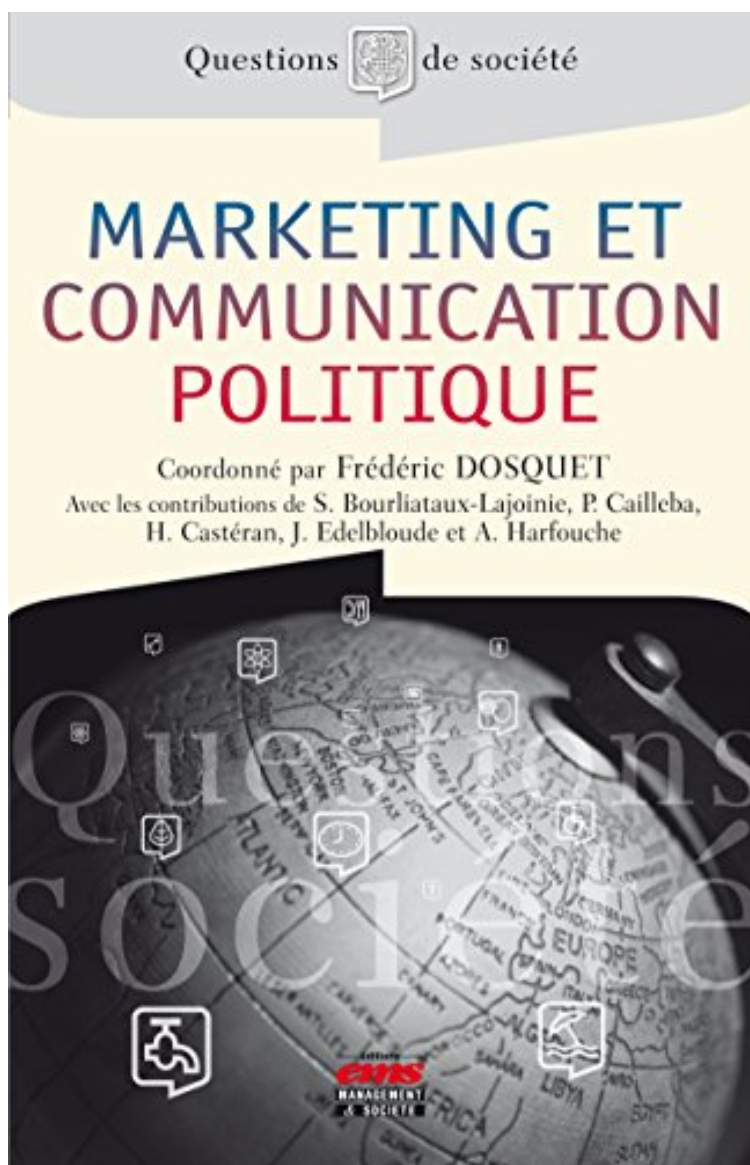


(Download ebook) File size: 40.Mb

# Marketing et communication politique: Thorie et pratique



*Par Frdric Dosquet, Stphane Bourliataux-Lajoinie, Herbert Castran, Patrice Cailleba, Johanna Edelbloude, Antoine Harfouche*  
DOC | \*audiobook | ebooks | Download  
PDF | ePub

Dtails sur le produit Rang parmi les ventes :  
#199132 dans eBooksPubli le: 2012-02-16  
Sorti le: 2012-02-16  
Format: Ebook  
Kindle

(Download ebook) Marketing et communication politique: Thorie et pratique

**Par Frdric Dosquet, Stphane Bourliataux-Lajoinie, Herbert Castran, Patrice Cailleba, Johanna Edelbloude, Antoine Harfouche :**  
**Marketing et communication politique: Thorie et pratique** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Marketing et communication politique: Thorie et pratique:

 Download

 Read Online

## Description :

Prsentation de l'diteurLes lections politiques representent dsormais une rencontre entre une offre (des candidats), des programmes et une demande (les attentes du citoyen) comme toute situation de march. A ceci prs, qu'elles sont de par leur nature (lie au pouvoir), associes de manire visible, aux deux taux du marketing : la sduction et la destruction. La sduction est tourne bien videmment envers les cibles lectrices juges les plus pertinentes dans la conquete ou la conservation du pouvoir. La destruction concerne lus offres concurrentes qu'il faut savoir tour tour, minimiser, ridiculiser, combattre. Orient vers la recherche acadmique, cet ouvrage

collectif présente les connaissances actuelles en marketing et communication politiques. Il a pour vocation d'offrir une grille de lecture pluridisciplinaire des grands rendez-vous électoraux qui jalonnent la vie des démocraties. En analysant les outils du marketing et de la communication politiques, il permet d'apprécier plus précisément les stratégies adoptées par les différents acteurs de la compétition électorale. La lecture de l'ouvrage permet de comprendre toute la profondeur et les particularités du marketing politique, ainsi que la difficulté d'une mise en œuvre efficace. Chaque chapitre correspond à un focus sur une question essentielle du marketing politique : le panorama des idéologies politiques modernes ; les stratégies de persuasion électorale ; la fonction et les mesures de l'opinion publique ; le e-marketing politique. Rédigé par des enseignants-chercheurs spécialistes du domaine, ce livre allie pédagogie et académisme. Il représente un décryptage indispensable du monde politique à l'usage de tout professionnel, étudiant ou citoyen. Présentation de l'auteur Les leçons politiques représentent désormais une rencontre entre une offre (des candidats), des programmes et une demande (les attentes du citoyen) comme toute situation de marché. À ceci près, qu'elles sont de par leur nature (liées au pouvoir), associées de manière visible, aux deux axes du marketing : la séduction et la destruction. La séduction est tournée bien évidemment envers les cibles électorales jugées les plus pertinentes dans la conquête ou la conservation du pouvoir. La destruction concerne les offres concurrentes qu'il faut savoir tout d'abord, minimiser, ridiculiser, combattre. Orienté vers la recherche académique, cet ouvrage collectif présente les connaissances actuelles en marketing et communication politiques. Il a pour vocation d'offrir une grille de lecture pluridisciplinaire des grands rendez-vous électoraux qui jalonnent la vie des démocraties. En analysant les outils du marketing et de la communication politiques, il permet d'apprécier plus précisément les stratégies adoptées par les différents acteurs de la compétition électorale. La lecture de l'ouvrage permet de comprendre toute la profondeur et les particularités du marketing politique, ainsi que la difficulté d'une mise en œuvre efficace. Chaque chapitre correspond à un focus sur une question essentielle du marketing politique : le panorama des idéologies politiques modernes ; les stratégies de persuasion électorale ; la fonction et les mesures de l'opinion publique ; le e-marketing politique. Rédigé par des enseignants-chercheurs spécialistes du domaine, ce livre allie pédagogie et académisme. Il représente un décryptage indispensable du monde politique à l'usage de tout professionnel, étudiant ou citoyen. Biographie de l'auteur Frédéric Dosquet est Docteur en sciences de gestion, diplômé de l'ESCP Europe et titulaire d'un DEA de science politique (Université Paris II). Il est aujourd'hui responsable du département marketing au sein de l'ESC Pau.