**Universidad Autónoma de Nuevo León**

**Facultad de Ciencias Políticas y**

**Relaciones Internacionales**

**GUIA DE ESTUDIO:**

**Taller de Mercadotecnia Política Electoral. Plan 101**

**Docente Responsable**

**Dr. Francisco Ramiro Sánchez García**

**Academia: Ciencias Políticas**

**Coordinador: Dr. Paulo C. Lugo Rincón**

**Coordinador Auxiliar: Mtra. Marta A. Merla Cuellar**

**03/03/2021**

**TEMAS**

1. Comunicación Política: El ser percibido es percibido (pp. 7-10 IDEA)
2. La investigación en una campaña electoral (pp. 11-14 IDEA)
3. **Estudios de Opinión (pp. 17-32 Manual de Campaña)**
4. **Estrategia de campaña (pp.33-52 Manual de Campaña)**
5. **Comando de Campaña (pp. 53-62 Manual de Campaña)**
6. Imagen del Candidato (p.18 IDEA)
7. Posicionamiento (19-20 IDEA)
8. Mensaje (pp. 21-23 IDEA)
9. Medios de comunicación (pp.27-32 IDEA)

**Referencias Bibliográficas**

**ODCA Organización Demócrata Cristiana de América, y Konrad Adenauer (2006). Manual de Campaña. Marketing y comunicación política. Buenos Aires**.

Internacional IDEA (2006). Comunicación Política en Campañas electorales. Modulo Avanzado de Formación Política.1