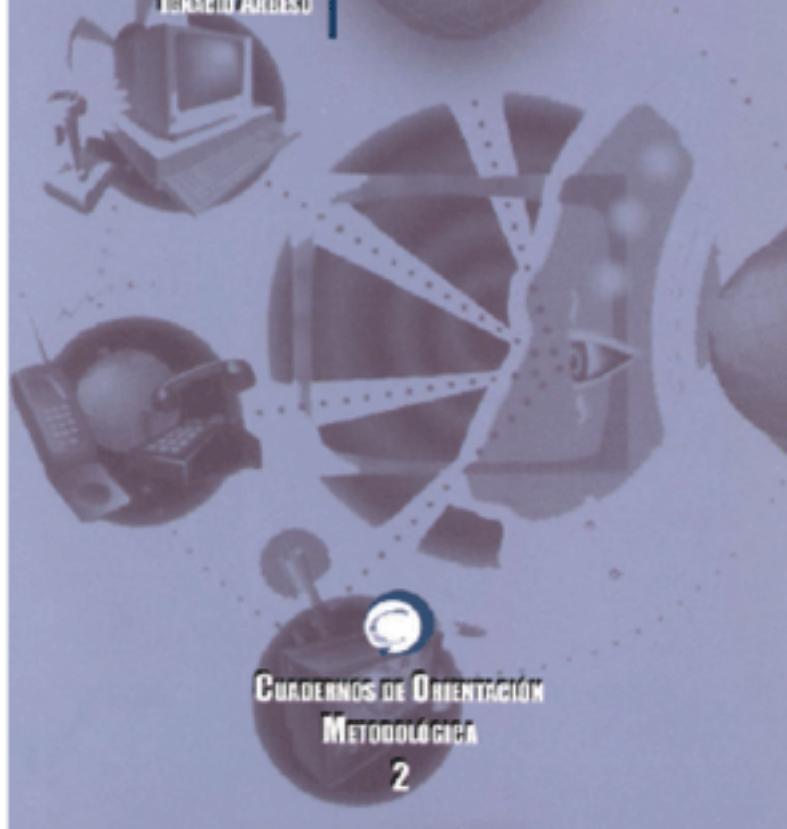


MERCADOTECNIA Política

JUANACIO ARBEISÚ



CUADERNOS DE ORIENTACIÓN
METODOLÓGICA

MERCADOTECNIA POLÍTICA

LUIS IGNACIO ARBESÚ VERDUZCO

**CUADERNOS
DE ORIENTACIÓN
METODOLÓGICA**

2

**MERCADOTECNIA
POLÍTICA**

LUIS IGNACIO ARBESÚ VERDUZCO

PRIMERA EDICIÓN, SEPTIEMBRE DE 1998.

© INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

**VIADUCTO TLALPAN NÚM. 100, COL. ARENAL TEPEPAN,
C.P. 14610, MÉXICO, D.F.**

IMPRESO EN MÉXICO/PRINTED IN MEXICO

ISBN 968-6581-92-8

DISTRIBUCIÓN GRATUITA. PROHIBIDA SU VENTA.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	9
INTRODUCCIÓN	11
1. MARCO CONCEPTUAL BÁSICO	13
1.1. CONSIDERACIONES INICIALES	13
1.2. ELEMENTOS CONSTITUTIVOS	16
1.3. RELACIONES CONTEXTUALES	19
1.4. ALCANCES Y LIMITACIONES	22
2. COMUNICACIÓN Y POLÍTICA SIMBÓLICA	27
2.1. SIGNOS, SONIDOS, IMÁGENES, PALABRAS Y MENSAJE	28
2.2. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA	30
2.3. COMPONENTES DE LA POLÍTICA SIMBÓLICA	32
2.4. LA TEORÍA DE SISTEMAS	41
2.5. EL MÉTODO DEL SOBRECÓDIGO	44
3. ESTRATEGIAS Y ORGANIZACIÓN DE CAMPAÑAS	49
3.1. PREPARACIÓN DE LA CAMPAÑA	52
3.2. ESTUDIO Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	53
3.3. DISEÑO DE LA PROPUESTA	56
3.4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	57
3.5. PLAN DE TRABAJO	58
CONCLUSIÓN	63
BIBLIOGRAFÍA	65
ACERCA DEL AUTOR	69

ACERCA DEL AUTOR

Luis Ignacio Arbesú Verduzco realizó estudios de licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública en la Universidad Iberoamericana, y de maestría en Estudios Políticos en la Universidad de París. Asimismo, obtuvo el doctorado en Ciencia Política, en Francia. Es miembro del Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, de la International Society for Intercommunication of New Ideas, de la Asociación Franco-Mexicana de Administración Pública, y socio del Instituto Nacional de Administración Pública.

El Dr. Arbesú ha colaborado en diversas dependencias y entidades del sector público y en empresas del sector privado, entre otras el Centro de Investigación y Docencia Económicas, la Secretaría de Turismo, la Compañía Fundidora de Monterrey y el Grupo Industrial Latinoamericano. Actualmente es director general de Servicios Estratégicos, S. C.

Como catedrático titular o invitado ha participado en programas de doctorado, maestría, especialidades y diplomados en instituciones como el Instituto Nacional de Administración Pública, el Centro de Investigación y Docencia Económicas, la Escuela Libre de Ciencias Políticas de Puebla, la Universidad Iberoamericana, la Universidad Anáhuac del Sur, la Universidad Nacional Autónoma de México, el Instituto Tecnológico Autónomo de México, la Universidad Veracruzana y las Universidades Autónomas de Tlaxcala, de Puebla y del Estado de México.

Mercadotecnia política, se terminó de imprimir en la ciudad de México durante el mes de septiembre de 1998. La edición consta de 2,000 ejemplares y estuvo al cuidado de la

DIRECCIÓN EJECUTIVA DE CAPACITACIÓN ELECTORAL
Y EDUCACIÓN CÍVICA
DEL
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL