

Universitatea *Andrei Șaguna*

Anul universitar 2019 – 2020

Sem. II

Disciplina: **Marketing politic**

Teme de Referat

1. NOILE MEDIA ÎN SFERA COMUNICĂRII POLITICE
2. DISCURSUL, MESAJUL, SLOGANUL ÎN COMUNICAREA SOCIAL – POLITICĂ
3. ROLUL ȘI IMPORTANȚA MARKETINGULUI ÎN CAMPANIA ELECTORALĂ
4. ROLUL MASS-MEDIA ÎN CAMPANIA ELECTORALĂ
5. ECHIPA DE CAMPANIE – PROBLEME ACTUALE
6. ETICA DIALOGULUI DINTRE POLITICIENI ȘI PRESĂ
7. PROMOVAREA ACTORULUI POLITIC ÎN CAMPANIA ELECTORALĂ
8. BRANDUL POLITIC – IMAGINE ȘI SIMBOLISTICĂ
9. COMUNICAREA DE LA FORMA INTERPERSONALĂ LA CEA POLITICĂ ȘI MEDIATICĂ
10. PERSPECTIVELE PSIHOLOGICĂ ȘI ECONOMICĂ ASUPRA COMPORTAMENTULUI ELECTORAL
11. METODE ȘI TEHNICI DE MARKETING APLICATE ÎN CAMPANIA ELECTORALĂ
12. IMPORTANȚA SONDAJULUI DE OPINIE ÎN SUCCESUL CAMPANIEI ELECTORALE
13. PUBLICITATEA ELECTORALĂ
14. PR POLITIC
15. ROLUL CONSULTANȚILOR POLITICI ÎN CAMPANIILE ELECTORALE

BIBLIOGRAFIE

- Note de curs *Marketing Politic*, autor Nela Mircică
- Mihalache Dan, *Curs de Marketing Politic*, București, 2012
- Munteanu, Ana Maria, *Noile media spațiu - comunicare – limbaj*, Editura Universitară, București, 2015.
- Pripp, Cristina, *Marketingul Politic*, Editura Nemira, București, 2002.