

ÍNDICE GENERAL

PROLOGOS

El libro del colibrí. Jorge Moragas	15
La evolución de las campañas políticas. José Bono	19
Comunicación política e institucional. Manuel Delgado	21
FINALIDAD DEL LIBRO Y FUNCIONES DEL CONSULTOR POLÍTICO	23
LA CONSULTORÍA POLÍTICA Y EL AUGE DE LOS MEDIOS	27

Capítulo I

PUNTO DE PARTIDA DE LA CONSULTORÍA POLÍTICA

1. Introducción	33
2. Punto de partida: comparativa entre Estados Unidos y España	37
3. Observaciones preliminares sobre ambos sistemas	41

Capítulo II

PREPARACIÓN DE LA CAMPAÑA PASOS PRELIMINARES. PLANIFICACIÓN

1. Introducción	43
2. Plan de campaña	44
3. Etapas de la campaña	48
4. El candidato	50

Capítulo III

CREACIÓN DEL GABINETE EJECUTIVO Y EL EQUIPO DIRECTIVO DEL CANDIDATO

1. Introducción	57
2. Gabinete ejecutivo	59
3. Organigrama del gabinete ejecutivo de campaña	62

Capítulo IV

ANÁLISIS DE LAS DONACIONES A PARTIDOS POLÍTICOS EN ESPAÑA

1. Contexto	79
2. Forma y tipos de donación	81
3. Cuantía de la donación	82

Capítulo V

EL PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA

1. Principios básicos	83
2. Tipos de presupuestos	84
3. Consejos para campañas locales y municipales	87

Capítulo VI

ANÁLISIS DE LA LEY ELECTORAL ESPAÑOLA

1. Antecedentes.....	89
2. Sistema D'hondt.....	90
3. Principales modificaciones a la ley electoral.....	94
4. Principales críticas a la LOREG.....	96
5. Propuestas de modificación de la ley electoral.....	97
6. Consecuencias de las modificaciones.....	99
7. Conclusiones.....	99

Capítulo VII

CREACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE UNA MARCA GANADORA

1. Introducción.....	103
2. Conocimiento del electorado.....	104
3. Reglas de juego en marketing.....	109
4. Trabajo de investigación.....	111
5. Conclusiones.....	117

Capítulo VIII

PREPARACIÓN Y EXPOSICIÓN DEL CANDIDATO

1. La imagen del candidato.....	119
2. La construcción de la imagen del candidato.....	121
3. Elementos para la construcción de la imagen.....	123
4. El terreno de juego.....	127
5. Liderazgo.....	128
6. La importancia de la emoción.....	131
7. Estrategia.....	134
8. Preparación de forma (media training).....	135

Capítulo IX

MENSAJE

1. Las cuatro cuadrículas del mensaje.....	139
2. Categorías de votantes.....	141

Capítulo X

TÉCNICAS DE SEGMENTACIÓN Y TARGETING ELECTORAL

1. Introducción.....	145
2. Targeting o segmentación por tendencia histórica de voto.....	147
3. Niveles de segmentación.....	150
4. Ejemplo de segmentación por tendencia histórica de voto.....	155
5. Conclusiones.....	172

Capítulo XI INTERVENCIONES PÚBLICAS: DEBATES, ENTREVISTAS, RUEDAS DE PRENSA Y DISCURSOS

1. Introducción.....	175
2. Elaboración de discursos políticos.....	176
3. Ruedas de prensa y sesiones de preguntas y respuestas	180
4. Debates televisivos entre candidatos a la presidencia del gobierno en España.....	181
5. Preparación de debates televisivos.....	187
6. Debates políticos durante las elecciones municipales y autonómicas del 2011.....	189
7. Ejemplos de debates y entrevistas a candidatos a la presidencia de Estados Unidos	191
8. El mercado de medios en España	193
9. Anuncios televisivos en campañas políticas	196

Capítulo XII ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Introducción.....	199
2. Evolución del panorama de medios en las campañas durante los últimos veinte años.....	203
3. Marketing viral.....	206
4. La importancia de la estrategia digital.....	209
5. Últimas tendencias sobre estrategia digital en campañas políticas.....	210
6. Publicidad on-line	230
7. Análisis de situación de los medios digitales en España.....	232
8. El uso de Twitter por los políticos españoles	243
9. Resumen de las mejores prácticas relativas al departamento de tecnología y a la ejecución de la campaña on-line.....	248

Capítulo XIII LA CAMPAÑA ONLINE DE MARIANO RAJOY EN LAS ELECCIONES GENERALES DE 2011

1. Punto de partida y objetivos de la campaña online de Mariano Rajoy	252
2. Contexto de Internet en España.....	253
3. Identificación de las áreas estratégicas de la campaña online de Mariano Rajoy	254

RELACION DE ANEXOS

Anexo I. Bibliografía	269
Anexo II. Ejemplo del sistema electoral D´Hont.....	271
Anexo III. Resultados elecciones generales del 20 noviembre de 2011.....	275

Anexo IV. Datos electorales históricos de las elecciones generales de los Años 2000, 2004 y 2008	279
BIOGRAFÍA DEL AUTOR.....	281

BIBLIOTECA UNIFE