

# CUPRINS

|  |            |
|--|------------|
| <b>Introducere .....</b>   | <b>VII</b> |
| <b>Capitolul 1. Delimitări conceptuale interdisciplinare<br/>în marketingul politic .....</b>  | <b>1</b>   |
| 1.1. Apariția și evoluția marketingului politic .....  | 2          |
| 1.2. Particularități ale marketingului politic .....   | 7          |
| 1.3. Interferențe între marketingul politic și alte științe sociale .....  | 10         |
| 1.3.1. Elemente de sociologie politică utilizate în marketingul politic ....   | 11         |
| 1.3.2. Elemente de psihologie socială utilizate în marketingul politic ....  | 13         |
| 1.4. Mixul de marketing politic .....  | 16         |
| 1.5. Mixul promoțional în marketingul politic .....  | 22         |
| <b>Capitolul 2. Mixul promoțional și analiza tehnicilor<br/>de promovare politică .....</b>  | <b>26</b>  |
| 2.1. Percepția promovării politice, în viziunea cetățenilor<br>brașoveni și a specialiștilor intervievați .....  | 26         |
| 2.2. Tehnici de promovare în publicitatea politică .....   | 36         |
| 2.3. Marketingul direct și tehnicile de promovare politică .....   | 44         |
| 2.4. Vânzarea personală și tehnicile de promovare politică .....   | 52         |
| 2.5. Promovarea vânzărilor și tehnicile de promovare politică .....  | 60         |
| 2.6. Relațiile publice și tehnicile de promovare politică .....  | 70         |
| 2.7. Studiul atitudinii electoratului din Marea Britanie,<br>aflat la prima votare, privind publicitatea scrisă .....  | 74         |
| <b>Capitolul 3. Mediile promoționale și tehnicile de promovare<br/>în marketingul politic.....</b>   | <b>78</b>  |
| 3.1. Percepția mediilor promoționale în marketingul politic,<br>în viziunea cetățenilor brașoveni și a specialiștilor intervievați .....                           | 79         |
| 3.2. Televiziunea și promovarea politică .....   | 82         |
| 3.3. Radioul și promovarea politică .....  | 90         |
| 3.4. Promovarea politică în presa scrisă .....   | 92         |
| 3.5. Promovarea politică în aer liber .....  | 103        |
| 3.6. Influența dezvoltării tehnologiei informației și comunicațiilor<br>asupra promovării în marketingul politic .....   | 113        |
| 3.6.1. Tehnici de promovare online .....   | 114        |
| 3.6.2. Promovarea politică prin telefon .....  | 124        |
| 3.7. Studiu privind tehnicile de promovare utilizate în promovarea<br>online a actorilor politici pentru alegerile prezidențiale din anul 2009,<br>în România..... | 131        |
| <b>Capitolul 4. Etică și manipulare prin tehnici de promovare<br/>în marketingul politic.....</b>  | <b>147</b> |
| 4.1. Norme morale și juridice ale tehnicilor de promovare<br>în marketingul politic .....  | 147        |
| 4.1.1. Etica în marketingul politic .....  | 147        |

---

|  |            |
|--|------------|
| 4.1.2. Aspecte juridice privind promovarea în marketingul politic .....  | 148        |
| 4.1.3. Relația existentă între norma morală și norma juridică în marketingul politic.....  | 150        |
| 4.1.4. Consecințe ale promovării electorale necontrolate asupra mediului natural - studiu privind alegerile europarlamentare din anul 2009, în România .....   | 152        |
| 4.1.5. Necesitatea implementării și respectării în promovarea politică a unor norme de natură etică și juridică, în viziunea cetățenilor brașoveni și a specialiștilor intervievați .....  | 155        |
| 4.1.6. Propunerea unui cod etic privind utilizarea tehnicilor de promovare a actorilor politici în campaniile electorale pentru alegerile locale, parlamentare sau prezidențiale, precum și în afara acestor campanii electorale ..... | 159        |
| 4.2. Manipularea prin tehnici de promovare în marketingul politic.....   | 162        |
| 4.2.1. Influența sondajelor de opinie în marketingul politic .....   | 163        |
| 4.2.2. Promovarea negativă .....   | 172        |
| 4.2.3. Manipularea consumatorului electoral prin tehnici de promovare aplicate în publicitatea negativă - studiu privind alegerile prezidențiale din anul 2009, în România .....   | 175        |
| <b>Concluzii și contribuții personale .....</b>  | <b>185</b> |
| Concluzii și propuneri privind tehnicile de promovare aplicate în marketingul politic .....  | 185        |
| Contribuții personale privind tehnicile de promovare aplicate în marketingul politic .....   | 191        |
| <b>Bibliografie .....</b>  | <b>199</b> |