

التسويق السياسي

د. صحراوي بن شيحة

جامعة سيدي بلعباس - الجزائر

أ.د. بن حبيب عبد الرزاق

جامعة تلمسان - الجزائر

د. فريد كورتل

جامعة سكيكدة - الجزائر



فهرس المحتويات

9 مقدمة

الفصل الأول: علم السياسة

13 تمهيد

15 المبحث الأول: علم السياسة المفهوم والأبعاد

21 المبحث الثاني: المنظمات السياسية

27 المبحث الثالث: الديمقراطية

31 المبحث الرابع: الانتخابات أساس تحقيق الديمقراطية

39 المبحث الخامس: أسس العملية الانتخابية

47 المبحث السادس: الحملة الانتخابية

الفصل الثاني: نشأة التسويق السياسي وتطوره

59 تمهيد

61 المبحث الأول: التسويق السياسي، المفهوم، النشأة

71 المبحث الثاني: المراحل الكبرى لتطور التسويق السياسي الأمريكي

83 المبحث الثالث: ظهور التسويق السياسي في فرنسا

93 المبحث الرابع: المفاهيم الأساسية للتسويق السياسي

الفصل الثالث: عناصر مزيج التسويق السياسي

103 تمهيد

105 المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للمنتج السياسي

129 المبحث الثاني: التسعير السياسي

133	المبحث الثالث: التوزيع السياسي أو المكان السياسي
145	المبحث الرابع: الترويج السياسي

الفصل الرابع: إدارة التسويق السياسي

175	تمهيد
177	المبحث الأول: وظائف إدارة التسويق السياسي:
181	المبحث الثاني: إدارة الحملات الانتخابية ومهنة التسويق

الفصل الخامس: السوق السياسي

197	تمهيد
199	المبحث الأول: السوق السياسية
203	المبحث الثاني: تجزئة السوق السياسية وخصائصها
211	المبحث الثالث: السوق السياسي المستهدف
219	المبحث الرابع: إستراتيجيات التسويق السياسي
229	المبحث الخامس: اتجاهات تخطيط التسويق السياسي

الفصل السادس: الاتصال وتسويق المنتج السياسي

245	تمهيد
247	المبحث الأول: الاتصال المفهوم الأبعاد
259	المبحث الثاني: وسائل وآليات الاتصال السياسي
275	المبحث الثالث: أنماط عملية الإتصال وإستراتيجياته
285	المراجع باللغة العربية
293	المراجع باللغة الأجنبية