

TEORIA, HISTORIA Y TECNICA DE LA PROPAGANDA POLITICA

Prof. Pere-Oriol Costa

Curso 1.984-85

Índice

1.- Introducción

- 1.1 La Propaganda Política. Definición y alcance
- 1.2 Sujetos de la Propaganda Política
- 1.3 Las Campañas Electorales

2.- Aproximación a la historia de la Propaganda Política

- 2.1. Precedentes
- 2.2 Primera Guerra Mundial
- 2.3 La propaganda nazifascista
- 2.4 Propaganda marxista leninista
- 2.5 La Segunda Guerra Mundial
- 2.6 Aparición de la Propaganda Moderna: el Marketing electoral
- 2.7 La prensa medio de propaganda
- 2.8 La radio como arma política
- 2.9 La Propaganda Política a través de la Televisión
- 2.10 La incorporación de nuevos medios a la Propaganda Política

3.- Dinámica de la Opinión Pública

- 3.1 Los procesos de Opinión Pública
- 3.2 Opinión Pública y problemas políticos contemporáneos

4.- Conocimiento del electorado

- 4.1. Información gratuita sobre el electorado
- 4.2 Génesis y evolución de las encuestas de opinión
- 4.3 Encuestas sobre comportamiento y actitudes electorales
- 4.4 Modelos explicativos del comportamiento electoral
- 4.5 El conocimiento de la Opinión Pública a través de las encuestas.

5.- Las técnicas de la Propaganda Política contemporánea

5.1 Elaboración y planificación de la estrategia electoral

5.2 Ejes y temas de la campaña: el Programa electoral

5.3 Organización y elección de medios

5.4 Asesoría jurídica

5.5 La sede

5.6 El líder y los otros candidatos

5.7 Medios publicitarios

5.8 Televisión

5.9 Radio

5.10 Prensa escrita

5.11 Mítines y otros contactos directos con el electorado

5.12 Impresos

5.13 Seguimiento y control

5.14 El día de la elección

5.15 Economía de las campañas electorales

6.- Psicología social de la Propaganda Política

6.1 Persuasión y persuasión política

6.2 La formación de actitudes

6.3 El cambio de actitudes

6.4 Persuasión a través de los medios de masa

6.5 Líder y seguidores