

Prof. Quim Puig  
Llic. en CCII (Publicitat)  
U.A.B; 1982  
Cod: 5212

Departament de Comunicació Audiovisual  
i Publicitat (C.A.P.)

**TREBALLS DE RECERCA:**

- Tesis "La figura del líder i les relacions amb els seus seguidors"  
(CCII-U.A.B. 1985)
- Tesis doctoral "Los líderes-stars" (CCII-U.A.B. 1989)

**OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:**

Familiaritzar a l'alumne amb el món de la propaganda, resaltant especialment els lligams amb la publicitat en el cas de les eleccions.

**AVALUACIO:**

Dos exàmens parciaus. Un exàmen final.

TEMARI:

I PART "La propaganda electoral de formes publicitàries i la publicitat institucional"

- 1- Existència del màrketing polític i del màrketing electoral
  - 1.1 Definicions de màrketing polític i el màrketing electoral
  - 1.2 Objectius del màrketing electoral
  - 1.3 Els mitjans d'acció del màrketing electoral
  - 1.4 Crítiques étiques i tècniques al màrketing electoral
  - 1.5 Història del màrketing electoral
- 2- Pràctica del màrketing electoral
  - 2.1 Diferents models de màrketing electoral
  - 2.2 Perfil i problemàtica professional
  - 2.3 Paper de la investigació prèvia
  - 2.4 La estrategia: tria dels eixos , temes i blancs
  - 2.5 La selecció dels mitjans i la difusió dels missatges
  - 2.6 Organització i control de les campanyes
- 3- La publicitat institucional
  - 3.1 Concepce d'institució
  - 3.2 Importància de la comunicació entre la institució i el públic
  - 3.3 Tipus de comunicació institucional
  - 3.4 Models de publicitat institucional
  - 3.5 Problemàtica de la publicitat institucional
- 4- El liderat
  - 4.1 Introducció al liderat
  - 4.2 Poder i liderat
  - 4.3 Definició de liderat polític de masses
  - 4.4 Creació d'un líder polític
  - 4.5 Teoria del star-system polític

## PART II "La propaganda política clásica"

### 5- La propaganda

- 5.1 Definició de propaganda
- 5.2 Origen de la propaganda
- 5.3 Història i evolució de la propaganda
- 5.4 Lligams amb la comunicació de masses
- 5.5 Actes considerats com propaganda
- 5.6 La propaganda com procés persuassiu

### 6- La propaganda política

- 6.1 Definició de propaganda política
- 6.2 La propaganda política com legitimació del poder
- 6.3 Ambit d'actuació de la propaganda política
- 6.4 Propaganda política i democràcia

### 7- La propaganda política comunista

- 7.1 Principis propagandístics de Lenin
- 7.2 Técniques i aplicació
- 7.3 El procés polític com acte total de propaganda

### 8- La propaganda política nazi

- 8.1 Principis de Hitler i Goebbels
- 8.2 El carácter autoritari
- 8.3 La rádio i la propaganda política nazi

## BIBLIOGRAFIA:

- 4- A.E.L.C.I. (ed.) I jornadas de publicidad institucional y política  
A.E.L.C.I; Madrid, 1984
- 1- ARBATOV, G. El aparato de propaganda político e ideológico del capitalismo, Akal, Madrid, 1975
- 7- ARCEO VACAS, J.L. Como ganar unas elecciones, Fomento de Bibliotecas, Madrid 1982
- 1-BARRANCO, F.J. Técnicas de marketing político ,Piràmide, Madrid, 1982
- 1- CAYROL, R. La nouvelle communication politique , Larousse, Paris, 1986
- 1- COCKERREL, M. La TV inglesa y los primeros ministros, Planeta, Barcelona 1988
- "Com és un partit polític?" Col. La Rambla nº5, Ed.62, Barcelona, 1978
- 1 -CNVA-CNRS (edd.) Associations et communication, La documentation française, Paris, 1990
- 1 -DOMENACH;J.M. La propagande politique, PUF, Paris, 1979
- 3-DURANDIN,G. La mentira en propaganda política ..y en publicidad, Paidós, Barcelona, 1983
- 2- ELLUL, J. Propagandes, Economica, Paris, 1990
- 0- FROMM,E. El miedo a la libertad , Planeta, Barcelona, 1985
- 1- GOUREVITCH,J.P. La propagande dans tous ses états, Flammarion, Paris, 1981

- 2- HERREROS, M. Teoria y técnica de la propaganda electoral, PPU, Barcelona, 1981
- HITLER, A. Mi lucha, Librum, Barcelona, 1989
- KRIESEL, A. Los grandes procesos en los sistemas comunistas, Alianza, Madrid, 1973
- 1- LENIN, V.I. ¿Que hacer? Akal, Madrid, 1973
- 3- LINDON, D. Marketing político y social, Tecniblan, Madrid, 1977
- 3- LOPEZ GUERRA, L. Las campañas electorales en Occidente, Ariel, Barcelona 1977
- 2- MC GINNIS, J. Como se vende un presidente, Península, Barcelona, 1974
- 4- MORAGAS, M. de (ed.) Sociología de la comunicación de masas II: propaganda política y opinión pública, Gustavo Gili, Barcelona, 1985
- MARK, K. El 18 Brumario de Luís Napoleón, Ariel, Barcelona, 1977
- 1- MORIN, E. Les stars, Editions du Seuil, Paris, 1972
- 1- MUÑOZ ALONSO, A; MONZON, C; ROSPIR J.I; DADER J.L. Opinión pública y comunicación política, Eudema, Madrid, 1990
- NIXON, R. Líderes, Planeta, Barcelona, 1983 → Mecenatge, patrocini i comunicació
- 4- PARES, M. Comunicació, patrocini i mecenatge, PPU, Barcelona, 1991
- (no sé) (1 en consulta) PIZARROSO, A. Historia de la propaganda, Eudema, Madrid, 1991
- (T) PUIG, J. Los líderes-stars, Tesis doctoral, CCII-UAB, 1989
- 1- REICH, W. Psicología de masas del fascismo, Ayuso, Madrid, 1972
- 1- SEGUELA, J. Hollywood lave plus blanc, Flammarion, Paris 1983
- 1- SCHWARTZENBERG ; r.G. L' etat spectacle , Flammarion, Paris , 1977
- 1- SCHMIDT, H. Hombres y poder , Plaza & Janés, Barcelona, 1989
- 3- TAUFIG, C. Periodismo y lucha de clases, Akal , Madrid, 1976
- 1- VARGAS LLOSA; A. El diablo en campaña, Aguilar, Madrid, 1991
- WIECK, W. Los hombres se dejan querer, Urano, Barcelona, 1991