



**Universidad
del Valle de México**

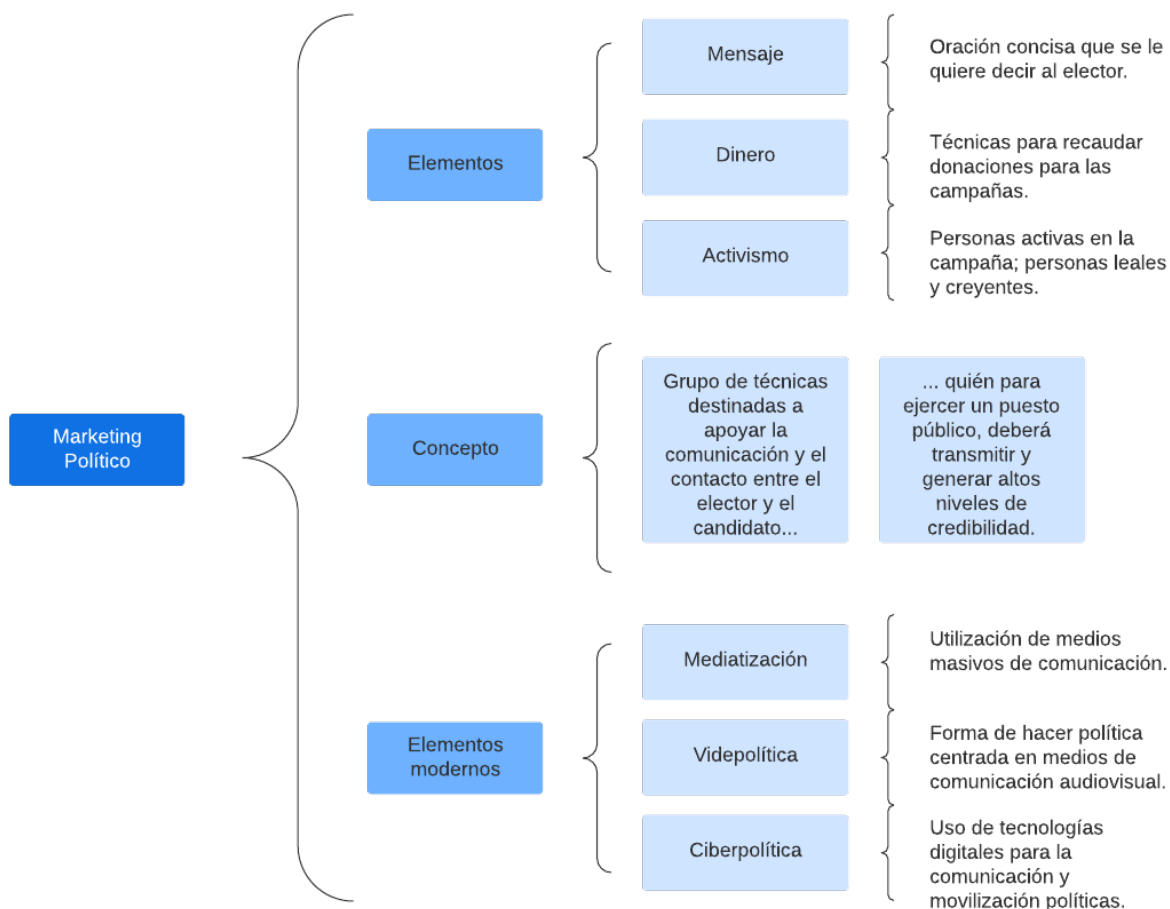
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES®

ACT 1. CUADRO SINÓPTICO

JESÚS EMMANUEL HERMOSILLO RAMÍREZ
MERCADOTÉCNICA POLÍTICA

PROFESORA
LUCIA SANCHEZ NUEVO
09/11/2022

CUADRO SINÓPTICO



Conclusión

Como conclusión me gustaría reflexionar respecto a la importancia que ha jugado la mercadotecnia política en la toma de decisiones del electorado. Quiero destacar que el desarrollo de estrategias bien establecidas son las que en gran medida dictan quienes son aquellos candidatos que deberán gobernar; esto debido a la capacidad de persuasión y conexión que genera sobre su público objetivo.

Referencias

- Marqués, J. (2016). *Política y propaganda. Medios de comunicación y opinión pública* [versión electrónica]. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/vallemexicosp/reader.action?docID=4721954&query=target+pol%C3%ADtico>
 - Viounnikoff-Benet, N. (2018). *La imagen del candidato en la era digital* [versión electrónica]. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/vallemexicosp/reader.action?docID=5513913&query=mercadotecnia+y+politica>
 - Cárcamo-Solís, M., Carrete-Lucero, L., Álvarez-Castañón, L. y Arroyo-López, M. (Coord.). (2016). *Sobre la responsabilidad social empresarial, estudios de caso en México* [versión electrónica]. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/vallemexicosp/reader.action?docID=5349856&query=mercadotecnia+y+etica>
-