

MARKETING POLÍTICO: A IMPORTÂNCIA EM UMA DISPUTA ELEITORAL

Dênis Marques de Moura Leite¹
Rondon Ferreira Rezende²
Fábio Trescher de Souza³

Com esta pesquisa, busca-se avaliar a importância do marketing político junto ao pleito eleitoral, procurando um melhor entendimento da prática do marketing na política dando ênfase nas técnicas que farão a diferença numa disputa pelo voto. Esse estudo buscou verificar se o marketing político tem oferecido vantagens para os candidatos que procuram esse auxílio, identificar as ações necessárias para o desenvolvimento de uma campanha política, observar a transformação que o marketing político vem fazendo e detectar como o marqueteiro deve se posicionar e agir numa disputa eleitoral. O tema marketing político foi escolhido para ser trabalhado como atividade acadêmica, por se tratar de um tema pouco explorado em nossa região, sendo uma área com grandes oportunidades e com poucos profissionais capacitados para desenvolver este trabalho na política estadual, para isso utilizou-se estudos bibliográficos e eletrônicos de autores profissionais que atuam diretamente na política. Esta pesquisa dará um conhecimento mais profundo sobre marketing político, dando melhor entendimento deste mercado, e que sirva como auxílio as demais pessoas que tiverem interesse em buscar mais detalhe sobre o assunto para uma atuação eficaz nesta área, deixando de cometer erros primários que acontece numa disputa eleitoral. A falta de profissionais preparados nas campanhas faz as disputas tomarem rumos que os eleitores não se agradam e na grande maioria a situação é irreversível. Busca ter uma visão ampla sobre este mundo de estratégias que é o marketing político a compreensão de como montar uma boa equipe para trabalhar e de suma importância para ter sucesso na carreira política. Com isso constatou-se que não há mais espaço para o amadorismo em disputas eleitorais, não se pode vencer uma eleição sem um bom trabalho de marketing, é necessário um completo estudo que começa desde a vida do candidato até o perfil do eleitor, para que o marqueteiro possa definir as estratégias a serem tomadas.

Palavras-chave: Conhecimento. Planejamento. Posicionamento.

¹ Acadêmico do 7º período do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do CEULJI/ULBRA. E-mail: denismarq@hotmail.com

² Acadêmico do 5º período do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do CEULJI/ULBRA. E-mail: ferreirimhaopo@hotmail.com

³ Professor orientador. Centro Universitário Luterano de Ji-Paraná. E-mail: fabiotrescher@hotmail.com