



КУРСОВА РАБОТА

НА ТЕМА:

**ПРЕЗИДЕНТСКИТЕ КАМПАНИИ В САЩ – ДОБЪР
ПОЛИТИЧЕСКИ МАРКЕТИНГ ИЛИ ШОУ ПРОГРАМА?**

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

УВОД

Не е имало по-голяма маркетингова история през 2016 г. от тази на Доналд Тръмп, чиято кулминацията беше президентската победа в САЩ, която шокира света. Дневният ред на спорният Републикански кандидат доминира с новини и възмутителни изявления относно имиграцията, огнестрелните оръжия, външната политика и не само.

Неговото издигане от политическа гледна точка потвърждава тенденцията, наблюдавана в други западни страни, че откритостта на непознати политически аутсайдери е в състояние да оспори и дори победи утвърдени политически фигури. Но неговата кандидатура за Белия дом също разкрива силата на PR и маркетинговите подходи във време, в което политическите кампании се е считало, че трябва да се основават на точно сегментиране, микро-фокусиране и масов активизъм.

Стратегиите на Тръмп и Хилъри Клинтън не биха могли да бъдат разграничени значително. Клинтън, с политическа история като бивш държавен секретар и американски сенатор, се е стремяла да проектира образ на спокойствие, компетентност и контрол. Лозунги като "Заедно" и нейния статут като първата жена, номинирана от една от двете основни партии, са отразявали приобщаващия тон на нейната кампанията.

От другата страна е Тръмп, който е отказвал да играе по правилата на политическата игра. Вместо да разчита на внимателно планирани съобщения и политики, той е разчитал на подход на импровизиране.

Неговата готовност да обиди, съчетан с перчене и самоувереност, е направил Тръмп да се „изстреля“ в средствата за масова информация и по този начин е създал силна база за подкрепа сред разочарованите американци, които са считали, че са били изоставени от политическата и икономическата система.

1. Основни маркетинг активности в кампанията

Тръмп е известен със своя бизнес нюх, което се е оказало и ключова съставка за кампанията му и в този аспект, той е познавал значението на онлайн репутацията.

- Пренебрегване на правилата на социалните медии

Тръмп е създал социално медийна стратегия, която е била предвестник на това, че той ще пренесе бизнес практиката в политическото поле. Имайки предвид, че толкова много хора имат достъп до своите профили ежедневно е важно за всяка публична личност да защити своята репутация.

Поради тази причина, общият етикет в социалните медии изисква:

- Да не са казват негативни неща за състазието