

LexisNexis publie *Communication et marketing de l'homme politique*

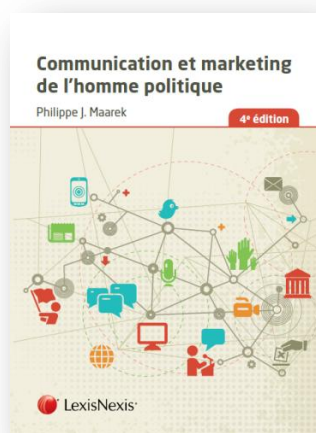
Personnalisation des campagnes politiques, avènement des réseaux sociaux, fiabilité et impact des sondages d'opinion... cet ouvrage de référence en communication politique aborde tous les rouages des campagnes électorales nationales et locales

Paris, le 8 janvier 2014 - À quelques mois des élections municipales et européennes, LexisNexis publie la 4^e édition de *Communication et marketing de l'homme politique*, ouvrage de décodage des techniques du marketing politique en période de campagne, rédigé par Philippe J. Maarek, docteur d'Etat en Science Politique et spécialiste de la communication politique.

Les campagnes électorales vues de l'intérieur

Dans cet ouvrage pratique et accessible, Philippe J. Maarek revient sur l'histoire du marketing politique en France comme aux Etats-Unis, et pose son œil de spécialiste sur les techniques qui ont fait les succès et les défaites des hommes politiques français jusqu'aux dernières présidentielles.

Au fait des nouveaux usages, cette 4^e édition s'attarde sur l'impact du web sur la communication politique, tout particulièrement en termes de capacité de mobilisation.



Communication et marketing de l'homme politique consacre également un chapitre entier aux particularités des campagnes locales.

À cette occasion, vont se poser deux questions dont le lecteur trouvera le décryptage dans l'ouvrage : celle de la coexistence avec les campagnes nationales, et l'adaptation des modes de communication aux exigences de proximité des électeurs.

Destiné tant aux étudiants en sciences politiques qu'aux militants et aux hommes politiques, *Communication et marketing de l'homme politique* convient également à toute personne désireuse de comprendre les rouages qui amènent nos gouvernants au pouvoir.

L'auteur

Docteur d'Etat en Science Politique, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Paris Est, **Philippe J. Maarek** a été Président de la Section de Recherches en Communication Politique de l'Association Internationale d'Etudes et de Recherches en Information et Communication après avoir présidé le Comité de Recherches similaire de l'Association Internationale de Science Politique. Il publie régulièrement en collaboration avec les plus grands spécialistes internationaux du domaine, en français ou en anglais.

4^e édition – 545 pages - 978-2-7110-16181 – en librairie le 16 janvier 2014 - 32€

À propos de LexisNexis® en France – www.lexisnexis.fr

Editeur juridique de référence, LexisNexis est un acteur majeur dans les services d'information et les solutions de gestion pour les professionnels. Ses activités couvrent cinq domaines : l'information et l'édition juridique, la diffusion de la presse et de l'information économique et financière sur internet, les formations et conférences, et les logiciels de gestion à destination des professionnels. L'entreprise s'appuie sur une expertise éditoriale centenaire et sur une technologie de pointe pour apporter aux professionnels une vaste gamme de produits et services réputés : JurisClasseur, D.O, LexisNexis Business, Lexis360.fr, etc.

Suivez l'actualité de LexisNexis sur les réseaux sociaux

Twitter [@LexisNexisFr](https://twitter.com/LexisNexisFr) - Facebook [LexisNexis France](https://www.facebook.com/LexisNexisFrance)

Contact Presse : Nathalie Beauvillain - 01 71 72 47 79 - nathalie.beauvillain@lexisnexis.fr
