Je cherche de la documentation sur la manière dont l'appareil politique se sert des nouvelles technologies dans lsa stratégie de communication/marketing



CC0 Public Domain,
via Pixabay

je suis à la recherche de documentation au sujet d'un mémoire que je prépare actuellement, qui traite de la manière dont l'appareil politique se sert des nouvelles technologies dans sa stratégie de communication/marketing. Mais aussi (documentation/ouvrage etc..) sur les particularités du chargé-e de communication politique.

Notre réponse du 22/05/2017

Livres

Voici une petite sélection d'ouvrages utiles pour ce sujet abondamment traité par les spécialistes :

Communication et marketing de l'homme politique
http://catalogue.bpi.fr/permalien/document?doc=1202406%3B5%3B0

Marketing et communication politique : théorie et pratique
http://catalogue.bpi.fr/permalien/document?doc=1077488%3B5%3B0

Sondages d'opinion, la fin d'une époque : de l'aide à la décision au marketing politique
http://catalogue.bpi.fr/permalien/document?doc=528813%3B5%3B0

La fabrique de présidents : Spin doctors : la gouvernance de l'ombre
http://catalogue.bpi.fr/permalien/document?doc=1057621%3B5%3B0

Twittus politicus : décryptage d'un média explosif
http://catalogue.bpi.fr/permalien/document?doc=1136711%3B5%3B0

Le marketing politique
http://catalogue.bpi.fr/permalien/document?doc=1081974%3B5%3B0

Le marketing politique : stratégies d'élection et de réélection
http://catalogue.bpi.fr/permalien/document?doc=1194951%3B5%3B0

L'internet et la démocratie numérique
Philippe Ségur et Sarah Périé-Frey (dir.)
http://books.openedition.org/pupvd/2748 (ouvrage numérique consultable gratuitement à la Bpi)
(Voir partie : L'Internet comme outil de marketing politique p. 65-76)

Les gourous de la com' dérapent : grandeur et décadence des conseillers de l'ombre
http://catalogue.bpi.fr/permalien/document?doc=1342592%3B5%3B0

La communication politique de la présidentielle de 2007 : participation ou représentation ?
http://catalogue.bpi.fr/permalien/document?doc=873949%3B5%3B0

Ailleurs :

Marketing et communication politique
Edelbloude, J., Cailleba, P., Barquissau, E., Dosquet, F., Castéran, H., & Schlenker, L. (2017).
2e édition. Éditions EMS.
Disponible dans bibliothèques universitaires : http://www.sudoc.fr/199611572

Articles

Quelques articles issus de plateformes numériques accessibles à Bibliothèque publique d'information (Bpi) :

1) Delphes
Plus de 500 000 références à portée de clic sur la vie et la gestion de l'entreprise, l'activité et les chiffres-clés des marchés, les entreprises leaders et challengers, les secteurs porteurs, les tendances et les innovations, la situation économique régionale, nationale et internationale ! (…)
Les résumés d'articles comme les dossiers thématiques sont téléchargeables et imprimables. Il est également possible de demander la création d'alertes personnalisées.:

La « civic tech » peut-elle réinventer la politique ? (pdf consultable via Delphes)
L'Expansion – décembre 2016 – janvier 2017 – n° 820 – pp 88-91
Applications mobiles, algorithmes, plateformes sociales et citoyennes… focus sur les changements qui s'annoncent dans les règles du jeu politique et démocratique, en France, avec le développement des modes d'expression et de communication digitaux et l'émergence de start-ups positionnées sur la sphère politique. De nouveaux acteurs de la vie politique et de nouveaux outils qui visent à utiliser le numérique pour aider les politiques dans le cadre de leurs campagnes, pour réinventer la relation entre les citoyens et leurs élus, voire même pour porter une voix commune au plus haut niveau. Une nouvelle branche économique également, le marché des « civic

Elections municipales. Le web en campagne prend la clé des

champs
Source : *L'informaticien*
mars 2014 – n° 122 – pp 12-14, 16, 18-21
Dossier consacré, à la veille des élections municipales en France en 2014, à la communication numérique des candidats. Ces derniers proposent des sites allant du plus simple au plus sophistiqué, pour présenter leur équipe, leur programme et leur actualité. Ils misent sur une mise en page épurée et efficace, et sur la présence sur les réseaux sociaux. Les sites les plus performants relèvent le plus souvent de candidats issus de formations politiques les plus marginales ou les plus récentes. Autres points abordés : les risques du vote électronique ; la mobilisation du parti pirate pour les élections municipales. Pas de chiffres.

2) Open Edition

Open Edition : 350 revues universitaires, des collections de livres, des carnets de recherche, un agenda en sciences humaines et sociales. L'abonnement de la bibliothèque permet d'accéder aux documents au format PDF, d'ouvrir un compte personnel et de créer ses alertes.
& Cairn.Info est une plate-forme de revues, magazines, encyclopédies de poche et ouvrages collectifs français dans les disciplines suivantes : sciences politiques et sociales, sociologie, histoire contemporaine, linguistique et philosophie, psychologie, sciences de l'éducation, économie et gestion :

« Facebook, un nouvel outil de campagne : Analyse des réseaux sociaux et marketing politique »
Mercanti-Guérin Maria,
La Revue des Sciences de Gestion, 2010/2 (n°242), p. 17-28.
DOI : 10.3917/rsg.242.0017.
URL : http://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2010-2-page-17.htm

« Marketing politique et big data »

Bille Jacques, , Commentaire, 2015/2 (Numéro 150), p. 307-314. DOI : 10.3917/comm.150.0307.
URL : http://www.cairn.info/revue-commentaire-2015-2-page-307.htm

« Les campagnes électorales sur Internet : une comparaison entre France et Québec »
Bastien Frédéric, Greffet Fabienne,
Hermès, La Revue, 2009/2 (n° 54), p. 211-219.
URL : http://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2009-2-page-211.htm

« Les municipalités à la conquête des réseaux sociaux. Mais pour quoi faire ? »
Ewa Krzatala-Jaworska,
Communication et organisation [En ligne], 43 | 2013, mis en ligne le 01 juin 2015,
URL : http://communicationorganisation.revues.org/4151
DOI : 10.4000/communicationorganisation.4151

Pour aller plus loin : consulter différentes bases de données sur le Web :

Google Scholar
Google Scholar permet d'effectuer une recherche portant sur des travaux universitaires : articles revus par des comités de lecture, thèses, livres, résumés analytiques et articles.Des sources provenant des éditeurs scientifiques ou sociétés savantes, de sites d'archives ouvertes, des universités et des organisations de recherche.

Isidore
ISIDORE est une plateforme et un moteur de recherche permettant la recherche et l'accès aux données numériques et numérisées de la recherche en sciences humaines et sociales développée par l'infrastructure Huma-Num.

Theses.fr
Moteur de recherche des thèses françaises, theses.fr propose l’accès aux thèses de doctorat soutenues ou en préparation. Grâce à son moteur de recherche …

Cordialement,

Eurêkoi – Bibliothèque Publique d’Information