El Marketing Político del 2012 en las Elecciones Federales.

Una perspectiva desde el mal manejo de la estrategia en campaña electoral en los candidatos presidenciales.

Abstracts:

Resumen: La presente investigación aborda el tema del mal manejo del Marketing político cibernético, siendo una estrategia elemental de las actuales campañas electorales. Un ejemplo de ello, son las elecciones federales del 2012 en México, en donde el internet toma un papel activo importante, pues evidencia los desaciertos de los candidatos, dejando entre dicho el tipo de gobierno que nos podrían ofrecer si llegaran a los Pinos. Dichos desaciertos llegando a ser *Trending topic* en redes sociales, pues es bien sabido, que la estrategia globalizante del internet hace que la información llegue en segundos a distintos puntos territoriales, informando así, a la población internauta de lo sucedido en cualquier punto del mundo.

Keys Words:

Palabras claves: Marketing Político, cibernético, campañas federales, estrategia, electorado