Основна СХЕМА на ПОЛитическия МАРКЕТинг

Автор: проф. Михаил Мирчев, 2020

- **Интереси и Ценности**, които стоят в основата на различните партии и идеологии, на сблъскващите се на „пазара“ политически партии и техните лица, лидери и говорители
- **Идейно и политическо позициониране** на партиите – политически семейства, български и европейски, световни и глобалистки
- **Политическите организации** и властовата им вграденост
- Личностната **персонификация**
- **Целите –** стратегически и ситуативни, „дърво на целите“ при всяка изборна и политическа ситуация, в контекста им, при наличните възможности и ограничители
- **Критерии за успех** в избори, при възход, след мандат във властта, …
- **Минало и перспективи**, идентичност и промяна, образ или стигма, енергия за успех или умора

