

## Анотація до курсу «Політичний маркетинг»

Програма вивчення навчальної дисципліни вільного вибору «Політичний маркетинг» є складовою освітньо-професійної програми підготовки фахівців за освітньо-кваліфікаційним рівнем магістр.

**Мета вивчення курсу:** ознайомлення з актуально-практичними та науково-прикладними основами зв'язків з громадськістю, підготувати конкурентоспроможні кадри в галузі соціальної комунікації.

### Структура курсу.

**Змістовий модуль 1.** Основи та концепції політичного маркетингу. Політичний маркетинг. Основні дефініції. Політична комунікація. Політичний процес та його основні компоненти. Ринкова термінологія в політиці. Цільова аудиторія в політичному маркетингу. Політична психологія.

**Змістовий модуль 2.** Політичні маркетингові стратегії. Політичні маркетингові стратегії. Аналіз українського політичного ринку Іміджбїлдінг в політичному маркетингу. Бенчмаркінг як складова політичного маркетингу. Партійне будівництво в Україні. Політичний дизайн. Виборчі кампанії. Керування виборами кампаніями. Електоральний маркетинг. Політичні проекти.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

#### *знати:*

- основні поняття, тлумачення і терміни політичного маркетингу;
- принципи, функції і завдання політичного маркетингу;
- структуру політичного маркетингу;
- методи та інструменти політичного маркетингу;
- ринок ЗМК;
- методи та інструменти політичного маркетингу;
- концептуальні підходи до політичного маркетингу;
- політичні технології та маркетингову діяльність.

#### *вміти:*

- розбиратися в сучасних процесах політичного маркетингу;
- формувати ефективні комунікації політичного маркетингу;
- аналізувати політичні процеси;
- планувати та реалізовувати сучасні політичні маркетингові стратегії;
- оволодіти навичками інтегрованих комунікацій;
- оволодіти навичками електорального PR.

#### **Корисні джерела:**

1. 1.Бабак М. П. Використання комунікативних методів побудови політичного іміджу з ЗМІ // Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики, 2007. – 215 с.

2. 2. Деркач А.А., Жуков В. И. Лаптев Л.Г. Психология политики. : М. : Альпина Паблишер, 2013.
3. 3. Катлип С., Скотт М., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз: теория и практика. : Пер. с англ.. : Уч. пос. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2008. — 624 с.
4. 4. Колесников В.Н., Семенов В.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. — СПб. : Питер, 2013. — 336 с.
5. 5. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Пер. с англ.. — Х. : Изд-во «Гуманитарный Центр», 2010. — 310 с.
6. 6. Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии. 3-е (8-е) изд., исправл. и дополн. — М. : ИП ИД «Русская панорама», 2012.
7. 7. Матвеечев О., Гусев Д., Чернаков С., Хазеев. Уши машут ослом. Современное социальное программирование. 2-е изд., исправленное и дополненное. — СПб. : Питер., 2013.
8. 8. Моррис Дик. Новый государ. Новая версия Макиавелли двадцать первого века / Пер. с англ. — Группа компаний «Никколо-М», 2003. — 224 с.