

Аннотация по дисциплине Б1.В.ДВ.01.01 «ОСНОВЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы (108 часов, из них – контактных 68,2 часа, 68 часа аудиторной нагрузки: лекционных 16 ч., практических 48 ч., 4 часа КСР; 0,2 часа ИКР, 39,8 часов самостоятельной работы).

Цель освоения дисциплины.

Формирование знаний, умений и навыков в области политического маркетинга для их использования в профессиональной деятельности в сфере организации работы с молодежью, позиционирования субъектов молодежной политики в обществе.

Задачи дисциплины:

- освоение студентами знаний об особенностях и технологиях политического маркетинга, формирование системных представлений о комплексе маркетинговых коммуникаций;
- формирование и развитие практических умений использования технологит политического маркетинга для выявления проблем и осуществления профессиональной деятельности в области работы с молодежью;
- формирование навыков научного анализа процессов и явлений в сфере политического маркетинга в молодежной среде; развитие практических навыков, необходимых для реализации и оценки проектов политического маркетинга в профессиональной сфере.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Основы политического маркетинга» относится к блоку дисциплин по выбору вариативной части ООП бакалавриата по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью. Для освоения данной дисциплины студент должен получить знания по следующим дисциплинам: «Социология», «Политология». «Основы экономики». Знания, полученные при изучении данной дисциплины, помогут обучающимся в освоении дисциплин: «Менеджмент в молодежной политике», «Региональная и муниципальная молодежная политика», «Менеджмент НКО», «Проектирование в молодежной политике», «PR и реклама в молодежной сфере».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся
профессиональных компетенций ПК 18, ПК 26, ПК 27

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК 18	Умением использовать социальные технологии в выявлении проблем в политических и общественных движениях молодежи	Знать основные виды маркетинговых коммуникаций и их особенности, структуру	Уметь осуществлять маркетинговую коммуникацию в ее основных видах, анализировать	Владеть навыками научного анализа процессов и явлений для выявления проблем в политических

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			коммуникативного действия	политическую рекламу.	и общественных движениях молодежи
2.	ПК 26	Готовностью использовать социальные технологии в выявлении проблем в политических и общественных движениях молодежи	Знать основные теоретические подходы в исследовании политического маркетинга, структуру маркетингового комплекса	Уметь использовать методы диагностики проблем в молодежной сфере при проведении проектов политического маркетинга	Владеть навыками верификации и структурирования информации в политическом маркетинге в молодежной среде
3.	ПК 27	Готовностью использовать социально-технологические методы при осуществлении профессиональной деятельности	Знать базовые стратегии и технологии политического маркетинга; возможности и ограничения маркетингового подхода в профессиональной деятельности в сфере работы с молодежью. Знать нормативные документы в сфере политического маркетинга	Уметь обоснованно использовать маркетинговый подход в профессиональной деятельности, грамотно определять стратегии и технологии политического маркетинга	Владеть практическим и навыками, необходимым для реализации и оценки маркетинговых проектов в профессиональной сфере

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (очная форма)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	КСР	
1	Понятие политического маркетинга. Комплекс маркетинговых коммуникаций.	6	2	2		4

2	Молодежь как целевая группа политического маркетинга. Молодежные организации как субъекты политического маркетинга.	8	2	4		2
3	Роль маркетинговых технологий в выявлении и решении проблем молодежных движений.	8	2	4		2
4	Структура и особенности маркетингового комплекса (5Р)	6	2	2		4
5	Основные методы маркетинговых исследований	8		4		4
6	Системный подход к маркетинговым проектам. Стратегии и технологии политического маркетинга.	10	2	6		4
7	Учет возрастных, социокультурных и территориальных особенностей в политическом маркетинге. Политика идентичности.	8		4		2
8	Политические рынки и их сегментирование.	6	2	2		2
9	Политическая реклама в системе политического маркетинга.	6		4		4
10	Территориальный маркетинг и формирование имиджа страны/региона.	10	2	6		4
11	Социальная реклама: эволюция, современное состояние и проблемы развития. Социальная реклама как технология политического маркетинга	10	2	6		2
12	Презентация итоговых проектов	10		4		5,8
13	КСР	4			4	
14	ИКР	0,2				
	ИТОГО	108	16	48	4	39,8

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*

Вид аттестации: зачет.

Основная литература

Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438>

Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. М.: Аспект-пресс, 2014.

Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 294 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01470-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454102>

Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Ф. И. Шарков ; Международная акад. бизнеса и управления, Ин-т современных и коммуникационных систем и технологий. - М. : Дашков и К° : Альтехсофт "Изд-во Шаркова", 2012. - 324 с. - Библиогр. : с. 320-324. - ISBN 9785394007927 : 244.00.

Колесников В.Н. Политический менеджмент : учебное пособие для студентов вузов / Колесников, Владимир Николаевич, В. А. Семенов ; В. Н. Колесников, В. А. Семенов. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2013.

Автор РПД – доктор философских наук, профессор Морозова Е.В.