

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Основы политического маркетинга»

Направление подготовки/специальность 41.03.04 Политология

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины:

Сформировать у студентов углубленные теоретические знания и практические навыки в области технологий политического маркетинга для организации консультирования субъектов публичной политики и самостоятельной реализации маркетинговых коммуникаций в политической сфере.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов представление о системе политического маркетинга и ее компонентах;
- развить навыки планирования маркетинговых коммуникаций в деятельности органов государственной власти, местного самоуправления, политических партий, бизнес-структур, СМИ;
- сформировать у студентов знания в области процедур и технологий консультационной деятельности и организации консультирования;
- сформировать навыки организации и проведения мероприятий политической направленности с учетом территориальной специфики.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01 «Основы политического маркетинга» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-1, ПК-4.

Основные разделы дисциплины:

Теоретические основы маркетинговых коммуникаций,
Политический маркетинг в системе социального маркетинга,
Система политического маркетинга и ее компоненты,
Политический маркетинг и политическая реклама,
Коммуникативные основы и инструментарий политического маркетинга,
Социокультурные и территориальные особенности маркетинговых коммуникаций.

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор: Сазантович А.Б., к.п.н., доц.