Навчальна дисципліна

**«ПОЛІТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ»**

***Анотація дисципліни***

Семестр: 2 семестр магістратури

Викладач: доц. Кушнір Т.М.

Кафедра: маркетингу

Короткий опис дисципліни:

**Метою вивчення дисципліни** «Політичний маркетинг» є формування у студентів знань про природу, функції, моделі, технології організації політичного маркетингу, критерії та методи оцінювання їхньої ефективності.

**Завдання:** Основними завданнями дисципліни є:

• отримання здобувачами умінь та навичок з використання конкретних методів аналізу, планування, організації та оцінювання ефективності технологій та інструментів політичного маркетингу й його комунікацій;

• розширення у студентів професійного кругозору, розуміння ролі та значення маркетингу, комунікативних технологій у забезпечені й реалізації політичної діяльності.

• ознайомлення зі специфікою функціонування політичного ринку, виборчої інженерії та політичного рекламування;

• з’ясування загальних вимог до розробки стратегії і тактики виборчої кампанії.

В результаті вивчення даного курсу студент буде:

**знати:**

• основні теоретичні засади та базові категорії політичного маркетингу;

• структурні елементи системи політичного маркетингу;

• специфіку функціонування складових елементів політичного ринку;

• маркетингові технології та інструменти, що застосовуються в політичному маркетингу;

• особливості реклами та PR у політичному маркетинг;

• причини виникнення, сутність, типологію та шляхи врегулювання політичних конфліктів.

**вміти:**

• використовувати здобуті знання для аналізу політичного ринку;

• аналізувати тенденції розвитку політичного ринку;

• адаптовувати маркетингові інструменти до умов конкретного політичного об’єкту;

• виявляти сильні і слабкі сторони передвиборчої політичної реклами політичних партій та лідерів;

• викривати характер «чорного PR» у політичній рекламі виборчої кампанії;

• орієнтуватися в прийомах, методах і засобах формування та створення у суспільній свідомості бажаного іміджу політичних суб’єктів;

• виявляти елементи соціотехніки політичного маркетингу;

• прогнозувати суспільно-політичні явища.