**Теми семінарських занять**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № змістового  модуля | Назва теми | Кількість  годин | | Згідно з  розкладом |
| о/д.ф. | з.ф. |  |
| 1 | Тема 1. Концептуальні засади політичного маркетингу  1. Предмет політичного маркетингу.  2. Політична соціологія, як теоретична основа політичного маркетингу.  3. Складові політичного маркетингу та місце соціології та соціологічних досліджень в системі побудови та реалізації концепцій політичного маркетингу.  4. Етапи становлення та сучасні концепції політичного маркетингу.  5. «Політична соціологія» П. Бурдье.  6. Етапи розвитку політичного маркетингу.  7. Сучасний стан та проблеми даного наукового напрямку. |  | 0,5 | *щотижня* |
| 2 | Тема 2. Політичний маркетинг: сутність і головні напрямки реалізації  1. Мікро- і макросередовище політичного маркетингу.  2. Зміст та головні напрямки організації політичного маркетингу.  3. Виборчі технології та їх місце в політичному маркетингові.  4. Ринкові відносини в політичні сфері.  5. Політичне прогнозування та інженерія.  6. Особливості сучасного стану дослідження політичного маркетингу та погляди на його складові.  7. Політичний ринок і його сегментація.  8. Політичний «товар» і його позиціювання.  9. Споживачі політичного «товару» та їхня мотивація. Політична реклама та PR. |  | 0,5 | *щотижня* |
| 3 | Тема 3. Виборчі та політичні технології  1. Політичний маркетинг, як основа сучасних виборчих технологій.  2. Виборчий маркетинг.  3. Політичні технології: види та особливості застосування.  4. Виборчі технології сучасності: поняття та особливості.  5. Взаємозв’язок політичного маркетингу та виборчих технологій.  6. Маркетинг виборів та маркетинг влади. Влада та її місце в політичній науці та практиці.  7. Легітимність влади. Способи забезпечення легітимності. Вибори та влада.  8. Маркетинг виборчої кампанії та політична реклама. Маркетинг влади в сучасних умовах. |  | 0,5 | *щотижня* |
| 4 | Тема 4. Політичний маркетинг в практиці державного управління  1. Технології реалізації політичної влади. Поняття політичної влади. Ресурси та види влади.  2. Природа владарювання. Особливості здійснення владарювання. Місце та рол політичного маркетингу у системі владних відносин.  3. Державне управління та політичний маркетинг.  4. Специфіка використання методів політичного маркетингу в системі державного управління.  5. Види політичного маркетингу в системі державного управління.  6. Комунікація та маркетинг в державному управлінні.. |  | 0,5 | *щотижня* |
| Разом | |  | 2 |  |