

Заняття 2.

Особливості політичної маркетингової діяльності.

План.

1. Специфіка функціонування політичного маркетингу.
2. «Політичний ринок» та «політичний товар».
3. Етапи політичного маркетингу.
4. Політичний маркетинг-mix (4P, 7P, 4C).
5. Взаємозв'язок політичного маркетингу та виборчих технологій.

Література.

1. Балашова А.Н. Технологии избирательной компаний в западной политической науке // Вестник МГУ. Серия 12. Политические науки. – 2000. - №2.– С.62-79.
 2. Бебик Валерій Михайлович. Політичний маркетинг і менеджмент / Міжрегіональна академія управління персоналом. - К., 1996. - 144с.
 3. Бебик В.М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг: Навч.-метод. посіб. – К.: МАУП, 2001. – 216 с.
 4. Джабасов А.А. Политические технологии избирательной компании: проблема категориального осмысления // Вестник МГУ. Серия 12. Политические науки. – 2000. – №2.– С.56-61.
 5. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. – М.: “Российская политическая энциклопедия” (РОССПЭН), 1999. – 247 с.
 6. Прикладна політологія: навч. посіб./ За ред. В.П. Горбатенка. – К.: ВЦ «Академія», 2008. – 472 с.
 7. Пшизова С.Н. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе (I) // Полис. – 2000. - №2.
- Додається в електронному варіанті