

Аннотация рабочей программы дисциплины «Политический маркетинг»

Дисциплина «Политический маркетинг» является частью цикла дисциплин по выбору подготовки студентов по направлению 38.04.02 «Менеджмент», уровень высшего образования – магистратура, магистерская программа «Стратегический маркетинг». Дисциплина реализуется на факультете государственного управления МГУ имени М.В.Ломоносова кафедрой политического анализа.

Дисциплина нацелена на формирование компетенций: владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; знать и уметь использовать на практике основные понятия и категории современного маркетинга; владеть методологией и методиками маркетинговых исследований различных рынков и сфер общественного производства и потребления.

Основной целью данной дисциплины является формирование у студентов системы знаний об условиях и способах применения маркетинговых технологий в политике. В рамках курса студенты знакомятся с политическим маркетингом, во-первых, как с особым теоретико-методологическим подходом к исследованию политических процессов; во-вторых, как с особым видом управленческой деятельности в политике, используемом при решении задач политического влияния в конкурентной политической среде. Студенты знакомятся с понятиями политический маркетинг, маркетинговая политическая кампания, политические маркетинговые технологии, политическое позиционирование, осваивают технологии проектирования политических маркетинговых кампаний на примере избирательных кампаний, изучают теоретические основы политических маркетинговых технологий, мировую и отечественную практику их использования. Особенностью курса является привитие студентам умений использовать полученные теоретические знания и освоенный методологический инструментарий для оценки реальных политических ситуаций в России, для выработки управленческих решений в политических маркетинговых кампаниях. В процессе обучения студенты работают над проектом политической маркетинговой кампании, что необходимо для формирования умений и навыков использования маркетинговых технологий при решении конкретных политических задач, а также для развития их креативного потенциала.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, презентации концепции прикладного исследования и проектной работы; промежуточный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (2 часа), семинарские занятия (30 часов) и 40 часов самостоятельной работы студента.