**ВВЕДЕНИЕ**

Курс «Политический маркетинг» выступает важным элементом в системе подготовки конкурентоспособных специалистов-политологов и призван способствовать совершенствованию профессиональной культуры отечественных политических маркетологов, их образованию и самообразованию.

Преподавание «Политического маркетинга» связано с другими курсами основного учебного плана и каталога элективных дисциплин специальности «6M050200-Политология»: **«**Государственное управление», «Государственная служба в РК», «Организация научных исследований» и др.

В курсе «Политический маркетинг» системно рассматриваются вопросы, раскрывающие сущность и содержание политического маркетинга как искусства, науки и социальной технологии. Тематические разделы курса выстроены с учетом современных исследований и достижений в области теоретической и прикладной политологии, массовых и маркетинговых коммуникаций, социального программирования и конструирования, брендинга, имиджелогии, дискурсивного анализа и др. отраслей обществознания.

**Цель:** сформировать у студентов целостное представление о политическом маркетинге как о многоотраслевой области знания, искусстве и сумме технологий, обеспечивающих продвижение общественно-значимых ценностей и успешную деятельность политических субъектов на рынке властных ресурсов.

**Задачи:**

* изучение генезиса, становления и развития маркетинга в сфере политики;
* формирование знаний о сущности и специфике маркетинговой деятельности на политическом пространстве;
* усвоение теоретических основ и специфики проведения маркетинговых исследований в политике;
* приобретение навыков применения полученных в ходе обучения знаний для анализа конкретных практических ситуаций, касающихся организации маркетинга в ходе политических кампании;
* исследование сущности и значения политического брендинга и ребрендинга;
* изучение основных принципов политического дискурса как властного механизма.

**Результаты обучения**

* овладение навыками поиска, сбора, систематизации и использования вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации происходящего на политическом рынке;
* умение практически использовать технологии и средства маркетинга для проведения маркетинговых исследований в политической сфере;
* умение анализировать конкурентоспособность и жизненный цикл политического товара;
* овладение навыками разработки маркетинговых стратегий и программ;
* овладение творческим подходом к решению проблем политического маркетинга;
* обеспечение личностного карьерного роста и продвижения в сфере политического маркетинга.

**Основные компетенции**: способность формулировать и разрешать политические проблемы, эффективно использовать методы политического анализа и прогнозирования для решения нестандартных задач; умение работать в междисциплинарной команде, взаимодействовать с экспертами других отраслей знания; овладение творческим подходом к решению политических проблем; умение критически осмысливать процессы, происходящие в политической сфере жизнедеятельности общества.

**Структура дисциплины** «Политический маркетинг» предусматривает следующие виды организации учебного процесса:

* лекционные занятия как основную форму занятий;
* семинарские занятия;
* самостоятельную работу студентов.

В ходе изучения дисциплины «Политический маркетинг» студент обязан прослушать курс лекций, посещать практические занятия, заниматься индивидуально и консультироваться преподавателем. Особое место в овладении данным курсом отводится самостоятельной работе.

Данный курс способствует не только приобретению теоретических знаний в новой предметной области, но и помогает освоить некоторые деловые навыки, связанные с практикой политического маркетинга.

Помимо предоставления студентам теоретической базы данного курса, планируется проведение творческих (написание эссэ), самостоятельных (конструирование маркетинговых проектов), аналитических (оценка маркетинговых составляющих) заданий.

Курс завершается экзаменом. Обязательным условием допуска студена к итоговому экзамену является успешное прохождение двух рубежных контролей, активная работа на лекционных и семинарских занятиях, вовремя выполненные контрольные задания и задания СРМ и СРМП.

Важным фактором оценки знаний является умение экзаменуемого оперировать в своем ответе ссылками на соответствующие положения в учебной и научной литературе.