

АНОТАЦІЯ

Темерівський В. В. Теоретико-концептуальні засади політичного маркетингу в умовах демократії. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.01 – теорія та історія політичної науки. – Чорноморський державний університет імені Петра Могили. – Миколаїв, 2011.

У дисертації аналізуються ідейно-теоретичні передумови виникнення політичного маркетингу. Критично оцінюються доробки зарубіжних та вітчизняних учених стосовно визначення політичного маркетингу як форми політичних відносин.

Розкрито складові частини, виявлено особливості та запропоновані перспективні напрями подальшого розвитку політичного маркетингу, обґрунтовано необхідність застосування політичних маркетингових технологій у практиці державного управління, організації і проведенні виборчих кампаній, формуванні політичного іміджу та здійсненні політичного рекламування.

Здійснено політологічні виміри інформаційно-комунікативних аспектів політичного маркетингу та висвітлено цілеспрямований вплив «паблік рілейшнз» на суспільні процеси й взаємозв'язки.

Формулюються конкретні висновки і пропозиції, які мають теоретичне та практичне значення щодо подальшого дослідження особливостей політичного маркетингу як у світовому демократичному процесі, так і в ході сучасного реформування українського суспільства.

Ключові слова: політичний маркетинг, політичний ринок, виборчі кампанії, політична реклама, формування політичного іміджу, комунікативні технології, «паблік рілейшнз».