

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра политологии**

АЛЕКСЕНКО
Кристина Андреевна

**Система коммуникаций в политическом маркетинге в Республике
Беларусь**

Магистерская диссертация
Специальность 1-23 80 07 – «Политология»

Научный руководитель:

Земляков Леонид Евгеньевич
Доктор политических наук,
Профессор

Допущена к защите

«_» _____ 201_г

Зав. кафедрой политологии

доктор политических наук, профессор С.В. Решетников

Минск, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ	3
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1.МАРКЕТИНГКАК ТЕХНОЛОГИЯ НА ПОЛИТИЧЕСКОМ РЫНКЕ	
1.1 Основные положения системы коммуникаций в политическом маркетинге.....	8
1.2 Подходы к исследованию коммуникативных технологий на политическомрынке	21
1.3 Развитие «GovernmentRelations» на политическом рынке.....	33
ГЛАВА 2.ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ	
2.1Функционирование государственной коммуникации в современных условиях.....	39
2.2Развитие имиджевой политики в Республике Беларусь	46
2.3Основные инструменты государственной коммуникации	54
2.4 Особенности продвижения политического «продукта».....	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	70
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	75

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Ключевые слова: государственная коммуникация, коммуникативные технологии, государственное управление, управляемая демократия, электронное правительство, власть, политическая система, политехнологии.

Целью моей работы является теоретико-методологические и практические аспекты исследования политического маркетинга, анализ системы государственных коммуникаций и основных PR и GR технологий, в современных политических кампаниях.

Актуальность магистерской диссертации: объективная потребность в дальнейшем уточнении методологии прогнозирования и управления электоральным поведением белорусских граждан; необходимость в исследовании процессов политической идентификации белорусов в условиях становления гражданского общества; условия и возможности продуктивного взаимодействия общества и государства при помощи GR технологий, а также потребность в изучении специфики развития политического рынка.

Объектом политический маркетинг как инструмент воздействия на политические процессы

Предметом маркетинговые технологии в современной политике.

Научная новизна магистерской диссертации заключается в том, что определено место политического маркетинга как структурного звена политического менеджмента и на этой основе предложена методология анализа категории «политический маркетинг». Изучен такой термин как «базовые элементы политического маркетинга» что позволяет выявить механизм реализации целей, задач и функций политического маркетинга, в целом системы политических коммуникаций. Рассмотрены роли категории «PR» и «GR» в системе политической коммуникации как деятельности по созданию информационного поля конкретного объекта и трансляции его на целевую аудиторию. А также специфического моделирования политических процессов.

Результаты магистерской диссертации следующие: Возможность применения проработанного материала на практике в сфере государственного управления, в деятельности политических институтов, отдельных политиков, специалистов, занимающихся организацией политических кампаний.

Также возможность использования теоретической части в учебно-педагогической деятельности.

Структура диссертационной работы определена целью, задачами и логикой исследования и состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка, включающего 71 наименование. Текст магистерской диссертации изложен на 74 страницах.

MASTER THESIS GENERAL OVERVIEW

Key words: state communication, communicative technologies, public administration, managed democracy, e-government, power, political system, political technologies.

The **aim** of the master thesis is theoretical and methodological and practical aspects of research of political marketing, analysis of the system of state communications and basic PR and GR technologies, in modern political campaigns.

Rationale of the master thesis: an objective need for further clarification of the methodology for forecasting and managing the electoral behavior of Belarusian citizens; The need to study the processes of political identification of Belarusians in the conditions of the formation of civil society; Conditions and opportunities for productive interaction of society and the state with the help of GR technologies, as well as the need to study the specifics of the development of the political market.

The object of political marketing as an instrument for influencing political processes.

The subject of marketing technology in modern politics.

The scientific novelty of the master's thesis is that the place of political marketing as a structural link of political management is determined and on this basis the methodology of the analysis of the category "political marketing" is proposed. Such term as "basic elements of political marketing" is studied that allows to reveal the mechanism of realization of the purposes, tasks and functions of political marketing, as a whole the system of political communications. The roles of the category "PR" and "GR" in the system of political communication as an activity for creating the information field of a specific object and broadcasting it to the target audience are considered. And also specific modeling of political processes.

The results of the master's thesis are as follows: The ability to apply the material developed to the practice of public administration, the activities of political institutions, individual politicians, and specialists engaged in the organization of political campaigns.

Also the possibility of using the theoretical part in teaching and pedagogical activity. In particular, the materials of the thesis can be applied to the preparation of special courses for the preparation of political scientists, sociologists, public relations specialists.

Master thesis structure and volume: Master thesis is determined by the purpose, objectives and logic of the study and consists of an introduction, two chapters, a conclusion and a bibliographic list comprising 71 titles. The text of the master's thesis is set out on 74 pages.

