**Недяк, Ирина Леонидовна.**  
Маркетинговый подход к исследованию политических процессов : диссертация ... доктора политических наук : 23.00.02 / Недяк Ирина Леонидовна; [Место защиты: Ин-т социологии РАН]. - Москва, 2011. - 373 с. : ил.

## Оглавление диссертациидоктор политических наук Недяк, Ирина Леонидовна

Введение.

Глава 1. Маркетинговое измерение политики: особенности формирования и направления развития

§ 1. Феноменология политического маркетинга в политическом процессе.

§ 2. Эволюция функций политического маркетинга в сфере политики.

Глава 2. Теоретические основания маркетингового подхода к изучению политических процессов

§ 1. Особенности формирования и развития научных знаний политического маркетинга.

§ 2. Теоретический и прикладной уровни научных знаний политического маркетинга.

Глава 3. Маркетинговый подход к исследованию политики как рынка

§ 1. Концептуализация понятия «политический рынок» в маркетинговом подходе

§ 2. Маркетинговый подход к исследованию политического рынка.

Глава 4. Маркетинговый подход к исследованию и формированию отношений политических обменов

§ 1. Теоретические основания школ трансакций и взаимоотношений политического маркетинга.

§ 2. Политтехнологический инструментарий школ трансакций и взаимоотношений политического маркетинг менеджмента.

Глава 5. Маркетинговый подход к разработке стратегий политической конкуренции

§ 1. Теоретические основания школ «ориентации» политического маркетинг менеджмента .:.

§ 2. Политика партий в концепциях школ «ориентации» политического маркетинг менеджмента.

Глава 6. Маркетинговый подход к изменению политических практик

§ 1. Проблемные поля инженерии политического маркетинга.

§ 2. Case study маркетинговых кампаний по внедрению социально значимых практик поведения.