**Морозова, Елена Георгиевна.**  
Политический маркетинг : Концепции развития, модели функционирования. Компаративный анализ : диссертация ... доктора политических наук : 23.00.02. - Москва, 2000. - 404 с.

## Оглавление диссертациидоктор политических наук Морозова, Елена Георгиевна

Введение 4-

Глава I. Политический маркетинг: предпосылки становления исследовательской парадигмы

§1. Политические кампании как предмет исследования: генезнаучнойбдиплины 35

§2. Рациональный и Общественный выбор в современной политичой науке 63

Глава II. Теоретико-методологическая сущность политического маркетинга

§ 1. Понятия, категории, типология политичого маркетинга 95

§2. Теоретические основы политикоадминративного маркетинга 128

Глава Ш.Политический маркетинг в зарубежной и российской общественно-политической практике

§ 1. Национальные модели электорального маркетинга и кольтирования155

§2. Стратегическое планирование и коммуникационная политика маркетинговых кампаний 185

§3. Политический маркетинг в России: особенности и тенденции развития212

Глава ГУ. Маркетинговый векторвременного гдавенного управления и админративного реформирования

§ 1. Коммуникация и маркетинг в практике гдавенного управления248

§2. Концепции, содержание и типология админративных реформ конца XX в275

Глава У. Пределы и условия использования маркетинговой парадигмы в политическом и государственном управлении

§ 1. Опыт государственного регулирования электорального рынка304

§2. Противоречия и парадоксы рыночных управленческих реформ329