

Система державних маркетингових комунікацій: теорія і практика [Текст] : монографія / Кіслов Д. В. ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – Київ : Леся, 2015. – 407 с.

У монографії досліджені сучасні підходи та теоретичні концепції щодо формування та розвитку системи маркетингових комунікацій органів державної влади в Україні. Надана характеристика дискурсу відносно понятійного апарату інформації та комунікацій як головних цивілізаційних чинників розвитку держави та соціуму. Розглянуті та проаналізовані нові соціально-етичні підходи до функціонування маркетингових комунікацій органів державної влади. Представлені класифікація та опис істотних ознак, відмінних рис і характеристик традиційного основного, інтегрованого та особливого типів державних маркетингових комунікацій, а також нових спеціальних і специфічних напрямів державного маркетингу, що динамічно розвиваються. Запропоновані принципи, методи та засоби використання положень нечіткої логіки для процесів моделювання та прогнозування розвитку інформаційно-комунікаційних складових системи державного маркетингу. Розроблена концепція комунікативної стратегії маркетингових комунікацій органів державної влади та засади її теоретико-методологічного забезпечення.

Для науковців, докторантів і аспірантів, фахівців з державного управління, політичних і громадських діячів, студентів вищих навчальних закладів, усіх, хто цікавиться питаннями державотворення, управління та розвитку сучасної цивілізації.

Шифр зберігання ВА794034