



UNIwersYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Marketing terytorialny Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Zarządzanie w administracji lokalnej Specjalność - Jednostka organizacyjna Instytut Kultury Europejskiej w Gnieźnie Poziom studiów studia pierwszego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil ogólnoakademicki		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 16ZALS.14K.05943.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe
Koordynator zajęć	Piotr Pawlak	
Prowadzący zajęcia	Piotr Pawlak	
Okres Semestr 3	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 30, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Absolwent zdobywa wiedzę na temat podstawowych zadań oraz promocyjnych technik marketingowych w odniesieniu do obszaru samorządowego. Program kształcenia obejmuje kompleksową wiedzę na temat realizacji poszczególnych elementów składających się na całość kampanii marketingowej (segmentacja rynku, pozycjonowanie produktu, kreowanie marki, konstrukcja przekazu promocyjnego, wykorzystanie podstawowych kanałów komunikacji marketingowej, elementy marketingowej kampanii negatywnej) ze szczególnym naciskiem na jej fazę przygotowawczą.

Wymagania wstępne

Student uczestniczący w zajęciach powinien wykorzystywać technologie informatyczne na poziomie podstawowym. Student powinien umieć wyszukiwać i tworzyć informacje, a także współpracować w grupie.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Zna zasady i celów zastosowania technik reklamowych w szeroko rozumianym wymiarze samorządowym. W celu ich właściwej implementacji orientuje biegle się w podstawowych zagadnieniach sektora kultury. Biegle orientuje się w fachowej terminologii.	ZAL_K1_W02, ZAL_K1_W17	Kolokwium ustne
W2	Potrafi wykorzystywać wiedzę z zakresu właściwej dla administracji publicznej terminologii. Wykazuje zdolności do pozyskiwania informacji przydatnych dla konstrukcji materiału reklamowego.	ZAL_K1_W08	Kolokwium ustne
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Potrafi umiejętnie wykorzystywać wiedzę z zakresu właściwej dla administracji publicznej terminologii. Wykazuje zdolności do pozyskiwania informacji przydatnych dla konstrukcji materiału reklamowego.	ZAL_K1_U15	Kolokwium ustne
U2	Z powodzeniem pisze i redaguje teksty informacyjne i promocyjne, przygotowuje również wypowiedzi ustne w języku polskim i obcym. Zna zasady konstrukcji przekazu reklamowego oraz logikę mediów społecznościowych	ZAL_K1_U15	Kolokwium ustne
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Jest gotów wykorzystywać standardowe rozwiązania technologiczne (w zakresie sprzętu i oprogramowania) używane w obszarze promocji działań administracji samorządowej (reklamy wydarzeń kulturalnych, przedsięwzięć terytorialnych etc.).	ZAL_K1_K03, ZAL_K1_K06, ZAL_K1_K09	Kolokwium ustne

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Wprowadzenie podstawowej terminologii i opis problemu.	W1, U1, K1	Ćwiczenia
2.	Zadania marketingu terytorialnego	W2, U2	Ćwiczenia
3.	Segmentacja rynku odbiorców	W1, K1	Ćwiczenia
4.	Kreowanie wizerunku jako element marketingu terytorialnego	W2, U1, U2	Ćwiczenia
5.	Reklama polityczna i reklama społeczna w marketingu terytorialnym	U1, U2, K1	Ćwiczenia
6.	Podsumowanie i zakończenie	W1, W2	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Dyskusja, Praca z tekstem, Metoda ćwiczeniowa, Demonstracje dźwiękowe i/lub video

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	Student otrzyma 3 pytania na kolokwium ustnym, ich ocena według kryteriów poniżej: 5.0 - znakomita wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 4.5 - bardzo dobra wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 4.0 - dobra wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 3.5 - zadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 3.0 - zadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu 2.0 - niezadowalająca wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie treści kształcenia, zawartych w programie przedmiotu

Literatura

Obowiązkowa

1. Monika N. (2023), Reklama Aspekty prawne Nowe wyzwania, Warszawa
2. Cwalina W., Falkowski A., Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna, Gdańsk, 2005.
3. Szalkiewicz W., Sokołowski M., Inżynierowie społeczni i technologie zdobywania władzy. Studia nad manipulacją i propagandą, Toruń, 2017.
4. Castells M., Władza komunikacji, Tł. Jedliński J., Tomanek P., Warszawa, 2013.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	30
Przygotowanie do zajęć	20
Czytanie wskazanej literatury	20
Przygotowanie do zaliczenia	20
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
ZAL_K1_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do pracy w grupie ze świadomością znaczenia pracy zespołowej dla realizacji celów w pracy zawodowej i działalności publicznej
ZAL_K1_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do negocjowania rozwiązań, zarządzania potencjalnymi konfliktami, do przyjmowania w grupie różnych ról zawodowych
ZAL_K1_K09	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji projektów społeczno-kulturalnych oraz edukacyjnych, rozumiejąc związane z nimi uwarunkowania historyczne, prawne, ekonomiczne i polityczne
ZAL_K1_U15	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać efektywnie i bezpiecznie narzędzia cyfrowe i zaawansowane technologie informacyjno-komunikacyjne
ZAL_K1_W02	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane metodologie i teorie właściwe dla kierunku studiów, tj. nauk o polityce i administracji, nauk prawnych oraz powiązane z nimi terminologie
ZAL_K1_W08	Absolwent/ka zna i rozumie zasady interpretacji, tworzenia oraz publikowania tekstów użytkowych, prawnych, popularnonaukowych i naukowych, także w języku obcym, szczególnie z zakresu nauk o polityce i administracji
ZAL_K1_W17	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zarządzania i marketingu, stosowane we współczesnej administracji publicznej (w szczególności administracji lokalnej)