



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Badania marketingowe na rynku politycznym

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Politologia		Cykl dydaktyczny 2023/24	
Specjalność Marketing polityczny i doradztwo w polityce		Kod zajęć 14POLMPDS.24S.11610.23	
Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy	
Forma studiów studia stacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Profil studiów profil ogólnoakademicki			
Koordynator zajęć	Natalia Klejdysz		
Prowadzący zajęcia	Natalia Klejdysz		
Okres Semestr 3	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia - Wykład: 15, Zaliczenie z oceną - Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 5

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Zapoznanie studentów z zasadami analizy i prowadzenia badań marketingowych w sferze polityki
C2	Omówienie poszczególnych metod badawczych - ich wad i zalet oraz możliwości zastosowania
C3	Uzmysłowienie znaczenia badań sondażowych i ich wpływu na rynek polityczny
C4	Nauka przygotowania badań FGI i ich praktyczne zastosowanie

Wymagania wstępne

Student/ka:

1. ma podstawową wiedzę o społeczeństwie, państwie i polityce
2. ma podstawową wiedzę na temat marketingu oraz jakościowych i ilościowych metod badań
3. posiada umiejętność pozyskiwania informacji ze wskazanych źródeł i opracowań oraz prezentowania swojej wiedzy
4. ma potrzebę poszerzenia wiedzy o życiu społecznym i politycznym
5. rozumie znaczenie konieczność posiadania takiej wiedzy w pracy zawodowej.

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 i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu marketingu politycznego	POL_K2_W01, POL_K2_W02, POL_K2_W03, POL_K2_W04	Test, Raport, Wypowiedź ustna
W2	posiada wiedzę o podstawowych metodach i technikach badań marketingowych rynku politycznego	POL_K2_W08, POL_K2_W10, POL_K2_W11	Test, Raport, Wypowiedź ustna
W3	zna podstawowe koncepcje teoretyczne opisujące i wyjaśniające zachowania wyborcze obywateli	POL_K2_W01, POL_K2_W02, POL_K2_W04, POL_K2_W08, POL_K2_W09, POL_K2_W10, POL_K2_W11	Test, Raport, Wypowiedź ustna
Umiejętności - Student/ka:			
U1	umie analizować i oceniać zachowania wyborcze	POL_K2_U01, POL_K2_U03, POL_K2_U04, POL_K2_U05, POL_K2_U06, POL_K2_U07	Test, Raport, Wypowiedź ustna
U2	potrafi interpretować wyniki badań opinii publicznej	POL_K2_U01, POL_K2_U04	Raport, Wypowiedź ustna
U3	umie analizować działania marketingowe na rynku politycznym w oparciu o strategię STP	POL_K2_U01, POL_K2_U04, POL_K2_U06	Raport, Wypowiedź ustna
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	ma kompetencje do wdrażania zdobytej wiedzy teoretycznej poprzez jej praktyczne zastosowanie w badaniu rynku politycznego	POL_K2_K01, POL_K2_K03	Raport
K2	ma świadomość odpowiedzialności wynikającej z praktycznego zastosowania pozyskanych umiejętności	POL_K2_K02	Raport
K3	ma kompetencje do pracy w organach administracji publicznej, ośrodkach analiz politologicznych, wykonywania funkcji eksperta i doradcy oraz komentatora życia politycznego	POL_K2_K02, POL_K2_K03, POL_K2_K04, POL_K2_K05, POL_K2_K06	Raport, Wypowiedź ustna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Od marketingu do marketingu politycznego: proces- ewolucja-absorbacja (W) Marketing społeczny a marketing komercyjny i polityczny (ĆW)	W1, W2, U3, K1	Wykład, Ćwiczenia
2.	Koncepcja rynku politycznego - strategia STP (W) Sporządzenie mapy percepcji wizerunków liderów i partii (ĆW)	W1, W2, U1, U3, K1, K2, K3	Wykład, Ćwiczenia
3.	Badania ilościowe w marketingu politycznym (W) Wpływ sondaży na wyniki wyborów parlamentarnych (ĆW)	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3	Wykład, Ćwiczenia
4.	Badania jakościowe w marketingu politycznym (W) Przygotowanie do symulacji badania fokusowego (FGI) (ĆW)	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3	Wykład, Ćwiczenia
5.	Sondaże przedwyborcze a prognozy (W) Analiza wybranych sondaży przedwyborczych i formułowanie wniosków (ĆW)	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3	Wykład, Ćwiczenia
6.	Marketing polityczny a propaganda (W) Analiza wybranych przykładów treści propagandowych (ĆW)	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3	Wykład, Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Dyskusja
Ćwiczenia	Dyskusja, Metoda analizy przypadków, Metoda ćwiczeniowa, Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest uzyskanie min. 13 punktów z testu.
Ćwiczenia	Student musi uzyskać min. 13 punktów, na co składa się punktacja z zadań oraz aktywności na zajęciach.

Literatura

Obowiązkowa

1. M. Mazur, Marketing polityczny, Warszawa 2002.
2. A. Stępińska, Marketingowe strategie wyborcze, Poznań 2004.
3. R. Milic-Czerniak (red.), Badania marketingowe, Warszawa 2019.

Dodatkowa

1. W. Cwalina, A. Falkowski, Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna, Gdańsk 2006.
2. E. Marciniak (red.), Nowe idee zarządzania publicznego: wyzwania i dylematy, Warszawa 2017.
3. R. Barbour, Badania fokusowe, Wydawnictwo PWN, 2011.
4. Raport: "Trafność sondaży przed wyborami samorządowymi", IBS, Warszawa 2018.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	15
Ćwiczenia	15
Czytanie wskazanej literatury	25
Przygotowanie raportu	15
Przygotowanie do egzaminu	30
Przygotowanie do zaliczenia	30
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 140
Liczba punktów ECTS	ECTS 5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
POL_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy, w szczególności tej z obszaru nauk o polityce i administracji
POL_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej, w szczególności związanej z pracami typowymi dla specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji
POL_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych typowych dla nauk o polityce i administracji oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
POL_K2_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego oraz wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego, ze szczególnym uwzględnieniem środowiska politycznego
POL_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu polityka i eksperta ds. komunikowania politycznego lub administracji
POL_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej typowej dla specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji przedsiębiorczością i innowacyjnością
POL_K2_U01	Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie nauk o polityce i administracji
POL_K2_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do przystosowania istniejących lub opracowania nowych metod i narzędzi służących do rozwiązywania problemów typowych dla nauk o polityce i administracji
POL_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji
POL_K2_U05	Absolwent/ka potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi charakterystycznymi dla nauk o polityce i administracji
POL_K2_U06	Absolwent/ka potrafi umiejętnie wykorzystywać zdobytą wiedzę w komunikowaniu politycznym i prowadzeniu debaty politycznej, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy
POL_K2_U07	Absolwent/ka potrafi kierować pracą zespołu, w tym organizacji politycznej, oraz współdziałać z innymi osobami w ramach tych prac i przyjmować w nich wiodącą rolę
POL_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o polityce i administracji
POL_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące nauk o polityce i administracji, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu politycznego
POL_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku politologia
POL_K2_W04	Absolwent/ka zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, związane z rozwojem i rolą polityki oraz jej wpływem na społeczeństwo
POL_K2_W08	Absolwent/ka zna i rozumie w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania danych oraz modelowania systemu politycznego i procesów w nim zachodzących, a także identyfikowania rządzących nim prawidłowości
POL_K2_W09	Absolwent/ka zna i rozumie rolę systemu politycznego w funkcjonowaniu grupy społecznej, państwa i wspólnoty międzynarodowej oraz ich historycznej ewolucji

Kod	Treść
POL_K2_W10	Absolwent/ka zna i rozumie odbiorców działań politycznych oraz posiada pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i ocenie jakości proponowanego im programu politycznego
POL_K2_W11	Absolwent/ka zna i rozumie funkcjonowanie organizacji politycznej i sposoby pracy w środowisku politycznym oraz administracyjnym