



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Marketing polityczny Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Politologia Specjalność - Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Poziom studiów studia pierwszego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil ogólnoakademicki		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 14POLS.14K.11178.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe
Koordynator zajęć	Piotr Pawełczyk	
Prowadzący zajęcia	Piotr Pawełczyk, Jakub Jakubowski	
Okres Semestr 3	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Wykład: 30, Zaliczenie z oceną • Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Zapoznanie studentów z elementami marketingu w sferze polityki.
C2	Przekazanie wiedzy z zakresu internetowych narzędzi marketingowych w polityce.
C3	Uświadomienie studentom problemów związanych z wykorzystaniem różnych typów mediów w marketingu politycznym.
C4	Przekazanie wiedzy z zakresu technik perswazyjnych i sposobów kreowania wizerunku politycznego.
C5	Uzyskanie wiedzy z historii marketingu politycznego.

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu państwa i prawa

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 podstawowe metody i strategie marketingowe w marketingu politycznym.	POL_K1_W01, POL_K1_W03, POL_K1_W10	Kolokwium pisemne
W2	rozumie role mediów w działaniach marketingowych w obszarze polityki.	POL_K1_W02, POL_K1_W10	Kolokwium pisemne
W3	zna czynniki kształtowania preferencji wyborczych.	POL_K1_W10	Kolokwium pisemne
Umiejętności - Student/ka:			
U1	potrafi opracować i wdrożyć działania strategiczne dla konkretnych projektów i podmiotów politycznych	POL_K1_U01, POL_K1_U02, POL_K1_U05	Projekt
U2	jest w stanie przygotować materiały kreatywne w ramach realizowanej kampanii wyborczej	POL_K1_U02, POL_K1_U04, POL_K1_U05	Projekt
U3	potrafi dobierać środki i techniki promowania produktu politycznego	POL_K1_U01	Projekt
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	potrafi pracować zespołowo nad projektem kampanijnym wykorzystując kompetencje społeczne w oparciu o odpowiednie role grupowe	POL_K1_K01, POL_K1_K05	Projekt
K2	potrafi przygotować pod względem organizacyjnym/retorycznym wystąpienie publiczne o charakterze kampanijnym	POL_K1_K01, POL_K1_K02, POL_K1_K04, POL_K1_K05	Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Tworzenie programu wyborczego	W1, W2, U1, K1	Wykład, Ćwiczenia
2.	Segmentacja na rynku wyborczym	W1, W2, U1, K1	Wykład, Ćwiczenia
3.	Internetowe narzędzia analityczne w polityce	W2, U1, K1	Ćwiczenia
4.	Social media w marketingu politycznym	W1, W2, U1, U2, K1	Ćwiczenia
5.	Profil symboliczny i kreowanie wizerunku	W1, W2, U1, K1	Wykład, Ćwiczenia
6.	Kryzysowy PR w polityce	W1, W2, U1, K1	Wykład, Ćwiczenia
7.	Debata wyborcza	K2	Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
8.	Pojęcie i geneza marketingu politycznego.	W3, U3, K1	Wykład
9.	Historia marketingu politycznego w Polsce i w USA.	W1, U3	Wykład
10.	Proste techniki wywierania wpływu społecznego.	W3, K2	Wykład
11.	Pojęcie i struktura wizerunku politycznego.	W3, U2, K1	Wykład
12.	Typy wizerunku politycznego.	W3, U2, K1	Wykład
13.	Reklama polityczna - pojęcie, funkcje, rodzaje.	W2, U2, K1	Wykład
14.	Reklama negatywna - cechy i rodzaje.	W1, U1	Wykład
15.	Strategie prowadzenia kampanii wyborczych.	W1, U1	Wykład
16.	Marketing polityczny a propaganda.	W3, U1	Wykład
17.	Repetitorium	W1, W2, W3	Wykład

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład konwersatoryjny, Dyskusja
Ćwiczenia	Dyskusja, Praca z tekstem, Metoda analizy przypadków

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	Udzielenie po 60% pozytywnych odpowiedzi w dwóch częściach kolokwium pisemnego.
Ćwiczenia	Obecność i aktywność na zajęciach.

Literatura

Obowiązkowa

1. Tyrała M., Wpływ postulatów programowych na sukces wyborczy – na przykładzie partii: PiS, PO, ZL w wyborach parlamentarnych w Polsce w 2015 roku, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2018, nr 1.
2. Mazur M. , Marketing polityczny. Studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych w USA i w Polsce, Warszawa 2006, s. 65-76.
3. Wiszniowski R., Marketing wyborczy: studium kampanii wyborczych w systemach prezydenckich i semiprezydenckich: (Finlandia, Francja, Polska, Stany Zjednoczone), Wrocław 2000, s. 20-31.
4. Bodys M., Rola mediów społecznościowych w komunikacji partii politycznych i podejmowaniu decyzji wyborczych przez ich wyborców, „Political Preferences” 2016, no. 12, p. 165-179
5. Jeziński M. , Wizerunek polityczny jako element strategii wyborczej, w: Kampania wyborcza: marketingowe aspekty komunikowania politycznego, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2005.
6. Cwalina W. , Falkowski A. , Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna, Gdańsk 2006.

Dodatkowa

1. Godin S., (2019) To jest marketing!, Warszawa.
2. Sadowski M. (2013), Rewolucja social media, Gliwice.
3. Oświęcimski K, Lakomy M, E-kampanie prezydenckie w USA i w Polsce. Wydawnictwo Naukowe Akademii Ignatianum w Krakowie. Wydawnictwo WAM. Kraków 2017.
4. Sikorski W. , Niewerbalna komunikacja interpersonalna. Doskonalenie przez trening, Warszawa 2011.
5. Adamczewska K., Partia i jej lider w mediach społecznościowych podczas polskiej kampanii parlamentarnej w 2015 roku, Com.press 2018, nr 1., p. 4-19.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	30
Ćwiczenia	15
Przygotowanie do zaliczenia	15
Przygotowanie do zajęć	15
Czytanie wskazanej literatury	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 85
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
POL_K1_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do krytycznego analizowania posiadanej wiedzy oraz dostępnych źródeł i informacji oraz uzupełniania ich w oparciu o ekspertyzy i źródła naukowe dotyczące nauk o polityce i administracji
POL_K1_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do inicjowania oraz określania w pracy zawodowej i działalności publicznej zadań i działań na rzecz środowiska społecznego (ze szczególnym uwzględnieniem środowiska politycznego), a także sposobów i środków ich realizacji
POL_K1_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się przedsiębiorczością, kreatywnością i innowacyjnością w pracy zawodowej i aktywności publicznej typowej dla specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji
POL_K1_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uczestniczenia w życiu społeczno-politycznym korzystając z różnych mediów i sposobów komunikowania
POL_K1_U01	Absolwent/ka potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do opisywania, interpretowania, oceniania, analizowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów politycznych
POL_K1_U02	Absolwent/ka potrafi dobierać i stosować właściwe metody i narzędzia, w tym nowe technologie, do określania i wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji
POL_K1_U04	Absolwent/ka potrafi przygotowywać typowe prace pisemne w języku polskim i języku obcym o tematyce politologicznej, posługując się specjalistyczną terminologią i wykorzystując podstawowe ujęcia teoretyczne, a także różne źródła i opracowania
POL_K1_U05	Absolwent/ka potrafi prognozować procesy i zjawiska społeczne (polityczne, prawne, ekonomiczne) z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi właściwych dla nauk o polityce i administracji
POL_K1_W01	Absolwent/ka zna i rozumie zasady funkcjonowania człowieka w społeczeństwie, w szczególności jako podmiotu konstytuującego organizacje i instytucje polityczne
POL_K1_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu różne rodzaje struktur i instytucji społecznych (politycznych, prawnych, ekonomicznych) oraz ich istotne elementy i zasady funkcjonowania
POL_K1_W03	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody i teorie wyjaśniające relacje między strukturami i instytucjami życia publicznego funkcjonującymi w państwie i społeczeństwie
POL_K1_W10	Absolwent/ka zna i rozumie determinanty efektywności procesu politycznego, zmian w systemie politycznym oraz przyczyny, przebieg, skalę i konsekwencje tych zmian