

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Marketing polityczny (Wykład), PG_00149165						
Kierunek studiów	Politologia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	3		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	6		Liczba punktów ECTS		3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Jarosław Och				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		0.0		50.0	80
Cel przedmiotu	Przekazanie wiedzy, analiza i synteza procesów związanych z prowadzeniem marketingu politycznego						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[POLL3_K08] Dzięki świadomości zachodzących relacji pomiędzy polityką a zjawiskami oraz procesami historycznymi, ekonomicznymi, społecznymi i kulturowymi jest gotowy do ich krytycznej oceny.	Student dysponuje krytycznym analizowaniem zjawisk politycznych	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[POLL3_K02] Jest przygotowany do uczestnictwa w budowaniu zinstytucjonalizowanych form aktywności obywatelskiej, w tym do pełnienia roli lidera.	Student potrafi pełnić rolę lidera politycznego	[SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[POLL3_K04] Jest przygotowany do pracy w organizacjach i instytucjach publicznych, w tym organach administracji publicznej, partiach politycznych oraz innych organizacji krajowych i międzynarodowych.	Student posiada kompetencje niezbędne do pracy w instytucjach publicznych	[SK5] realizacja zadania problemowego
	[POLL3_K05] Uznaje konieczność zachowywania właściwej postawy etycznej w pracy zawodowej i działalności publicznej.	Student właściwie rozpoznaje postawy etyczne	[SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[POLL3_W02] Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu wybranego modułu (specjalizacji) na kierunku politologia.	Student ma wiedzę z zakresu teorii polityki i praktyki politycznej	[SW5] realizacja zadania problemowego
	[POLL3_W14] Ma rozszerzoną wiedzę o politycznej organizacji społeczeństw, procesach przemian oraz relacjach i więziach na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym w zakresie wybranego modułu (specjalizacji).	Student posiada wiedzę z zakresu politycznej organizacji społeczeństw i podmiotów politycznych	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[POLL3_K06] Jest gotowy do uznawania i poszanowania różnych punktów widzenia determinowanych odmiennym podłożem politycznym, kulturowym i społecznym.	Student rozumie istotę pluralizmu	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[POLL3_W04] Posiada wiedzę o roli i znaczeniu partycypacji polityczno-społecznej jednostki w funkcjonowaniu podmiotów politycznych.	Student rozumie znaczenie partycypacji w państwie demokratycznym	[SW5] realizacja zadania problemowego
	[POLL3_W13] Ma wiedzę na temat środków masowego przekazu i ich roli w społeczeństwie.	Student rozumie istotę i rolę mediów w społeczeństwie	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[POLL3_W06] Ma wiedzę o strukturach politycznych, kulturowych, ekonomicznych, prawnych i etycznych, ich genezie i zmianach.	Student posiada wiedzę na temat struktury współczesnego państwa	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[POLL3_W15] Ma wiedzę o istotnych strukturach, procesach i zjawiskach związanych z historią Polski, Europy i świata.	Student ma wiedzę o procesach i zjawiskach wpływających na historię	[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[POLL3_U01] Potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zachowania jednostki i grup społecznych w życiu społecznym a zwłaszcza politycznym.	Student potrafi prawidłowo interpretować zjawiska polityczne i zachowania jednostek	[SU5] realizacja zadania problemowego
	[POLL3_K07] Ma potrzebę uzupełniania, poszerzania i doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności.	Student ma potrzebę uzupełniania wiedzy	[SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[POLL3_W07] Posiada wiedzę o państwie, polityce i prawie oraz o zasadach funkcjonowania systemów politycznych w wymiarze polskim, europejskim i światowym.	Student posiada wiedzę z zakresu teorii i praktyki funkcjonowania państwa	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny

	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[POLL3_K01] Jest przygotowany do uczestnictwa w życiu publicznym oraz w zespołach realizujących projekty społeczne, polityczne i obywatelskie na różnych poziomach partycypacji, wykorzystuje nabytą wiedzę, umiejętności i kompetencje, aby działać w sposób przedsiębiorczy.	Student jest przygotowany do aktywności społecznej	[SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[POLL3_W08] Posiada wiedzę o demokracji, społeczeństwie obywatelskim, kulturze politycznej i istocie dyskursu publicznego w ujęciu historycznym i współczesnym.	Student posiada wiedzę z zakresu istoty demokracji	[SW5] realizacja zadania problemowego
	[POLL3_W09] Ma wiedzę o głównych nurtach i doktrynach myśli politycznej.	Student posiada wiedzę z zakresu doktryn politycznych i myśli politycznej	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja
	[POLL3_W01] Posiada uporządkowaną i usystematyzowaną wiedzę na temat nauk o polityce oraz tworzących je subdyscyplinach, a także ich relacjach wzajemnych. Zna podstawową terminologię z zakresu nauk o polityce i pokrewnych.	Student posiada wiedzę o teorii polityki	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja
	[POLL3_U05] Umie określać mechanizmy funkcjonowania organizacji politycznych, w tym planować i organizować pracę swoją i zespołu, przygotowując projekty społeczne, polityczne, ekonomiczne, obywatelskie (także te, które polegają na współdziałaniu z innymi osobami), uwzględnia przy tym aspekty prawne i polityczne z zakresu nauk o polityce, samodzielnie uzupełniając wiedzę i zdobywając informacje, korzystając z różnych źródeł i możliwości technologicznych.	Student zna mechanizmy i zasady funkcjonowania państw	[SU5] realizacja zadania problemowego
Treści przedmiotu	Przedmiot należy do kategorii ważnych i istotnych przedmiotów w kształceniu politologicznym, w ramach którego Student nabywa wielowymiarową wiedzę politologiczną zarówno dotyczącą aspektów teorii, jak również praktyki życia politycznego. Wprowadzenie do teorii marketingu. Historia marketingu politycznego w Polsce. Marketing mix i instrumenty marketingowe. Komunikacja polityczna. Psychologia marketingu politycznego. Mowa ciała w marketingu politycznym. Polityk i jego wizerunek. Manipulacja w marketingu politycznym. Socjotechniki wyborcze. Marketing wyborczy w USA i w Polsce		

Wymagania wstępne i dodatkowe	brak		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	aktywność na zajęciach	70.0%	30.0%
	egzamin ustny	51.0%	70.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Bralczyk J. (2007). O języku propagandy i polityki. Warszawa. Cialdini R. (2005). Wywieranie wpływu na ludzi. Gdańsk. Cwalina W., Falkowski A. (2005). Marketing polityczny perspektywa psychologiczna. Gdańsk. Maliszewski N. (2008). Jak zaprogramować wyborcę. Warszawa. Mann M. (2002). Marketing polityczny. Warszawa.	
	Uzupełniająca lista lektur	Antoszewski A., Herbut R. (red.) (1996) Leksykon politologii. Wrocław. Muszyński J. (2002). Leksykon marketingu politycznego. Warszawa. Pawelczyk P. (1999). Socjotechnika w komunikowaniu politycznym. Poznań. Wilkos S., Ferenc W. (2001). Kampania wyborcza. Strategia taktyka komunikacja. Warszawa. Wiszniewski R. (2000). Marketing wyborczy. Warszawa Wrocław.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Pojęcie marketingu politycznego. Czynniki determinujące skuteczność działań marketingowych.		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.