

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Kampanie wyborcze (Ćw. audytoryjne), PG_00203910						
Kierunek studiów	Dyplomacja (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	1	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS			3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	prof. dr hab. Danuta Plecka					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	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		2.0		43.0	75
Cel przedmiotu	Celem zajęć jest przedstawienie zagadnienia kampanii wyborczej, omówienie metodyki jej przygotowywania oraz egzemplifikacji w działaniach politycznych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[DYPL3_U08] Ma świadomość zachodzących relacji między polityką, dyplomacją a procesami historycznymi, ekonomicznymi, społecznymi i kulturowymi. Potrafi je ocenić i wyciągać wnioski w kontekście polityki i dyplomacji.	- potrafi wykorzystać podstawowe techniki manipulowania treścią do przygotowania kampanii, - umie przygotować projekt kampanii pośredniej/bezpośrednie	[SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[DYPL3_U12] Potrafi przygotować projekty społeczne, polityczne, ekonomiczne i obywatelskie, w tym realizowane w zespole. Uwzględnia przy tym aspekty prawne i polityczne związane z dyplomacją. Samodzielnie uzupełnia wiedzę i pozyskuje informacje z różnych źródeł oraz technologii.	- potrafi wykorzystać podstawowe techniki manipulowania treścią do przygotowania kampanii, - umie przygotować projekt kampanii pośredniej/bezpośrednie	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[DYPL3_W04] Ma zaawansowaną wiedzę o roli człowieka jako podmiotu kształtującego i konstruującego struktury społeczne oraz instytucje działające w polityce i dyplomacji.	definiuje podstawowe pojęcia dotyczące kampanii wyborczych, - potrafi omówić podstawowe techniki wykorzystywane w kampaniach wyborczych,	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[DYPL3_K08] Wykorzystuje nabytą wiedzę i umiejętności, aby działać w sposób przedsiębiorczy.	potrafi współdziałać i pracować w grupie	[SK5] realizacja zadania problemowego
	[DYPL3_K04] Jest przygotowana do identyfikowania i rozwiązywania problemów w pracy zawodowej.	potrafi współdziałać i pracować w grupie	[SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
[DYPL3_W11] Ma zaawansowaną wiedzę o zasadach i związkach między zarządzaniem, organizowaniem a przedsiębiorczością w dyplomacji, w tym o zagrożeniach i wyzwaniach stojących przed dyplomacją oraz o zasadach tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości.	definiuje podstawowe pojęcia dotyczące kampanii wyborczych, - potrafi omówić podstawowe techniki wykorzystywane w kampaniach wyborczych,	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport	
Treści przedmiotu	Kampania wyborcza i jej charakterystyka definicja, zakres, klasyfikacja, twórcy i ich rola w procesie organizacji kampanii, Kampania jako forma komunikacji społecznej, politycznej i marketingowej - definiowanie, podstawowe elementy komunikacji (komunikacja formalna i nieformalna), identyfikacja obszarów wykorzystania kampanii i charakterystyka elementów promocyjnych. Metodyka przygotowywania kampanii wyborczych - identyfikacja celu i zakresu, opracowanie i kontrola budżetu, ustalenie planu i programu, wybór lokalizacji, planowanie działań marketingowych i public relations, kierowanie przebiegiem spotkania, zamknięcie i ewaluacja. Obszary występowania sytuacji kryzysowych związanych z kampaniami wyborczymi.		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	praca pisemna	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	B. Kaplan, Mit racjonalnego wyborcy, Warszawa 2017. P. Kowalski, Wolność wypowiedzi w kampaniach wyborczych, Łódź 2021. W. K. Szalkiewicz, Praktyki manipulacyjne w polskich kampaniach wyborczych, Kraków-Warszawa 2014. S. Trzeciak, Drzewo kampanii wyborczej, czyli jak wygrać wybory, Gdańsk 2014.	
	Uzupełniająca lista lektur	A.2. studiowana samodzielnie: Dobek-Ostrowska B.: Podstawy komunikowania społecznego, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 1999. B. Literatura uzupełniająca: A. Rakowska-Trela, Kampania wyborcza w regulacji prawnej i w praktyce, Łódź 2016	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Obywatel w procesie wyborów. Polityczne kompetencje obywatelskie. Techniki i metody kampanii wyborczych.		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.