

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                          |                       |       |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Marketing polityczny (Ćw. audytoryjne), PG_00206690                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                          |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Dziennikarstwo i komunikacja społeczna (P)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                          |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2027 r.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu |                        | 2027/2028                                                                                                                                                                |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | II stopnia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                           | Grupa zajęć                          |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<br>Grupa zajęć fakultatywnych<br>Grupa zajęć powiązanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym - profil praktyczny |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                           | Sposób realizacji                    |                        | na uczelni                                                                                                                                                               |                       |       |
| Rok studiów                              | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                           | Język wykładowy                      |                        | polski                                                                                                                                                                   |                       |       |
| Semestr studiów                          | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                           | Liczba punktów ECTS                  |                        | 2.0                                                                                                                                                                      |                       |       |
| Profil kształcenia                       | praktyczny                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                           | Forma zaliczenia                     |                        | zaliczenie                                                                                                                                                               |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Rektor -> Wydział Nauk Społecznych -> Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                          |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                           | mgr Adam Majchrzak                   |                        |                                                                                                                                                                          |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                          |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Wykład                                                    | Ćwiczenia                            | Laboratorium           | Projekt                                                                                                                                                                  | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 0.0                                                       | 20.0                                 | 0.0                    | 0.0                                                                                                                                                                      | 0.0                   | 20    |
|                                          | 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 20                                                        |                                      | 3.0                    |                                                                                                                                                                          | 27.0                  | 50    |
| Cel przedmiotu                           | Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy o specyfice i roli marketingu politycznego jako formie komunikacji politycznej, a także poznanie narzędzi marketingu politycznego, analiza kampanii politycznych i kreowanych wizerunków polityków w mediach, przekazanie umiejętności przygotowania kampanii politycznej i poznanie roli mediów w marketingu politycznym. |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                          |                       |       |

| Efekty uczenia się przedmiotu | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                               |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
|                               | [DZiKSMU2_W05] Ma uporządkowaną wiedzę na temat podstawowych zasad tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości w zakresie mediów i komunikacji społecznej oraz działania instytucji medialnych i działów komunikacji społecznej, a także rozumie związane z ich funkcjonowaniem cele i problemy.                                                                                                            | Student wie, jak analizować procesy polityczne w odniesieniu do kampanii politycznej i marketingu politycznego, ma usystematyzowaną wiedzę na temat specyfiki przekazów politycznych stosowanych w ramach kampanii marketingowej. | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja<br>[SW5] realizacja zadania problemowego |
|                               | [DZiKSMU2_W07] Ma wiedzę na temat zasad i metod tworzenia przekazów właściwych dla kierunku studiów. Ma świadomość funkcji i efektywności komunikatów oraz zasad etyki zawodowej w ramach prowadzonej działalności.                                                                                                                                                                                                 | Student rozumie specyfikę marketingu politycznego i rozumie jego zastosowanie w praktyce.                                                                                                                                         | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja                                          |
|                               | [DZiKSMU2_U03] Potrafi formułować i rozwiązywać problemy badawcze obejmujące analizę prac innych autorów, syntezę różnych idei i poglądów, dobór metod i konstruowanie narzędzi badawczych, opracowanie i prezentację wyników z wykorzystaniem zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych, pozwalające na oryginalne rozwiązywanie złożonych problemów w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach. | Student potrafi krytycznie oceniać przebieg kampanii politycznej oraz materiały kampanijne, analizuje zaistniałe problemy i zagrożenia                                                                                            | [SU5] realizacja zadania problemowego                                           |
|                               | [DZiKSMU2_U02] Potrafi skutecznie wykorzystać zdobytą wiedzę do krytycznej analizy procesów i zjawisk społecznych, kulturowych, politycznych czy ekonomicznych                                                                                                                                                                                                                                                      | Student potrafi krytycznie oceniać przebieg kampanii politycznej oraz materiały kampanijne.                                                                                                                                       | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja                                          |
|                               | [DZiKSMU2_U08] Potrafi prowadzić debaty oraz uczestniczyć w nich, merytorycznie argumentować z wykorzystaniem własnych poglądów oraz poglądów innych autorów, formułować wnioski oraz tworzyć syntetyczne podsumowania.                                                                                                                                                                                             | Student potrafi przygotować się do debaty, potrafi prowadzić debatę polityczną i potrafi ją analizować.                                                                                                                           | [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport                                        |
|                               | [DZiKSMU2_U06] Potrafi sprawnie komunikować się przy użyciu różnych kanałów, gatunków i metod zarówno z ekspertami, jak i innymi odbiorcami, korzystając z zaawansowanych rozwiązań technologicznych.                                                                                                                                                                                                               | Student potrafi używać kanałów, gatunków i metod komunikacji w kontaktach z odbiorcami i ekspertami w kontekście marketingu politycznego.                                                                                         | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja                                          |
| Treści przedmiotu             | <p>Wprowadzenie</p> <p>Czym jest marketing polityczny?</p> <p>Czym jest wizerunek polityczny i jak go kreować?</p> <p>Jak tworzyć program i hasła wyborcze?</p> <p>Wyborcy i zachowania wyborcze</p> <p>Współczesne narzędzia marketingu politycznego i ich efektywność</p>                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                 |
| Wymagania wstępne i dodatkowe | Umiejętności komunikacyjne, podstawowa wiedza o społeczeństwie i funkcjonowania mediów na rynku oraz działalności reklamowej w kontekście funkcjonowania mediów. Umiejętności interpretacji zjawisk społeczno-ekonomiczno-gospodarczych.                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                 |

|                                                                   |                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się       | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                    | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Składowa oceny końcowej |
|                                                                   | aktywność                                                                                                                                      | 51.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 20.0%                   |
|                                                                   | zaliczenie na ocenę                                                                                                                            | 51.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 80.0%                   |
| Zalecana lista lektur                                             | Podstawowa lista lektur                                                                                                                        | 1. Cwalina W., Falkowski A., Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna, Gdańsk 2005.<br><br>2. Dobek-Ostrowska B., Komunikowanie polityczne i publiczne, Warszawa 2012.<br><br>3. Dobek-Ostrowska B., Porozumienie czy konflikt?. Politycy, media i obywatele w komunikowaniu, Warszawa 2009.<br><br>4. Jabłoński W., Marketing polityczny a public relations. Różnice, podobieństwa, kontrowersje, Warszawa 2014.<br><br>5. Maliszewski N., Jak zaprogramować wyborcę?, Warszawa 2008.<br><br>6. Trzeciak S., Drzewo kampanii wyborczej, czyli jak wygrać wybory, Sopot 2014.<br><br>7. Jeziński M. (red.), Marketing polityczny: w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu, Toruń 2009.<br><br>8. Zieliński J., Marketing polityczny w Internecie, Toruń 2013. |                         |
|                                                                   | Uzupełniająca lista lektur                                                                                                                     | 1. Wiszniowski R., Kasińska-Metryka A. (red.), Marketing polityczny. Doświadczenia polskie, Toruń 2013.<br><br>2. Jabłoński A.W., Sobkowiak L. (red.), Marketing polityczny w teorii i praktyce, Wrocław 200 Hofman I. (red.), Marketing polityczny: teoria i praktyka, Lublin 2011.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                         |
|                                                                   | Adresy eZasobów                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania | Przygotowanie kampanii wyborczej kandydata na prezydenta i prezentacja poszczególnych zadań w czasie zajęć, przeprowadzenie debaty kandydatów. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu                             | Nie dotyczy                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.