

1.	Field of study	Political and Public Counselling
2.	Academic year of entry	2014/2015 (winter term)
3.	Level of qualifications/degree	first-cycle studies
4.	Degree profile	general academic
5.	Mode of study	part-time

Module: Marketing polityczny

Module code: 05-DPiP-14-MP

1. Number of the ECTS credits: 5

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
MP_K_1	Jest przygotowany stosować w praktyce marketingowej normy etyczne	DPiP_K01 DPiP_K04 DPiP_K05	5 5 5
MP_K_2	Doceniając wagę kreatywnego podejścia jest przygotowany do uczestniczenia w projektach z zakresu marketingu politycznego wymagających współpracy w grupie	DPiP_K01 DPiP_K02 DPiP_K03 DPiP_K04 DPiP_K08	4 4 4 4 4
MP_U_1	Identyfikuje i analizuje w ujęciu marketingowym działania organizacji i jednostek w obszarze ekonomii, polityki i aktywności społecznej	DPiP_U01 DPiP_U02 DPiP_U03 DPiP_U04	5 5 5 5
MP_U_2	Potrafi konstruować zarys planu działań marketingowych oraz wykorzystać podstawowe narzędzia marketingu politycznego z uwzględnieniem profesjonalnych zasad właściwych dla tych dziedzin	DPiP_U02 DPiP_U15 DPiP_U16 DPiP_U18 DPiP_U19 DPiP_U20	4 4 4 4 4 4

MP_W_1	Zna podstawowe modele i koncepcje teoretyczne z zakresu marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem marketingu politycznego	DPiP_W01 DPiP_W02	5 5
MP_W_2	Rozpoznaje istotę i rolę marketingu politycznego w różnych sferach aktywności organizacji i jednostek, rozumie złożoność społecznych uwarunkowań tych procesów	DPiP_W03 DPiP_W05 DPiP_W07 DPiP_W10 DPiP_W16	4 4 4 4 4
MP_W_3	Wykazując postawę krytyczną identyfikuje i wyjaśnia podstawowe teoretyczne i praktyczne dylematy związane z marketingiem i marketingiem politycznym	DPiP_W01 DPiP_W06 DPiP_W10 DPiP_W12 DPiP_W16 DPiP_W17	5 5 5 5 5 5

3. Module description

Description	Celem wykładów i ćwiczeń jest zapoznanie studentów w warstwie teoretycznej i praktycznej z problematyką marketingu politycznego, jak również przekazanie ogólnej wiedzy z zakresu marketingu. Student ma zdobyć wiedzę, dzięki której będzie potrafił opisać i wyjaśnić proces marketingu politycznego z uwzględnieniem jego podstawowych uwarunkowań oraz krytycznie rozważyć podstawowe dylematy teoretyczne i praktyczne związane z tą dziedziną. Zajęcia mają także służyć zdobyciu podstawowych umiejętności i kompetencji służących wykorzystaniu zasad i instrumentarium marketingu (zwłaszcza politycznego) w praktyce, a także wypracowaniu postawy doceniającej wartość twórczego i etycznego zaangażowania w te procesy.
Prerequisites	Zna podstawowe teorie dotyczące komunikacji społecznej i zarządzania oraz zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystującej wiedzę z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, właściwych dla studiowanego kierunku

4. Assessment of the learning outcomes of the module

code	type	description	learning outcomes of the module
MP_w_1	Dyskusja moderowana przez prowadzącego w trakcie ćwiczeń	W trakcie dyskusji prowadzący zadaje pytania sprawdzające wiedzę i umiejętności, które dotyczą efektów kształcenia.	MP_U_1, MP_U_2, MP_W_1, MP_W_2, MP_W_3
MP_w_2	Projekty studentów	Projekty studentów W trakcie ćwiczeń studenci w grupach przygotowują projekty oceniane przez prowadzącego, które polegają na opisie, analizie, interpretacji problemów i przypadków właściwych dla przedmiotowej tematyki (np. studia przypadków, debata między studentami) lub wykorzystaniu w praktyce zasad i instrumentarium marketingu politycznego (np. przygotowanie planu kampanii wyborczej).	MP_K_1, MP_K_2, MP_U_1, MP_U_2, MP_W_2, MP_W_3
MP_w_3	Egzamin ustny	Prowadzący zadaje pytania obejmujące przedmiotową wiedzę i stawia problemy do rozwiązania wymagające wykorzystania zdobytych w trakcie zajęć umiejętności.	MP_U_1, MP_U_2, MP_W_1, MP_W_2, MP_W_3

5. Forms of teaching						
code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
MP_fs_1	lecture	wykład wybranych zagadnień z wykorzystaniem pomocy audiowizualnych	20	- przygotowanie studenta do egzaminu - lektura literatury przedmiotowej	40	MP_w_1
MP_fs_2	practical classes	- dyskusja moderowana przez prowadzącego ćwiczenia, - aranżowanie debat, - studia przypadków, - analizowanie i rozwiązywanie praktycznych problemów z zakresu marketingu i reklamy.	20	- studia literatury przedmiotu, - przygotowywanie wystąpień ustnych, - praca w grupie nad projektami realizowanymi w ramach zajęć	70	MP_w_2, MP_w_3