

1.	Nazwa kierunku	doradztwo polityczne i publiczne
2.	Cykl rozpoczęcia	2014/2015 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Marketing polityczny

Kod modułu: 05-DPiP-14-MP

1. Liczba punktów ECTS: 5

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 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. Opis modułu

Opis	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.
Wymagania wstępne	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. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
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. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów kształcenia
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
MP_fs_1	wykład	wykład wybranych zagadnień z wykorzystaniem pomocy audiowizualnych	30	- przygotowanie studenta do egzaminu - lektura literatury przedmiotowej	30	MP_w_3
MP_fs_2	ćwiczenia	- dyskusja moderowana przez prowadzącego ćwiczenia, - aranżowanie debat, - studia przypadków, - analizowanie i rozwiązywanie praktycznych problemów z zakresu marketingu i reklamy.	30	- studia literatury przedmiotu, - przygotowywanie wystąpień ustnych, - praca w grupie nad projektami realizowanymi w ramach zajęć	60	MP_w_1, MP_w_2