

|    |                                |  |
|----|--------------------------------|--|
| 1. | <b>Field of study</b>          | <b>Journalism and Social Communication</b> |
| 2. | Academic year of entry         | 2017/2018 (winter term)                    |
| 3. | Level of qualifications/degree | second-cycle studies                       |
| 4. | Degree profile                 | general academic                           |
| 5. | Mode of study                  | part-time                                  |

**Module:** Marketing polityczny

**Module code:** MP

**1. Number of the ECTS credits:** 4

| 2. Learning outcomes of the module |   |                                    |                                 |
|------------------------------------|---|------------------------------------|---------------------------------|
| code                               | description   | learning outcomes of the programme | level of competence (scale 1-5) |
| MP_K1                              | jest przygotowany do uczestniczenia w projektowaniu działań komunikacyjnych i kampanii wizerunkowych      | K06<br>K09                         | 5<br>5                          |
| MP_K2                              | efektywnie współpracuje w grupie podczas realizacji projektów z zakresu marketingu politycznego           | K03                                | 5                               |
| MP_U1                              | potrafi prawidłowo interpretować i analizować działania podmiotów w obszarze marketingu politycznego      | U03                                | 5                               |
| MP_U2                              | potrafi konstruować strategie marketingowe dla określonych podmiotów politycznych                         | U07<br>U08                         | 4<br>4                          |
| MP_W1                              | definiuje podstawowe koncepcje z zakresu marketingu ze szczególnym uwzględnieniem marketingu politycznego | W01                                | 5                               |
| MP_W2                              | wskazuje najważniejsze tendencje w zakresie rozwoju marketingu politycznego                               | W07                                | 4                               |
| MP_W3                              | rozumie psychologiczne aspekty marketingu politycznego i zna mechanizmy wywierania wpływu na innych       | W06                                | 3                               |

| 3. Module description |   |
|-----------------------|---|
| <b>Description</b>    | Celem modułu 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. |
| <b>Prerequisites</b>  | Zna podstawowe teorie dotyczące komunikacji społecznej i zarządzania oraz posiada podstawową wiedzę z zakresu nauk o polityce   |

| 4. Assessment of the learning outcomes of the module |  |   |                                     |
|--|--|---|-------------------------------------|
| code   | type   | description   | learning outcomes of the module     |
| w1   | Dyskusja moderowana przez prowadzącego w trakcie ćwiczeń | W trakcie dyskusji prowadzący zadaje pytania sprawdzające wiedzę, której dotyczy opisywany efekt kształcenia. Jeśli słuchacz nie dysponuje wystarczającą wiedzą, musi zaliczyć temat w trakcie konsultacji. | MP_K1, MP_U1, MP_W1, MP¬_W2, MP¬_W3 |
| w2   | Projekty zaliczeniowe                                    | Studenci w grupach w oparciu o wiedzę zdobytą na ćwiczeniach przygotowują projekty zaliczeniowe oceniające strategie marketingowe konkretnych podmiotów politycznych.                                       | MP_K1, MP_K2, MP_U1, MP_U2          |
| w3   | Egzamin ustny  | Prowadzący zadaje pytania obejmujące przedmiotową wiedzę i stawia problemy do rozwiązania wymagające wykorzystania zdobytych w trakcie zajęć umiejętności.  | MP_W1, MP¬_W2, MP¬_W3               |

| 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              | practical classes | Zajęcia realizowane są z użyciem poniższych metod:<br>- dyskusja moderowana przez prowadzącego ćwiczenia;<br>- analizowanie studiów przypadku z zakresu marketingu politycznego | 10              | Praca własna studenta obejmuje:<br>- studiowanie literatury przedmiotu;<br>- przygotowanie projektów zaliczeniowych. | 70              | w1, w2  |
| MP_fs_2              | lecture           | wykład wybranych zagadnień z wykorzystaniem pomocy audiowizualnych  | 10              | Praca własna studenta obejmuje studiowanie literatury przedmiotu oraz przygotowanie do egzaminu.                     | 50              | w3  |