

# Marketing i perswazja w sferze publicznej - opis przedmiotu

| Informacje ogólne   |                                           |
|---------------------|-------------------------------------------|
| Nazwa przedmiotu    | Marketing i perswazja w sferze publicznej |
| Kod przedmiotu      | 14.2-WP-SOCD-MPSP                         |
| Wydział             | <a href="#">Wydział Nauk Społecznych</a>  |
| Kierunek            | Socjologia                                |
| Profil              | ogólnoakademicki                          |
| Rodzaj studiów      | drugiego stopnia z tyt. magistra          |
| Semestr rozpoczęcia | semestr zimowy 2018/2019                  |

| Informacje o przedmiocie        |                                                                                  |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Semestr                         | 4                                                                                |
| Liczba punktów ECTS do zdobycia | 3                                                                                |
| Typ przedmiotu                  | obieralny                                                                        |
| Język nauczania                 | polski                                                                           |
| Sylabus opracował               | <ul style="list-style-type: none"><li>dr hab. Lech Szczegóła, prof. UZ</li></ul> |

| Formy zajęć    |                                         |                                        |                                            |                                           |                     |
|----------------|-----------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------|
| Forma zajęć    | Liczba godzin w semestrze (stacjonarne) | Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne) | Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne) | Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne) | Forma zaliczenia    |
| Konwersatorium | 30                                      | 2                                      | -                                          | -                                         | Zaliczenie na ocenę |

## Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z problematyką form i technik komunikowania politycznego i publicznego we współczesnych społeczeństwach oraz podstawami warsztatu analityka procesów formowania opinii publicznej.

## Wymagania wstępne

### Zakres tematyczny

1. Pojęcie i problematyka komunikacji publicznej. System komunikacji masowej.
2. Komunikologia. Teorie i stanowiska.
3. Uczestnicy i aktorzy procesu komunikacji.
4. Media masowe. Opinia publiczna.
5. Badania sondażowe. Funkcje poznawcze i perswazyjne.
6. Propaganda polityczna. Klasyczne socjotechniki perswazji.
7. Kampanie polityczne i wyborcze.
8. Marketing polityczny. Metody i techniki, warunki skuteczności i konsekwencje.
9. Public relations w polityce i sferze publicznej.
10. Reklama polityczna.

## Metody kształcenia

Praca z tekstem, praca w grupach, analiza wybranych przypadków, dyskusja.

## Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

| Opis efektu                                                                                                                                                                                     | Symbole efektów                                                         | Metody weryfikacji                                                                              | Forma zajęć                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Student umie rozwiązywać problemy wymagające podejścia interdyscyplinarnego w procesie badawczym.                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="#">K_K02</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• kolokwium</li></ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Konwersatorium</li></ul> |
| Student potrafi dokonać krytycznej i refleksyjnej analizy procesów zachodzących we współczesnych społeczeństwach odwołując się zarówno do koncepcji teoretycznych jak i do danych empirycznych. | <ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="#">K_U04</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• aktywność w trakcie zajęć</li><li>• kolokwium</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Konwersatorium</li></ul> |
| Student posiada pogłębioną wiedzę na temat polityki oraz uczestnictwa w sferze publicznej.                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="#">K_W15</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• aktywność w trakcie zajęć</li><li>• kolokwium</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Konwersatorium</li></ul> |
| Student potrafi określić wpływ procesów grupowych na zachowanie jednostki.                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="#">K_U10</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• aktywność w trakcie zajęć</li><li>• kolokwium</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Konwersatorium</li></ul> |

## Warunki zaliczenia

|                                                |                                                                    |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Forma zaliczenia                               | Uwagi                                                              |
| Zaliczenie na ocenę                            | Tak                                                                |
| Aktywne uczestnictwo w dyskusjach na zajęciach | Tak                                                                |
| Kolokwium pisemne                              | Tak                                                                |
| Ocena z przedmiotu                             | W 50% jest oceną z kolokwium, w 50% oceną aktywności na zajęciach. |

## Literatura podstawowa

1. McNair B., Wprowadzenie do komunikowania politycznego, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa, Poznań 1998.
2. Dobek-Ostrowska B., Komunikowanie polityczne i publiczne, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
3. Mazur M., Marketing polityczny, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
4. Sułek A., Sondaż polski, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2001.
5. Pawełczyk P., Socjotechniczne aspekty gry politycznej, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2000.

## Literatura uzupełniająca

### Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Jarosław Wagner (ostatnia modyfikacja: 13-04-2018 16:32)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ