

A TANTÁRGY ADATLAPJA

1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş–Bolyai Tudományegyetem Kolozsvár
1.2 Kar	Politika-, Közigazgatás- és Kommunikációtudományi Kar
1.3 Intézet	Politikatudományi intézet
1.4 Szakterület	Politikatudományok
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Politológus

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	Politikai marketing (Marketing politic)						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	dr. Tamás Ágnes						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	dr. Tamás Ágnes						
2.4 Tanulmányi év	2-3	2.5	1.	2.6. Értékelés módja	vizsga	2.7 Tantárgy típusa	választható

3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszama)

3.1 Heti óraszám	4	melyből: 3.2 előadás	28
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	56	melyből: 3.5 előadás	28
A tanulmányi idő elosztása:			
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása			20
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás			10
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása			23
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)			
Vizsgák			
Más tevékenységek:			
3.7 Egyéni munka össz-óraszama	58		
3.8 A félév össz-óraszama	100		
3.9 Kreditszám	5		

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	<ul style="list-style-type: none"> Nincs
4.2 Kompetenciabeli	<ul style="list-style-type: none"> Nyilvánosságelméletek és médiarendszerek ismerete (Kommunikációelmélet, Tömegkommunikáció tárgyak); briefing, helyzetelemzés, célcsoport-szegmentálási módszerek ismerete és alkalmazása (Rendezvényszervezés alapjai tárgy); kutatásmódszertani alapismeretek (Kutatásmódszertan tárgy).

5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> Az előadás zavartalan menete érdekében elvárt a pontos kezdés, az eszközpark biztosítása és a mobiltelefonok lehalkítása. A laptopok használata csak kifejezetten jegyzetelés céljával
--	---

	engedélyezett.
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<ul style="list-style-type: none"> • A szeminárium sikeres elvégzésének kritériumait, a vizsgára jelentkezés feltételeit, az önálló munkák súlyát a végső értékelésben, a nagyobb feladatok és a határidőket, illetve a kötelező szakirodalmi olvasmányokat az első szeminárium alkalmával a hallgatók és a tantárgygazda közösen egyeztetik és rögzítik. Ezek a feltételek a félév végéig kötelező érvényűek maradnak; • a szeminárium sikeres zárásához a kötelező önálló munkák leadása határidőre, illetve a csoportos munkák bemutatása; • a félév során leadott dolgozatoknak egyéni hozzájárulást kell tartalmazniuk. Plágium esetében a hallgató elveszíti a vizsgán és az utóvizsgán való részvételi jogát, esetenként a kari tanács elé terjeszhető az eltanácsolás javaslata; • a szerkesztésnek a standard formátumot kell követnie: 12 pontos Times News Roman, 2,5 cm-s margókeret, egyes vagy másfeles sorköz. Az állomány címének tartalmaznia kell ékezetek nélkül a szerző pontos nevét, a feladat témáját vagy tartalmát; • a csoportos feladatok leadása elektronikus formában történik (rtf, pdf, ppt, prezi vagy videó-állományként) USB hordozón elhozva vagy e-mailben; • a csoportos bemutatóhoz minden csoporttag hozzá kell járuljon, illetve a bemutatón jelen kell legyen, ellenkező esetben nem kap pontot az adott feladatra; • az írásbeli vizsgán mindenféle segédeszköz használata tilos; • a szemináriumi tevékenységeken a részvétel 70%-ban kötelező.

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • A szervezeti magatartással és -fejlesztéssel kapcsolatos szaknyelv és elméleti ismeretek elsajátítása; • Az elméleti ismeretek alkalmazása különféle szervezeti helyzetek magyarázatára; • A szervezetelemzés módszertanának elsajátítása; • Szervezeti diagnóziskészítés; • Szervezeti kommunikációs terv elkészítése; • Szervezeti kommunikációt érintő tanácsadásra való felkészülés.
Transzverzális kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • Közepes bonyolultságú problematikus helyzetek hatékony kezelése megfelelő elméleti alátámasztással és gyakorlati megoldásokkal, betartva a szakmai és deontológiai szempontokat; • Projektvezetői kompetenciák kialakítása a szervezeti elemzés terén; • Együttműködési készség kifejlesztése a csoportfeladatok és tanácsadói beavatkozások ellátása érdekében; • Multidiszciplináris munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása, a csoporton belüli szerepnek megfelelő munkavégzés.

7. A tantárgy célkitűzései (az elsajátítandó jellemző kompetenciák alapján)

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	<ul style="list-style-type: none"> • A tantárgy általános célkitűzése, hogy a félév végére a hallgatók megismerjék a szervezeti kommunikáció elméleti és gyakorlati vonatkozásait, és képesek legyenek különböző szervezeti helyzetek kommunikációjára vonatkozóan szakmai javaslatot tenni.
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> • A tantárgy sajátos célkitűzései közé tartozik, hogy a hallgatók megértsék a szervezeteknek a társadalomban betöltött funkcióját, a szervezetek működésének sajátosságait és a szervezeti szereplők magatartásának jellegzetességeit. • A hallgatók megismerik a szervezeti működés pszichológiai és szociológiai vonatkozásait, továbbá a szervezeti életet lényegesen befolyásoló szervezeti kultúra szerepét a változás és a fejlődés folyamatában. • Ugyanakkor a hallgatók elsajátítják a szervezeti diagnóziskészítés módszertanát és a szervezeti kommunikációs stratégia kidolgozásának lépéseit. • A szemináriumi munka révén a hallgatók a szervezetek működésének gyakorlati oldalát is megismerik. • A félévi tevékenység egy működő szervezet online kommunikációs stratégiájának elkészítésével zárul, amely reális felméréseken alapszik, és gyakorlati következtetéseket és megoldásokat fogalmaz meg.

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. A politikai kommunikáció, a politikai marketing	Vetített interaktív előadás; esettanulmány	
2. Médiatervezés a politikai kommunikációban	Vetített interaktív előadás; esettanulmány	
3. Választási kampányok fejlődése (hazai és nemzetközi kampányok)	Vetített interaktív előadás; esettanulmány	
4. A romániai magyar választók jellemzői: meghívott előadó	Vetített interaktív előadás; esettanulmány	
5. Választási kampányok tervezése: kutatás, pozicionálás, célcsoportok, üzenet.	Vetített interaktív előadás; esettanulmány	
6. Választási kampányok tervezése: csapat, naptár, pénz, mobilizálási technikák.	Vetített interaktív előadás; esettanulmány	
7. Választási kampányok kommunikációja:	Vetített interaktív	

csatornák, tervezés, eszközök.	előadás; esettanulmány
8. Választási kampányok kommunikációja a gyakorlatban: meghívott előadó (RMDSZ)	Vetített interaktív előadás; esettanulmány
9. Választási kampányok kommunikációja a gyakorlatban: meghívott előadó (EMNP)	Vetített interaktív előadás; esettanulmány
10. A politikai marketing online eszköztára	Vetített interaktív előadás; esettanulmány
11. A Facebook hatalma	Vetített interaktív előadás; esettanulmány
12. A választókkal való közvetlen kommunikáció	Vetített interaktív előadás; esettanulmány
13. A hazai politikai színtér: meghívott előadó	Vetített interaktív előadás; esettanulmány
14. Összegzés. Félév végi bemutatók	Vetített interaktív előadás; esettanulmány. Értékelés

Könyvészet

1. McNair Brian: *Introducere în comunicare politică*. Polirom Kiadó, Iasi, Collegium sorozat, 2007.
2. Delany, Colin: *Learning from Obama. Lessons for Online Communicators in 2009 and Beyond*. E-Politics, 2009.
3. Delany Colin: *Online Politics 101. The Tools and Tactics of Online Political Advocacy*, E.politics, 2008.
4. Kádár Magor: *A kampánykommunikáció. Kézikönyv a kommunikációs kampányok tervezéséhez és elemzéséhez*. Kriterion Könyvkiadó, Kolozsvár, 2008.
5. Kádár Magor: *A média, mint partner. Gyakorlati kézikönyv a médiával való kapcsolattartás módszeréről*. Kriterion Könyvkiadó, Kolozsvár, 2007.
6. Kiss Balázs – Boda Zsolt: *Politika az interneten*. Editura Századvég, Budapest, 2005.
7. Newman Bruce I.: *The Mass Marketing of Politics. Democracy in an Age of Manufactured Images*. Sage Publications, 1999.
8. Tudor Sorin: *Politica 2.0 Politica marketingului politic*, Editura Tritonic, București, 2008.
9. Szeles Péter: *Nagy PR-könyv*. Management Kiadó, Budapest, 2001. (Hírnév, reputáció, imázs)

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. A romániai pártok elemzése: arculat, pozicionálás.		Önálló munka

2. A romániai pártok honlapjainak elemzése: szempontok kidolgozása szakirodalom alapján.		Önálló munka
3-4. A romániai pártok honlapjainak elemzése: formai elemzés.		Önálló munka
5-6. A romániai pártok honlapjainak elemzése: tartalmi elemzés.		Önálló munka
7. Médiaszereplés elemzése: erdélyi magyar politikus.		Önálló munka

Könyvészet

1. McNair Brian: *Introducere în comunicare politică*. Polirom Kiadó, Iasi, Collegium sorozat, 2007.
2. Delany, Colin: *Learning from Obama. Lessons for Online Communicators in 2009 and Beyond*. E-Politics, 2009.
3. Delany Colin: *Online Politics 101. The Tools and Tactics of Online Political Advocacy*, E.politics, 2008.
4. Kádár Magor: *A kampánykommunikáció. Kézikönyv a kommunikációs kampányok tervezéséhez és elemzéséhez*. Kriterion Könyvkiadó, Kolozsvár, 2008.
5. Kádár Magor: *A média, mint partner. Gyakorlati kézikönyv a médiával való kapcsolattartás módszeréről*. Kriterion Könyvkiadó, Kolozsvár, 2007.
6. Kiss Balázs – Boda Zsolt: *Politika az interneten*. Editura Századvég, Budapest, 2005.
7. Newman Bruce I.: *The Mass Marketing of Politics. Democracy in an Age of Manufactured Images*. Sage Publications, 1999.
8. Tudor Sorin: *Politica 2.0 Politica marketingului politic*, Editura Tritonic, București, 2008.
9. Szeles Péter: *Nagy PR-könyv*. Management Kiadó, Budapest, 2001. (Hírnév, reputáció, imázs)

9. Az episztemikus közösségek képviselői, a szakmai egyesületek és a szakterület reprezentatív munkáltatói elvárásainak összhangba hozása a tantárgy tartalmával.

- A tárgy felépítése és tartalma figyelembe veszi a szakmai szövetségek ajánlásait, a piaci helyzetet és a változásokat.

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.4 Előadás	Elméleti tudás, könyvészet ismerete	Önálló munka	20%
10.5 Szeminárium / Labor	Tervek, elemzések elkészítése és leadása határidőre	Csoportos munka	30%
	Pártok/politikusok online kommunikációja projekt	Csoportos munka / bemutató	50%
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
<ul style="list-style-type: none"> • A vizsga minden szakaszán a minimális 5 érdemjegy elérése. • A szemináriumi részvételi arány min. 70%-án. 			

Kitöltés dátuma

2018-09-30

Előadás felelőse

dr. Tamás Ágnes

Szeminárium felelőse

dr. Tamás Ágnes



Az intézeti jóváhagyás dátuma

Intézetigazgató

2018-09-30

