

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	Kommunikáció, közkapcsolatok és Reklám Intézet
1.4 Szakterület	Kommunikáció
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Kommunikációs szakértő / Specializat în Științele Comunicării

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	Politikai marketing (ULM4559)						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	dr. Seer László-Csaba, egyetemi adjunktus						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	drd. Lázár Beáta, doktorandusz						
2.4 Tanulmányi év	III	2.5 Félév	5	2.6. Értékelés módja	Vizsga	2.7 Tantárgy típusa	DS

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

3.1 Heti óraszám	3	melyből: 3.2 előadás	1	3.3 szeminárium/labor	2
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	42	melyből: 3.5 előadás	14	3.6 szeminárium/labor	28
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					10
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					16
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					20
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					4
Vizsgák					2
Más tevékenységek:.....					
3.7 Egyéni munka össz-óraszám	58				
3.8 A félév össz-óraszám	100				
3.9 Kreditszám	4				

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	• nincsenek
4.2 Kompetenciabeli	• nincsenek

5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	• Az előadás zavartalan menete érdekében elvárt a pontos kezdés, az eszközpark biztosítása és a mobiltelefonok lehalkítása; • a laptopok, táblagépek és egyéb okoseszközök használata csak jegyzetelés céljával engedélyezett.
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	• A szeminárium sikeres elvégzésének kritériumait, a vizsgára jelentkezés feltételeit, az önálló munkák súlyát a végső értékelésben, a nagyobb feladatokat 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 kötelező a csoportos munkák határidőre történő leadása és bemutatása;

	• A félév során leadott dolgozatoknak egyéni hozzájárulást kell tartalmazniuk. Plágium esetében a hallgató elveszíti a vizsgán és utóvizsgán való részvétel jogát, esetenként a kari tanács előterjeszhető az eltanácsolás javaslata; • A szerkesztésnek a standard formátumot kell követnie: A4-es oldalbeállítás, 12 betűméret, Times New Roman betűtípus, 2,5 cm-s (1 hüvelyk) margókeret, 1.5 sorköz. sorkizárt szövegelrendezés. A leadott állományok elnevezése a következő struktúrát követi: csapattagok családnévei_évszám (pl. Ambrus_Balázs_Ceglédi_Demeter_2017.pdf) • A csoportos feladatok leadása elektronikus úton történik. A szöveges állományok esetében elfogadott formátumok: pdf; a prezentációk esetében elfogadott formátumok: ppt, pdf, prezi.
--	---

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	• C1. Az információ- és kommunikációtudományok területéhez kapcsolódó szaknyelv és a szakmai ismeretek elsajátítása; • C2. A korszerű információszerzési és kommunikációs módszerek ismerete és használata, beleértve a new media eszközeit is; • C3. A kommunikációban részt vevő felek és célcsoportok ismerete; • C4. Egy közkapcsolati / reklámkommunikációs termék előállítása és promoválása, közepes komplexitású kommunikációs kampányok megtervezése és lebonyolítása;
Transzverzális kompetenciák	• CT1. Felerősülő szakmai problémák megfelelő indoklás – elmélet és gyakorlati – mentén történő megoldása. • CT2. Hatékony munkavégzés készségének elsajátítása a csoportos projekt feladatokban, multidiszciplináris környezetben • CT3. A szakmai fejlődés igényének önértékelése, a hatékony munkaerőpiaci beilleszkedés érdekében.

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

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	• A féléves tantárgy célja, hogy a diákokat bevezesse a politikai marketing világába és megismertesse a szakterület legfontosabb alapfogalmaival, rávilágítva a klasszikus kereskedelmi marketing és a politikai marketing közötti összefüggésekre, valamint különbségekre.
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	• A politikai marketing sajátos szaknyelvének elsajátítása • Kritikai és analitikus gondolkodás fejlesztése • Politikai kommunikációs kutatások elvégzésének képessége • Korszerű infokommunikációs eszközök használata választási kampányokban

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
01. Politikai marketing és kommunikáció	Vetített, interaktív előadás;	
02. Médiatervezés a politikai kampányokban	Vetített, interaktív előadás;	
03. Választási kampányok megtervezése	Vetített, interaktív előadás;	
04. Választópolgárok Erdélyben (fogyasztói magatartás)	Vetített, interaktív előadás;	
05. Választási kampányok megvalósítása (1)	Vetített, interaktív előadás;	
06. Választási kampányok megvalósítása (2)	Vetített, interaktív előadás;	
07. Kommunikáció választási kampányokban: csatornák, design, eszközök	Vetített, interaktív előadás;	
08. Kommunikáció a választási kampányokban: ATL és BTL eszköztár alkalmazása	Vetített, interaktív előadás;	
09. Kommunikáció a választási kampányokban: Online és offline eszköztár alkalmazása és viszonya	Vetített, interaktív előadás;	
10. A digitális marketing szerepe a választási kampányokban	Vetített, interaktív előadás;	
11. Közösségi média és választási kampányok	Vetített, interaktív előadás;	
12. Facebook kommunikáció a választások során	Vetített, interaktív előadás;	
13. Aktuális trendek a politikai marketingben	Vetített, interaktív előadás;	
14. Féléves tárgy összegzése és közös értékelés	Vetített, interaktív előadás;	

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. Romániai pártok elemzése (identitás)	Kiscsoportos foglalkozás	
2. Romániai pártok elemzése (weboldalak)	Kiscsoportos foglalkozás	
3. Romániai pártok elemzése (social media)	Kiscsoportos foglalkozás	
4. Diskurzuselemzés (politikai jelöltek)	Kiscsoportos foglalkozás	
5. Médiamegjelenések elemzése (jelöltek)	Kiscsoportos foglalkozás	
6. Választási kampányok tervezése (üzenetek)	Kiscsoportos foglalkozás	
7. Választási kampányok tervezése (csatornák)	Kiscsoportos foglalkozás	

Bibliográfia

- 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. KriterionKönyvkiadó, Kolozsvár, 2007.
- 6.Kiss Balázs – Boda Zsolt: Politika az interneten. Editura Századvég, Budapesta, 2005.
- 7.Newman Bruce I.: The Mass Marketing of Politics. Democracy in an Age of Manufactured Images. SagePublications, 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
Előadás	Elméleti tudás értékelése	Írásbeli rácseszt	60%
Szeminárium	Gyakorlati tudás értékelése	Kiscsoportos projektmunkák	40%
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
• A részvételi arány az érvényes szabályozások értelmében min. 70% • A tantárgyi értékelés minden szakaszán a legalább 50%-os teljesítmény elérése			

Kitöltés dátuma
2024.10.01.

Előadás felelőse
dr. Seer László, adjunktus

Szeminárium felelőse
drd. Lázár Beáta

Az intézeti jóváhagyás dátuma
2024.10.05.

Intézetigazgató
dr. Hosu Ioan, egyetemi tanár