

## 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 <input type="checkbox"/> tiin <sup>ă</sup> le Comunicării

### 2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	<b>Politikai marketing</b> (Marketing politic)						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	dr. Zörgő Noémi, egyetemi adjunktus						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	dr. Zörgő Noémi, egyetemi adjunktus						
2.4 Tanulmányi év	III.	2.5 Félév	1	2.6. Értékelés módja	Vizsga	2.7 Tantárgy típusa	DS

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

3.1 Heti óraszám	4	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	1
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	42	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	14
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					36
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					14
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					23
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					8
Vizsgák					2
Más tevékenységek: .....					
3.7 Egyéni munka össz-óraszám	83				
3.8 A félév össz-óraszám	125				
3.9 Kreditszám	5				

### 4. Előfeltételek (ha vannak)

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

### 5. Feltételek (ha vannak)

<p>5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Az előadás zavartalan menete érdekében elvárt a pontos kezdés, az eszközpark biztosítása és a mobiltelefonok lehalkítása;</li> <li>• a laptopok használata csak jegyzetelés céljával engedélyezett;</li> <li>• a félév során minden előadás elején 3 kérdésből álló röpdolgozat írása, amely az órát megelőző hét bel- és külpolitikai történéseire kérdez rá (70% teljesítése kötelező).</li> </ul>
<p>5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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; <ul style="list-style-type: none"> <li>• a szeminárium sikeres zárásához kötelező az önálló munkák leadása határidőre, illetve a csoportos munkák bemutatása;</li> <li>• 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;</li> <li>• a szerkesztésnek a standard formátumot kell követnie: 12 pontos Times New Roman, 2,5 cm-s (1 hüvelyk) margókeret, egyes vagy másfeles sorköz. Az állomány címének tartalmaznia kell ékezetek nélkül a szerző nevét, a feladat témáját vagy tartalmát;</li> <li>• a csoportos bemutatók leadása elektronikus formában történik (rtf, pdf, ppt, prezi vagy videó-állományként) USB hordozón elhozva;</li> <li>• a csoportos bemutatóhoz minden csoporttag hozzá kell járuljon, illetve a bemutatón jelen kell legyen, ellenkező esetben nem kap pontot az adott feladatra;</li> <li>• az írásbeli vizsgán mindenféle segédeszköz használata tilos.</li> </ul> </li> </ul>

## 6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

<b>Szakmai kompetenciák</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C1. Az információ- és kommunikációtudományok területéhez kapcsolódó szaknyelv és a szakmai ismeretek elsajátítása;</li> <li>• C2. A korszerű információszerzési és kommunikációs módszerek ismerete és használata, beleértve a new media eszközeit is;</li> <li>• C3. A kommunikációban részt vevő felek és célcsoportok ismerete;</li> </ul>
<b>Transzverzális kompetenciák</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CT2. Multidiszciplináris munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása, a csoporton belüli szerepek megfelelő munkavégzés;</li> <li>• CT3 Az egyéni szakmai fejlődés tényszerű felmérése, a munkaerőpiacra való belépés és az elvárásoknak megfelelő fejlődés érdekében;</li> </ul>

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

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A féléves tárgy célja a diákokkal megismertetni a politikai marketing alapjait, a kampány folyamatát és technikáit, illetve a politikai marketing eszközök használatának módjait. Az előadások a politikai kommunikáció és a politikai marketing elméletét tárgyalják, míg a szemináriumok témakörei annak gyakorlati oldalát mutatják be (jelölt arculatépítése, kampánytervezés, stratégiai és taktikai lehetőségek).</li> </ul>
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Az előadások elsődleges célja a politikai marketing ismeretek megalapozása;           <ul style="list-style-type: none"> <li>• a szemináriumok célja a gyakorlatoztatás és a csoportmunka, a tapasztalati és élménypedagógia módszereivel elsajátítani a politikai marketing technikákat, a kommunikációs csatornák használatát, az elemzési és tervezési módszereket;</li> <li>• a csoportos feladatok célja gyakorolni a csoportmunkát;</li> <li>• a bemutatók, fejlesztve az egyéni prezentációs készségeket, a közszereplésre, valós prezentációs helyzetek kezelésére (politikusi arculat kidolgozása és bemutatása) készítik fel a hallgatókat;</li> <li>• a különböző munkamódszerek elsajátítása érdekében sor kerül</li> </ul> </li> </ul>

## 8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. A politikai marketing, a politikai PR és a politikai kommunikáció	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
2. A romániai politikai és választási színtér	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
3. Jelöltállítás és arculatépítés	Vetített, interaktív	

	előadás; esettanulmány.	
4. A személyes arculat kialakítása	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
5. A közszereplés alapjai. Megjelenés a választók előtt. Romániai magyar képviselők, szenátorok és polgármesterek elemzése – csoportmunka.	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
6. Arculatelemzések – bemutató	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
7. A politikai marketing eszköztára. A politikai reklámok típusai.	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
8. Kampánytípusok a politikában.	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
9. A választási döntések mechanizmusai	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
10. A hazai politikai színtér: meghívott előadó (RMDSZ)	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
11. A hazai politikai színtér: meghívott előadó (EMNP)	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
12. A hazai politikai színtér: meghívott előadó (MPP)	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
13. A magyarországi és az amerikai politikai helyzet	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány.	
14. Összegzés. Félév végi bemutatók	Vetített, interaktív előadás; esettanulmány. Értékelés	

#### Könyvészet

1. McNair Brian: Introducere în comunicare politică. Polirom Kiadó, Iași, Collegium sorozat, 2007.
2. Newman, Bruce I.: Politikai marketing mint kampánystratégia. Bagolyvár Könyvkiadó, Bp., 2000.
3. Kádár Magor: Kampánykommunikáció. Kézikönyv a kommunikációs kampányok tervezéséhez és elemzéséhez. Kriterion Könyvkiadó, Kolozsvár, 2008.
4. Newman, Bruce I.: The Mass Marketing of Politics. Democracy in an Age of Manufactured Images. Sage Publications, 1999.
5. Szeles Péter: Nagy PR-könyv. Management Kiadó, Budapest, 2001. (Hírnév, reputáció, imázs).
6. Kádár Magor: A média, mint partner. gyakorlati kézikönyv a médiával való kapcsolattartás módszereiről. Kriterion Könyvkiadó, Kolozsvár, 2007.
7. Pratkanis, A. R. – Aronson, E.: A rábeszélőgépj. Élni és visszaélni a meggyőzés mindennapos mesterségével. Ab Ovo Kiadó, Bp., 1992.

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. A romániai pártok elemzése: arculat, pozicionálás.		Önálló munka
2. Belpolitikai esettanulmány: nyilatkozat elkészítése konkrét helyzetre		Önálló munka
3. Választási kampány – vita szimuláció		Önálló munka
4. Politikai beszéd – tetszőleges politikus számára beszéd írása		Önálló munka

5. Médiaszereplés elemzése – romániai magyar politikusok		Önálló munka
6. Az erdélyi magyar politikusi palettáról hiányzó politikusi profil megtervezése		Önálló munka
7. Szemináriumi feladatok értékelése		

#### Könyvészet

1. McNair Brian: Introducere în comunicare politică. Polirom Kiadó, Iași, Collegium sorozat, 2007.
2. Newman, Bruce I.: Politikai marketing mint kampánystratégia. Bagolyvár Könyvkiadó, Bp., 2000.
3. Kádár Magor: Kampánykommunikáció. Kézikönyv a kommunikációs kampányok tervezéséhez és elemzéséhez. Kriterion Könyvkiadó, Kolozsvár, 2008.
4. Newman, Bruce I.: The Mass Marketing of Politics. Democracy in an Age of Manufactured Images. Sage Publications, 1999.
5. Szeles Péter: Nagy PR-könyv. Management Kiadó, Budapest, 2001. (Hírnév, reputáció, imázs).
6. Kádár Magor: A média, mint partner. gyakorlati kézikönyv a médiával való kapcsolattartás módszereiről. Kriterion Könyvkiadó, Kolozsvár, 2007.
7. Pratkanis, A. R. – Aronson, E.: A rábeszélőgépj. Élni és visszaélni a meggyőzés mindennapos mesterségével. Ab Ovo Kiadó, Bp., 1992.

#### 9. Az epiztemikus 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	Röpdolgozatok	Írásbeli vizsga	A végső jegy 20%-a
	Félév végi vizsga (a félév teljes anyaga, illetve a kötelező könyvészet)	Írásbeli vizsga	A végső jegy 40%-a
10.5 Szeminárium / Labor	Önálló munkák: tervek, elemzések elkészítése és leadása határidőre	Önálló munka	A végső jegy 20%-a
	Politikusi arculat – csoportos projekt	Csoportos munka	A végső jegy 20%-a
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A szemináriumi részvételi arány min. 70%.</li> <li>• A vizsga minden szakaszán a minimális 5 érdemjegy elérése.</li> </ul>			

Kitöltés dátuma

2013. 04. 15.

Előadás felelőse

dr. Zörgő Noémi, adjunktus

Szeminárium felelőse

dr. Zörgő Noémi, adjunktus

*Zörgő*

Az intézeti jóváhagyás dátuma

2013. 04. 15.

Intézetigazgató

dr. Hosu Ioan, docens