

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

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	III.	2.5 Félév	1.	2.6. Értékelés módja	vizsga	2.7 Tantárgy típusa	választható

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

3.1 Heti óraszám	3	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					20
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					10
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					23
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					3
Vizsgák					2
Más tevékenységek:					0
3.7 Egyéni munka össz-óraszama	58				
3.8 A félév össz-óraszama	100				
3.9 Kreditszám	4				

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 terjeszthető 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 szerepek 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 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	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

2017-09-30

Előadás felelőse

dr. Tamás Ágnes

Szeminárium felelőse

dr. Tamás Ágnes

Az intézeti jóváhagyás dátuma

2017-09-30

Intézetigazgató

dr. Habil. Husu Ioan, egyetemi tanár