

## 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	<b>Politikai marketing (Marketing politic)</b>						
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"> <li>Nincs</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)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	<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 kifejezetten jegyzetelés céljával</li> </ul>
--	---

	engedélyezett.
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	<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 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;</li> <li>• a szeminárium sikeres zárásához a kötelező 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 az utóvizsgán való részvételi jogát, esetenként a kari tanács elé terjeszthető az eltanácsolás javaslata;</li> <li>• 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;</li> <li>• a csoportos feladatok leadása elektronikus formában történik (rtf, pdf, ppt, prezi vagy videó-állományként) USB hordozón elhozva vagy e-mailben;</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> <li>• a szemináriumi tevékenységeken a részvétel 70%-ban kötelező.</li> </ul>

## 6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A politikai kommunikációval és marketinggel kapcsolatos szaknyelv és elméleti ismeretek elsajátítása;</li> <li>• Az elméleti ismeretek alkalmazása különféle politikai helyzetek magyarázatára;</li> <li>• A politikai marketing módszertanának elsajátítása;</li> <li>• Politikai kommunikációs és marketing terv elkészítése;</li> <li>• Politikai kommunikációt és marketinget érintő tanácsadásra való felkészülés.</li> </ul>
Transzverzális kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Közepes bonyolultságú problematikus helyzetek hatékony kezelése megfelelő elméleti alátámasztással és gyakorlati megoldásokkal, betartva a szakmai és deontológiai szempontokat;</li> <li>• Együttműködési készség kifejlesztése a csoportfeladatok és tanácsadói beavatkozások ellátása érdekében;</li> <li>• Multidiszciplináris munkacsoportban való hatékony munkavégzés elsajátítása, a csoporton belüli szerepnek megfelelő munkavégzés.</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 tantárgy általános célkitűzése, hogy a félév végére a hallgatók megismerjék a politikai kommunikáció és marketing elméleti és gyakorlati vonatkozásait, és képesek legyenek különböző politikai aktorok kommunikációjára vonatkozóan szakmai javaslatot tenni.</li> </ul>
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<ul style="list-style-type: none"> <li>A tantárgy sajátos célkitűzései közé tartozik, hogy a hallgatók elsajátítják a területéhez tartozó szaknyelvet.</li> <li>A csoportos és egyéni munka révén a hallgatók a politikai marketing működésének gyakorlati oldalát is megismerik.</li> <li>A tantárgy sajátos célkitűzései közé tartozik a modern politikai kommunikáció és marketing szemléletmódjának kialakítása.</li> </ul>

## 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: csatornák, tervezés, eszközök.	Vetített interaktív 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		Önálló munka

politikus.		
<b>Könyvészet</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. McNair Brian: <i>Introducere în comunicare politică</i>. Polirom Kiadó, Iasi, Collegium sorozat, 2007.</li> <li>2. Delany, Colin: <i>Learning from Obama. Lessons for Online Communicators in 2009 and Beyond</i>. E-Politics, 2009.</li> <li>3. Delany Colin: <i>Online Politics 101. The Tools and Tactics of Online Political Advocacy</i>, E.politics, 2008.</li> <li>4. Kádár Magor: <i>A kampánykommunikáció. Kézikönyv a kommunikációs kampányok tervezéséhez és elemzéséhez</i>. Kriterion Könyvkiadó, Kolozsvár, 2008.</li> <li>5. Kádár Magor: <i>A média, mint partner. Gyakorlati kézikönyv a médiával való kapcsolattartás módszeréről</i>. Kriterion Könyvkiadó, Kolozsvár, 2007.</li> <li>6. Kiss Balázs – Boda Zsolt: <i>Politika az interneten</i>. Editura Századvég, Budapest, 2005.</li> <li>7. Newman Bruce I.: <i>The Mass Marketing of Politics. Democracy in an Age of Manufactured Images</i>. Sage Publications, 1999.</li> <li>8. Tudor Sorin: <i>Politica 2.0 Politica marketingului politic</i>, Editura Tritonic, București, 2008.</li> <li>9. Szeles Péter: <i>Nagy PR-könyv</i>. Management Kiadó, Budapest, 2001. (Hírnév, reputáció, imázs)</li> </ol>		

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• A tárgy felépítése és tartalma figyelembe veszi a szakmai szövetségek ajánlásait, a piaci helyzetet és a változásokat.</li> </ul>
--

**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"> <li>• A vizsga minden szakaszán a minimális 5 érdemjegy elérése.</li> <li>• A szemináriumi részvételi arány min. 70%-án.</li> </ul>			

Kitöltés dátuma

2020-09-27

Előadás felelőse

dr. Tamás Ágnes

Szeminárium felelőse

dr. Tamás Ágnes

Az intézeti jóváhagyás dátuma

2020-09-27

Intézetigazgató

dr. Habil. Husu Ioan, egyetemi tanár