Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/21bdMARK039/21
Názov predmetu	politická komunikácia a politický marketing
Rozsah	2P
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Matej Martovič, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Predmet je ukončený písomným testom.

100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX)

Výsledky vzdelávania

- osvojí si teoretické vedomosti z oblasti vývoja a zákonitostí politickej komunikácie, pravidiel a právnych noriem upravujúcich politické kampane v SR, ako aj z problematiky lobingu a úloh hovorcu či spin-doctora,

- získa praktické zručnosti pri analýze reálnych politických kampaní, vyhodnocovaní jednotlivých nástrojov politickej komunikácie a pri práci s prípadovými štúdiami z odrazu súčasnej politickej praxe,

- nadobudne kompetencie kriticky posudzovať vplyv technologického pokroku a vývoja spoločnosti na politický marketing, samostatne vyhodnocovať komunikáciu politických subjektov a uplatňovať etické aj právne rámce v politickej praxi.

Stručná osnova predmetu

Úvod do politickej komunikácie a politického marketingu - definícia politickej komunikácie a politického marketingu
Historický vývoj politickej komunikácie a politického marketingu
Volebné zákony SR: politická komunikácia v období volieb a volebný marketing
Politika a spoločnosť. Prostredie politickej komunikácie
Politický marketing - marketingový mix v politickom marketingu
Politické strany a miesto politických strán v politickom marketingu
Komunikačný mix v politickom marketingu
Lobbing
Súčasnosť politickej komunikácie: hovorca a spin-doctor
Formy politických kampaní: pozitívna, negatívna kampaň a permanentná kampaň
Digitálna politická komunikácia
Prípadové štúdie politickej komunikácie a marketingu politických strán doma a vo svete

Odporúčaná literatúra

CHUDINOVÁ, E., & TUŠER, A. (2013). Kompetentný hovorca. Žilina: Eurokódex.

DAVIES, P. J. (2006). Winning Elections with Political Marketing. Routledge.

GIANSATE, G. (2015). Online Political Communication. University of London.

JABLONSKI, A. (2006). Politický marketing. Brno: Barrister a Principal.

KENSKI, K., & JAMIESON, K. H. (2019). Oxford Handbook of Political Communication. Oxford University Press Inc.

KRČEK, J. (2013). Politická komunikace: od res publica po public relations. Praha: Garda Publishing, a. s.

MARLAND, A., GIASSON, T., & SMALL, T. A. (2015). Political Communication in Canada: Meet the Press and Tweet the Rest. Ubc Press.

McNAIR, B. (2017). Introduction to Political Communication. London: Taylor & Francis Ltd.

MUHLMANN, G. (2007). Political History of Journalism. Wiley-Blackwell.

Political Communication in Britain. (2018). Springer Nature Switzerland AG.

ŠTĚDROŇ, B. A KOL. (2013). Politika a politický marketing. Praha: C. H. Beck.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Slovenský