

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

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

Prípadová štúdia = 30%

Účasť = 10%

Test = 60%

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

Výsledky vzdelávania

- osvojí si problematiku, ktorá súvisí s politickou komunikáciou a politickým marketingom - predmet prepája teoretické poznatky a vedomosti s praktickými ukážkami a prípadovými štúdiami, ktoré odrážajú realitu politickej komunikácie a politického marketingu. Štu

- oboznámi sa s pravidlami politickej kampane v podmienkach Slovenskej republiky, ktoré upravujú právne normy,

- zoznámi sa aj s vývojom politickej komunikácie a politického marketingu, ktorý úzko súvisí s vývojom spoločnosti a technologického pokroku,

- je schopný analyzovať politické kampane z pohľadu politickej komunikácie a jednotlivých nástrojov politickej komunikácie, pričom sa oboznámi aj s dôležitým nástrojom politického marketingu - lobingom a úlohami hovorcu a spin-doctora v rámci politickej komunikácie.

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.

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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Slovenský