

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FSV UCM
Kód predmetu	UPVVS/ESPO/MgE/003/24
Názov predmetu	Politický marketing
Rozsah	8sP
Počet kreditov	3
Vyučujúci	PhDr. Martin Daško, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

PRE PREZENČNÚ FORMU ŠTÚDIA:

Podmienkou úspešného absolvovania predmetu je aktívne sa zúčastňovať prednášok, ktoré budú mať z časti seminárnu formu. Študenti počas semestra plnia dopredu stanovené zadania, diskutuje sa o vybraných témach, prezentujú sa rôzne typy politického marketingu vybraných kandidátov či politických strán v SR alebo v krajinách EÚ či vo svete. Predmet je ukončený záverečnou písomnou skúškou (otvorené otázky). Podmienkou pripustenia k záverečnej skúške sú argumentačné prezentácie o politickom marketingu vo vybraných voľbách (odprezentované a schválené vyučujúcim). Na úspešné absolvovanie záverečnej skúšky je potrebný minimálny percentuálny počet bodov na úrovni 56 % (známka E).

PRE DIŠTANČNÚ FORMU ŠTÚDIA:

V prípade dištančnej formy štúdia (vzhľadom na situáciu ohľadom opatrení voči COVID 19) automaticky predmet prechádza do on-line formy. Študenti budú na týždennej báze dostávať potrebné materiály k jednotlivým prednáškam (prezentácie, materiály a pod.) plus pokyny k jednotlivým povinným zadaniam. Skúška bude písomná (otvorené otázky) v platforme MS Teams. Podmienkou pripustenia ku skúške sú povinné prezentácie, ktoré študenti budú prezentovať on-line alebo formou powerpointových prezentácií k vybraným formám politického marketingu so zvukovým záznamom študentov s ich vysvetlením (forma určená po vzájomnej dohode so študentmi v ročníku). Všetky podmienky a presné náležitosti študenti dostanú vopred vzhľadom na situáciu.

Pre externú formu štúdia študenti plnia semestrálne zadania v podobe nahrávaných prezentácií s vlastným vysvetlením konkrétnych vybraných foriem politického marketingu vopred schválených vyučujúcim. Úspešné zvládnutie semestrálnych zadaní je podmienkou pre pripustenie študentov k záverečnej písomnej skúške (otvorené otázky).

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať v súčte z oboch častí minimálne 56 %

Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %):

A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).

Výsledky vzdelávania

Študenti absolvovaním predmetu získava nasledovné vedomosti, zručnosti a kompetencie:

Vedomosti:

Študenti nadobúdajú praktické vedomosti v poznaní politického marketingu v praxi na konkrétnych príkladoch zo slovenského a zahraničného prostredia. Učia sa analyzovať a kriticky argumentovať pozitívne a negatívne stratégie politických strán a kandidátov v rôznych typoch volieb. Učia sa navzájom, pretože príklady z praxe prezentujú skupinovo a diskutujú o rôznych možnostiach aplikácie teoretických poznatkov na reálne fungovanie politického marketingu.

Zručnosti:

Podstatnými zručnosťami sú schopnosť odosobniť sa od analyzovaných príkladov z praxe, kriticky a na základe dát expertne hodnotiť úspešnosť a neúspešnosť rôznych druhov politického marketingu, učia sa diskutovať a argumentovať, samostatne hodnotiť politické programy a predikovať úspešnosť politických kampaní, taktiež vedia vysvetliť laicky aj expertne teoretické poznatky o politickom marketingu v prepojení na prax.

Profesijné kompetencie:

Študenti nadobúdajú kompetencie k zostaveniu prvkov podstatných pre úspešnosť politických kampaní, vedia v budúcnosti využiť svoje znalosti a zručnosti z predmetu na asistenčných pozíciách pri politických kampaniach kandidátov či politických strán, získavajú kompetencie v expertnom (odbornom) hodnotení politického marketingu, zručnosti a vedomosti vedia uplatniť ako v súkromnom aj verejnom sektore.

Prenositel'né kompetencie:

Schopnosť diskutovať, analyzovať, hodnotiť/ evaluovať, predmet podporuje kreativitu a originalitu a podporuje vlastné pochopenie a analýzu politického marketingu z reálnych príkladov z praxe, predmet vedie aj k iným zručnostiam ako sú rozvoj digitálnych schopností, rozvoj kultivovaného prejavu, pružnosť v myslení a hodnotení politického marketingu, komunikačné zručnosti a vlastná sebarealizácia a pribojnosť.

Stručná osnova predmetu

1. Charakteristika predmetu a pokyny k absolvovaniu
2. Úvod do teórie politického marketingu
3. Historický vývoj politického marketingu
4. Permanentná kampaň a proces vládnutia: éra konzultantov
5. Metódy a postupy politických lídrov v politickom marketingu
6. Politická propagácia a politická reklama (diskusia k vybraným prípadom)
7. Lobing ako stratégia presadzovania skupinových záujmov
8. Lees-Marshment model politického marketingu (LM model)
9. Model politického marketingu podľa Bruca I. Newmana
10. Prezentovanie semestrálnych prác (1. časť)
11. Prezentovanie semestrálnych prác (2. časť)
12. Rekapitulácia kurzu a semestrálnych zadaní

Odporúčaná literatúra

JABLONSKI, A. W. a kol. Politický marketing: Úvod do teórie a praxe. Brno: Barrister a Principal, 2006. ISBN 80-7364-011-2.

MATUŠKOVÁ, A. Politický marketing a české politické strany. Brno: Masarykova univerzita, Mezinárodní politologický ústav, 2010. ISBN 978-80-210-5169-0.

NORRIS, P. Political parties and democracy in theoretical and practical perspectives. Development in party communications. Washington, DC: NDI, 2005.

ŠARADÍN, P. Politické kampaně, volby a politický marketing. Olomouc: Periplum, 2007. ISBN 978-80-86624-

36-5.

ŠTĚDRŮŇ, B. – POTÚČEK, M. – PROROK, V. – LANDOVSKÝ, J. – ŘÍHA, D. a kol. Politika a politický marketing. Praha: C. H. Beck, 2013. ISBN 978-80-7400-448-3.

+ vybrané články k jednotlivým zadaniam

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk, český jazyk, anglický jazyk

Poznámky

Hodnotenie aktívnej účasti je rozdelené na dve časti. Prvá časť pozostáva z účasti na prednáškach (aktivita + prezenčná listina). Druhú časť tvorí prezentovanie argumentačných prác. Celkové hodnotenie aktivity študenta bude zohľadnené pri vyhodnotení záverečnej písomnej skúšky.

V prípade dištančnej formy štúdia študenti musia plniť pravidelné povinné zadania, ktoré automaticky nahrádzajú fyzickú účasť na prednáškach.