

POL354 Kampaně v České republice

Přednášející:	Mgr. Miloš Gregor (mgregor@fss.muni.cz) konzultační hodiny: čtvrtek, 13:00 - 15:00 (místnost 4.67)
Výuka:	Pondělí, 9:45 - 11:15
Učebna:	U42

Anotace:

Cílem kurzu *Kampaně v České republice* je obeznámit studenty se zásadními předvolebními kampaněmi, které v ČR za uplynulá léta proběhly, a zasadit je do kontextu. Kurz je rozdělen do dvou tematických bloků. První se zaměřuje na jednotlivé typy voleb a s nimi spojené kampaně, druhý se pak věnuje vybraným komunikačním nástrojům a jejich porozumění. Absolventi kuru tak získají povědomí nejen o jednotlivých kampaních a jejich tématech, ale také o často užívaných nástrojích.

Veškerá požadovaná literatura na celý kurz bude dostupná v knihovně nebo elektronicky ve studijních materiálech v ISu.

Typ výuky, požadavky na ukončení předmětu:

Výuka bude probíhat formou přednášek a seminářů, které předpokládají aktivní zapojení studentů. Pro úspěšné absolvování kurzu musí studenti splnit následující úkoly: vypracovat a včas odevzdat dva týmové projekty na předem zadaná témata a zúčastnit se alespoň dvou ze tří seminářů (za každý může získat 5 bodů – dva body za pasivní účast, další až tři body za aktivní účast). Hodnocení projektů studenti obdrží prostřednictvím poznámkového bloku v ISu.

Témata projektů:

Studenti se rozdělí do týmů, ve kterých budou vypracovávat dva na sebe navazující projekty. V prvním budou mít za úkol na předem stanoveném zpravodajském serveru vyhledat ankety na alespoň pět témat. Na základě výsledku těchto anket sestaví náčrt volebního programu pro fiktivní politickou stranu. Tento program by měl být v rozsahu 3 až 4 normostrany. Program pak prostřednictvím odevzdáárny v ISu odevzdají nejpozději do **16. března 2016**.

V druhém úkolu se zamyslí nad volebními hesly, slogany a způsobem vedení předvolební kampaně vycházející právě z témat programu. Rozpracovaný plán kampaně též v rozsahu 3 až 4 normostrany odevzdají prostřednictvím odevzdáárny v ISu nejpozději do **11. května 2016**.

Za každý z projektů je možno získat maximálně 30 bodů.

Hodnocení:

A	75 - 70 b.
B	69 - 64b.
C	63 - 58 b.
D	57 - 52b.
E	51 - 46 b.
F	45 - 0 b.

Osnova:

22. února

Úvodní hodina

Informace o struktuře kurzu, požadavcích na ukončení a literatuře.

29. února

Volby do Poslanecké sněmovny I.

Seznámení se s tématy, strategiemi, použitými technikami a komunikačními kanály během kampaní před sněmovními volbami v letech 1992 až 2013 a jejich zasazení do kontextu doby.

7. března

Volby do Poslanecké sněmovny II.

Pokračování z předešlé hodiny.

14. března

Volby do Evropského parlamentu a krajských a obecních zastupitelstev

Témata a souvislosti voleb do Evropského parlamentu v letech 2004 - 2014 a vybrané případové studie voleb do krajských a obecních zastupitelstev.

21. března

Seminář I. - Předvolební programy a témata

Diskuze navazující na odevzdání prvního týmového úkolu.

28. března

Velikonoce

4. dubna

Přímá volba prezidenta

Kampaně před přímou volbou prezidenta v roce 2013.

11. dubna

Čtecí týden

18. dubna

Kampaně v okolních zemích

Podobnosti a odlišnosti kampaní v Německu, Rakousku, Polsku a na Slovensku.

25. dubna

Seminář II. - Politická kultura a kultivovanost předvolebních kampaní

Diskuze věnující se volebním zákonům, etickým mantinelům a kultuře předvolebních kampaní v ČR.

2. května

On-line kampaně

Představení nejčastěji používaných on-line komunikačních kanálů během kampaní v ČR, případové studie.

9. května

Předvolební spoty

Kritická analýza vybraných předvolebních videí, zejména z voleb do Poslanecké sněmovny.

16. května

Seminář III. - Prezentace projektů

Finální prezentace týmových projektů a diskuze o jejich případném použití v reálných volbách.

Literatura:

- Balík, S. (a kol.). 2010. *Volby do Poslanecké sněmovny 2010*. CDK: Brno, str. 39 - 68, 97 - 134.
- Balík, S. (a kol.). 2013. *Krajské volby 2012*. MUNI PRESS: Brno, str. 35 - 92.
- Čaloud, D.; Foltýn, T.; Havlík, V.; Matušková, A. (Eds.). 2006. *Volby do Poslanecké sněmovny 2006*. CDK: Brno, str. 42 - 88.
- Gregor, M.; Matušková, A. 2014. *Electoral Campaign and Marketing Strategy - A Case Study of the Karel Schwarzenberg Campaign*. In: CJSSBE, Vol. 3, No. IV, str. 24 - 30.
- Havlík, V. (a kol.). 2014. *Volby do Poslanecké sněmovny 2013*. MPÚ: Brno, str. 55 - 72.
- Šedo, J. (a kol.). 2013. *České prezidentské volby v roce 2013*. CDK: Brno, str. 67 - 114.

Podvodné plnění studijních povinností

Výuka na FSS MU předpokládá, že studenti znají studijní předpisy a že se nedopouštějí podvodného plnění studijních povinností, zejména opisování u zkoušek a plagiátorství, tedy vydávání cizích myšlenek za vlastní a přebírání myšlenek jiných autorů bez uvedení autorství. Plagiátorství patří k nejzávažnějším etickým proviněním v akademickém prostředí, popírá poslání university i smysl studia. Z právního hlediska je plagiátorství krádeží cizího duševního vlastnictví. Podvodné plnění studijních povinností nemůže být za žádných okolností na FSS tolerováno. Každý případ podvodného chování bude trestán nejpřísnější sankcí, a to nepodmínečným vyloučením ze studia. Studentům doporučujeme co nejdůkladněji se seznámit s problémem plagiátorství a se způsoby, jak se mu vyhnout.