

# Statut „Zespołu Badań Rywalizacji Wyborczej i Marketingu Politycznego” Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej

## Przepisy ogólne

### §1

Zespół Badań Rywalizacji Wyborczej i Marketingu Politycznego (ZBRWiMP) jest wewnątrzinstytutową jednostką organizacyjną powołaną w ramach Instytutu Nauk o Polityce i Administracji na Wydziale Politologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Marii Curie – Skłodowskiej (dalej jako: „Zespół”)

### §2

Zespół działa na podstawie przepisów powszechnie obowiązujących oraz aktów wewnętrznych UMCS (§ 58 Statutu UMCS z 29 maja 2019 r.).

### §3

Środki finansowe i techniczne na działalność Zespołu pochodzą z grantów oraz dotacji instytucji właściwych dla finansowania badań naukowych krajowych lub zagranicznych, a także ze środków własnych Uniwersytetu przyznanych przez umocowany do tego podmiot.

## Zadania Zespołu

### §4

Zadaniami Zespołu są:

- a. prowadzenie badań naukowych
- b. upowszechnianie wyników badań w postaci publikacji
- c. organizacja konferencji, seminariów i innych spotkań naukowych
- d. popularyzacja wiedzy nt. zagadnień rywalizacji wyborczej i marketingu politycznego
- e. współpraca z innymi ośrodkami naukowymi, instytucjami doradczymi i badawczymi oraz jednostkami administracyjnymi państwa i samorządu terytorialnego
- f. pozyskiwanie i realizacja grantów badawczych
- g. działalność analityczna i ekspercka
- h. wspieranie procesu dydaktycznego, promowanie kształcenia z zakresu problematyki wyborczej i marketingowej, organizacja warsztatów i szkoleń

### §5

Zakres merytoryczny działalności Zespołu związany jest między innymi z problematyką metodologii, teorii oraz badań empirycznych w zakresie m.in. następujących zagadnień:

- a. systemy wyborcze i polityka reform wyborczych,
- b. administracja wyborcza,
- c. wzorce rywalizacji politycznej,
- d. strategie polityczne podmiotów wyborczych,
- e. partie polityczne jako podmiot rywalizacji wyborczej,
- f. kampanie wyborcze i referendalne w Polsce i w innych państwach,
- g. wybory parlamentarne i samorządowe z perspektywy geografii wyborczej,
- h. marketing produktu politycznego (kreowanie wizerunku, branding),
- i. narracje polityczne w rywalizacji wyborczej,
- j. komunikacja polityczna w marketingu wyborczym.

## Organizacja Zespołu

### §6

W skład Zespołu Badań Rywalizacji Wyborczej i Marketingu Politycznego wchodzi pracownicy Instytutu Nauk o Polityce i Administracji, doktoranci oraz osoby współpracujące z Zespołem

### §7

1. Kierownik Zespołu jest powoływany przez Dyrektora Instytutu Nauk o Polityce i Administracji po zasięgnięciu opinii Rady Instytutu.
2. Kierownik Zespołu w szczególności:
  - a. kieruje działalnością badawczą Zespołu,
  - b. inspiruje kierunki badań i innej aktywności Zespołu,
  - c. koordynuje współpracę Zespołu z innymi ośrodkami naukowymi oraz instytucjami,
  - d. przedstawia Dyrektorowi coroczne sprawozdanie z działalności Zespołu,

### §8

Doktoranci współpracują z Zespołem na zasadach regulaminu Szkoły Doktorskiej UMCS, przede wszystkim realizując prace badawcze oraz uczestnicząc w seminariach.

### §9

Z Zespołem mogą współpracować osoby zewnętrzne oraz koła naukowe.

### §10

Niniejsze przepisy wchodzi w życie z dniem powołania Zespołu przez Dyrektora Instytutu Nauk o Polityce i Administracji Wyborczej UMCS.