

Lp.	Przedmioty fakultatywne do wyboru:
1	Kampanie negatywne
2	Afery i nadużycia władzy
3	Propaganda i wojny propagandowe
4	Dezinformacja i fake news
5	Inteligencja emocjonalna i społeczna
6	Historia kampanii wyborczych w Polsce
7	Kampanie wyborcze w Europie
8	Kampanie wyborcze w USA
9	Populizm w marketingu politycznym
10	Referenda w Szwajcarii
11	Subkultury
12	Marketing w samorządzie terytorialnym
13	Marketing w budżecie obywatelskim
14	Marketing partii politycznych
15	Praca z kamerą
16	Lobbing etniczny i narodowy
17	Marketing miasta
18	Lobbing w Polsce i Europie
19	Lobbing w USA
20	OSINT – zbieranie i analiza informacji ze źródeł otwartych
21	Doradztwo polityczne w USA
22	Doradztwo polityczne w Europie
23	Pikachu u van Gogha, czyli o relacjach między kulturą a marketingiem
24	Muminek do Senatu, Puchatek do Sejmu, czyli o sztuce kreowania liderów
25	Kampanie prezydenckie we Francji – jak to robią Francuzi
26	Konflikty etniczne w byłych republikach Związku Radzieckiego
27	Lobbing polityczny w kontekście bezpieczeństwa państwa
28	Media masowe w działalności lobbingowej
29	Rywalizacja wyborcza i polityczna
30	Mowa nienawiści jako marketing polityczny
31	Partycypacja obywatelska w państwach skandynawskich
32	Storytelling jako narzędzie marketingu politycznego
33	Od saeculum obscurum po demokrację skarpetkową – o przywództwie politycznym w Kanadzie
34	Outsourcing polityczny
35	Lobbing i grupy nacisku w Unii Europejskiej
36	Lobbing a polityka migracyjna
37	Historia polityczna III RP