

Табела 5.2 Спецификација предмета

Студијски програм/студијски програми: ОАС новинарства, ОАС политикологије			
Врста и ниво студија: Основне академске студије			
Назив предмета: Политички маркетинг			
Наставник (презиме, средње слово, име): Славујевић Ђ. Зоран, Атлагић М. Сениша			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов:			
<p>Циљ предмета Предмет се бави политичким маркетингом као комерцијализованом варијантом политичке пропаганде, његовим развојем, врстама и функцијама, његовим методичким постулатима и техникама, средствима и облицима промоције странака и кандидата, правилима израде стратегије кампање и њене реализације, детерминантама изборног понашања, начинима прикупљања финансијских средстава за кампању и организације кампање, као и евалуацијом ефеката кампање.</p>			
<p>Исход предмета Програмом из предмета Политички маркетинг предвиђено је стицање теоријских и основних практичних знања која омогућују професионално укључивање у низ активности на изради стратегија маркетиншких кампања, њиховој операционализацији и реализацији, као и у активности са подручја односа са јавношћу (коришћење стручне литературе и резултата емпиријских истраживања, прикупљање, обрада и коришћење релевантних података, дефинисање и елаборирање конкретних проблема у оквиру поља струног образовања, изналагање решења и њихово аргументовање, способност презентације властитих резултата рада и сл).</p>			
<p>Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Појмовна одређења и врсте политичког маркетинга; Друштвени и политичко-институционални контекст настанка и развоја политичког маркетинга и теоријске основе; Основни методички постулати и технике политичког маркетинга; Изборна мотивација, посредне и непосредне детерминанте изборног понашања (партијска идентификација, имиџ партије и кандидата и теме кампање); Дијагностика стања у друштву и политичког односа снага (стратегијска анализа), чиниоци који опредељују стратегију кампање и типови изборних кампања; Позиционирање партије и кандидата, окоснице кампање и слогани; Бесплатни облици промоције странака и кандидата; Плаћени облици промоције странака и кандидата (ИИ); Негативно политичко рекламирање; Финансирање и организација кампање; Ефекти маркетиншких активности; Политички маркетинг и етика <i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i></p>			
<p>Литература - Основна: Славујевић, З. (2009): Политичко комуницирање, политичка пропаганда, политички маркетинг, Београд (део Политички маркетинг стр. 127-282) Допунска: Бонгранд, М. (1997): Политички маркетинг, Плато, Београд; Гоати, В. (2004): Партије и партијски системи у Србији, Огицентар, Ниш (део: Финансирање, 71 - 105 стр.); Славујевић, З. (2005): “О слоганима”, Социолошки преглед, бр. 1/2005; Славујевић, З. (1993): “Борба за власт у Србији кроз призму изборних кампања”, у: В. Гоати, З. Славујевић и О. Прибићевић, Изборне борбе у Југославији 1990-1992, Радничка штампа, Београд; Томић, Зоран: (2000): Изборни маркетинг, Центар за студије новинарства Свеучилишта у Мостару, Мостар; Nimmo, D. (1970): The Political Persuaders, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey; O'Shaugnessy, N. (1990): The Phenomenon of Political Marketing, MacMillan, London. Scammell, M. (1999): “Political Marketing - Lessons for Political Science”, Political Studies, Vol. 47;</p>			
Број часова активне наставе			Остали часови
Предавања:3	Вежбе:1	Други облици наставе: Студијски истраживачки рад:	
<p>Методе извођења наставе Настава се реализује као интерактивна настава која се остварује комбиновањем уводних излагања професора или референата-студената за појединачне наставне јединице, Power point и видео- презентација, информативних и пропагандних садржаја медија, државних органа, политичких странака и изборних кандидата за сваку наставну јединицу и групних дискусија.</p>			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писани испит	50
практична настава		усмени испт	40
колоквијум-и		
семинар-и			