

Табела 5.1 Спецификација предмета на студијском програму докторских студија

Назив предмета: Истраживања стратегија изборних кампања		
Наставник или наставници (презиме, средње слово име): Славујевић Ђ. Зоран		
Статус предмета: Изборни		
Број ЕСПБ: 10		
Услов:		
Циљ предмета: Едуковање полазника за израду научних и стручних анализа и критичку валоризацију различитих стратегија изборних кампања, уопштавање различитих приступа и конкретних решења. Циљ предмета је и то да едукује полазнике за формулисање препорука за израду стратегије изборне кампање у целини или у деловима, поримерене појединачном учеснику избора, а на темељу критичке анализе доминантних теоријских парадигми и постојећих искустава, карактеристика конкретних друштвених услова у којима се спроводе избори и битних карактеристика учесника избора, уз коришћење резултата јавномнењских истраживања, квалитативних и квантитативних анализа садржаја порука, публициитета у медијима и др.		
Исход предмета: Оспособљавање полазника за бављење изборним кампањама у научним институтима и истраживачким, маркетиншким и ПР агенцијама, државним органима и агенцијама, изборним штабовима странака и кандидата, итд.		
Садржај предмета: Одређење стратегије кампање и њених елемената; Чиниоци који опредељују стратегију изборне кампање; Услови избора; Дијагностика стања у друштву и политичког односа снага (ситуација у друштву, најважнији проблеми и не/задовољства грађана, вредносне оријентације и социјални идентитети различитих категорија бирача, однос политичких актера и грађана према власти, нације и међунационални односи, међународни положај земље и спољнополитички приоритети); Позиционирање партије и кандидата и утврђивање циљних група; Окоснице кампања и слогани; Елементи изборне мотивације; Елементи имиџа и оцено компетентности странака и коалиција; Елементи изборних оријентација грађа; Избор средстава и начина комуницирања са бирачима.		
Препоручена литература: Campbell, Angus, Converse E. Philip, Miller E. Warren, Stokes, E. Donald (1960): <i>The American Voter</i>, The University of Chicago Press, Chicago and London; - Jennings M. Kent, Zeigler L. Harmon (1966): <i>The Electoral Process</i>, Prentice ; - LeDuc Lawrence, Niemi, Richard G., Norris, Pippa (2010): <i>Comparing Democracies 3: Elections and Voting in the 21st Century</i>, Sage Publications; - Menefee-Libey David (2000): <i>The Triumph of Campaign-Centred Politics</i>, Seven Briges Press, New York.; - Niemi G. Richard, Weisberg F. Herbert: <i>Controversies in Voting Behavior</i> (Third edition) (1993), CQ Press, Washington, D.C.; - Nimmo Dan (2001): <i>The Political Persuaders – The Techniques of Modern Election Campaigns</i>, Transaction Publishers, New Brunswick and London. - Orlović, Slaviša (ur.) (2011): <i>Partije i izbori u Srbiji</i> (deo „Izborne kampanje“, str. 285-317), Friedrich Ebert Stiftung i Fakultet političkih nauka, Beograd; - Rose Richard (1967): <i>Influencing Voters – A Study of Campaign Rationality</i>, St. Martin's Press, New YorkHall, Inc., Englewood Cliffs, N.J. - Slavujević, Z. (2009) „Istraživanja raspoloženja birača i izborne kampanje“ u <i>Glas naroda: Rasprave o javnom mnenju</i>, IDN, Beograd ; - ЦД-ром са расположивим изборним материјалима странака и кандидата у електронској форми и одговарајућим подацима јавномнењских истраживања и подаци са сајтова маркетиншких и ПР агенција;		
Број часова активне наставе	предавања: 4	Студијски истраживачки рад: 3 Анализа стратегије изборне кампање одређене партије или председничког кандидата
Методе извођења наставе: Уводна излагања професора или полазника докторских студија, презентација одговарајућег видео материјала и резултата емпиријских истраживања за сваку методску јединицу, грпна дискусија.		
Оцена знања (максимални број поена 100): Семинарски рад		