

<b>Студијски програм:</b> Студије политике, модул: Избори и изборне кампање, Политичка аналитика, партије, избори, демократија, Комуникологија
<b>Назив предмета:</b> Изборно комуницирање
<b>Наставник/наставници:</b> проф. др Сениша М. Атлагић
<b>Статус предмета:</b> обавезни (Избори и изборне кампање) / изборни (Политичка аналитика, Комуникологија)
<b>Број ЕСПБ:</b> 6
<b>Услов:</b> нема
<p><b>Циљ предмета</b></p> <p>Циљ предмета је да полазницима пружи детаљна и продубљена сазнања о карактеристикама различитих средстава комуницирања и облика промоције странака и кандидата у изборним кампањама, као и о карактеристикама имица колективних и појединачних изборних актера и основним темама у кампањама. Полазницима ће бити пружена и основна сазнања из психологије изборне комуникације, сазнања о карактеристикама досадашњих кампања које су пратиле бројне изборе у Србији од поновног увођења вишестраначког система 1990. године и, у том смислу, биће представљени психолошки обрасци масовне изборне комуникације у Србији.</p>
<p><b>Исход предмета</b></p> <p>Оспособљавање полазника за теоријско и емпиријско истраживање изборних кампања у циљу квалитетног коришћења сазнања и резултата досадашњих истраживања у пракси. Предмет би могао да буде од користи полазницима који намеравају да наставе стручно усавршавање на докторским студијама, да се баве истраживањима политичког комуницирања, политичке пропаганде, а посебно политичког маркетинга у научно-истраживачким институцијама и агенцијама, да се професионално ангажују на одговарајућим пословима у медијима, државним органима, политичким странкама и другим институцијама, а посебно на пословима у вези са планирањем и реализацијом различитих општепрмотивних, тематских, изборних и других кампања.</p>
<p><b>Садржај предмета</b></p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <p>Значај, функције и циљеви изборних кампања; Персонализација политике и имиџ лидера и кандидата; Тематске окоснице изборних кампања; Управљање сликом света и изборно комуницирање; Психолошки механизми утицаја на свест и на понашање публике у изборном комуницирању; Знаци и значење у изборној комуникацији; Управљање свешћу и понашањем бирача у изборном комуницирању; Организација кампање и избор средстава и облика промоције за реализацију циљева кампање; Медији у изборној кампањи; Бесплатни облици комуницирања – публицитет, псеудо-догађаји, „пропаганда акцијом“, представљање странака и кандидата, дебате и дуели; Плаћени облици комуницирања – ТВ спотови, плакат, летак, постер, промотивни скупови, кућне посете бирачима, слање писама на кућне адресе, промотивни материјали; Офанзивне, дефанзивне и „прљаве“ кампање</p> <p><i>Практична настава</i></p> <p>Вежбе: Стратегија кампање као план комуникације са бирачима – општа правила: Стереотипизација и изборно комуницирање; Псеудоаргументација у изборном комуницирању; Коришћење симбола у изборном комуницирању; Подражавање у изборном комуницирању – „ефекат приклањања победнику“ и „спирала тишине“; Невербално комуницирање у изборним кампањама;</p>
<p><b>Литература</b></p> <p><b>Основна:</b> Zerfaß, A., Radojković, M. (2011): <i>Menadžment političke komunikacije</i>, Konrad Adenauer Stiftung, Beograd (стр. 85-159); Slavujević, Z. (2017): <i>Pohodi na birače u ime države i naroda</i>, Fakultet političkih nauka, Beograd (стр. 19-75); Атлагић, С. (2020): <i>Изборне поруке и свест бирача: Изборна пропаганда у Србији у контексту психологије масовне изборне комуникације</i>, Демостат, Београд (стр. 1- 96); Јовановић, М., Вучићевић, Д.: <i>Како, кога и зашто смо бирали: Избори у Србији 1990-2020</i>.</p>

године, Институт за политичке студије и Службени гласник, Београд (стр. 133-203 и 347-429).

**Допунска:** У накнадним консултацијама, а у зависности од аспекта кампање за који се полазник определи

<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 30</b>	<b>Практична настава: 15+15</b>
------------------------------------	------------------------------	---------------------------------

**Методe извођења наставе**

Настава се састоји од комбиновања предавања наставника и заинтересованих полазника, видео презентација, групних расправа и индивидуално ангажовања сваког полазника

**Оцена знања (максимални број поена 100)**

<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	<b>10</b>	писмени испит	
практична настава		усмени испт	<b>50</b>
колоквијум-и	<b>30</b>	.....	
семинар-и	<b>10</b>		