

Fakultet političkih nauka / Politikologija - međunarodni odnosi (2017) / POLITIČKI MARKETING

| | | | | |
|---|---|-----------------|--------------------------|----------------------------|
| Naziv predmeta: | POLITIČKI MARKETING | | | |
| Šifra predmeta | Status predmeta | Semestar | Broj ECTS kredita | Fond časova (P+V+L) |
| 3273 | Obavezan | 6 | 6 | 2+2+0 |
| Studijski programi za koje se organizuje | Politikologija - međunarodni odnosi (2017) | | | |
| Uslovljeno drugim predmetima | Nema uslovljenoosti | | | |
| Ciljevi izučavanja predmeta | Ovladavanje studenata principima, logikom i vještinama političkog marketinga | | | |
| Ishodi učenja | Ishodi učenja obuhvataju širok spektar vještina, znanja i kompetencija, koje odražavaju interdisciplinarnu prirodu discipline koja kombinuje političke nauke, principe marketinga, strategije komunikacije i studije medija. Izučavajući ovaj predmet, studenti i studentkinje će: - Steći sveobuhvatno razumijevanje ključnih pojmoveva, teorija i okvira u političkom marketingu, uključujući ponašanje birača, strategije kampanje, brendiranje i segmentaciju. - Razviti sposobnost kritičke analize političkih kampanja, izbornih strategija i političke komunikacije kroz prizmu principa marketinga. - Naučiti kako razviti i implementirati strateške marketinške planove za političke kampanje, uključujući ciljanje i pozicioniranje, razvoj poruka i planiranje medija. - Razumjeti ulogu i uticaj digitalnih i društvenih medija u političkom marketingu, uključujući korištenje analitike podataka, platformi društvenih medija i digitalnog oglašavanja za angažovanje birača i uticaj na javno mnjenje. - Prepoznati etičke implikacije strategija političkog marketinga i važnost odgovorne komunikacije u političkoj sferi. - Poboljšati usmene i pisane komunikacijske vještine, s fokusom na kreiranje uvjerljivih poruka, govora i materijala za kampanje koji rezoniraju s raznolikim publikama. - Steći vještine u metodama istraživanja relevantnim za politički marketing, uključujući ankete mišljenja birača, fokus grupe i analizu sadržaja političkih medija. - Razumjeti kako se strategije političkog marketinga razlikuju među različitim kulturološkim i političkim sistemima, i kako globalni trendovi utiču na lokalne političke pejzaže. - Kroz analizu studija slučaja konkretnih kampanja, učiti iz stvarnih primjera uspješnih i neuspješnih političkih marketinških kampanja, izvlačeći lekcije i najbolje prakse. | | | |
| Ime i prezime nastavnika i saradnika | Prof. dr Olivera Komar dr Nemanja Batrićević | | | |
| Metod nastave i savladanja gradiva | Predavanja, diskusije, grupni rad, primjena naučenog iz metoda istraživanja | | | |
| Plan i program rada | | | | |
| Pripremne nedelje | Priprema i upis semestra | | | |
| I nedjelja, pred. | Predstavljanje predmeta | | | |
| I nedjelja, vježbe | Predstavljanje plana praktične nastave | | | |
| II nedjelja, pred. | Politički marketing i politički sistem, marketing u politici i ekonomiji, marketing, politička komunikacija i PR | | | |
| II nedjelja, vježbe | Počeci marketinga u politici – primjeri | | | |
| III nedjelja, pred. | Izborna strategija i izborna kampanja | | | |
| III nedjelja, vježbe | Organizacija izborne kampanje u praksi | | | |
| IV nedjelja, pred. | Razvoj političkog marketinga | | | |
| IV nedjelja, vježbe | Političke kampanje u demokratijama: slučaj američkih izbora 2016. godine | | | |
| V nedjelja, pred. | Motivacija za učešće u politici | | | |
| V nedjelja, vježbe | Primjena teorija o motivaciji u Crnoj Gori | | | |
| VI nedjelja, pred. | Segmentacija biračkog tijela | | | |
| VI nedjelja, vježbe | Stavovi birača u Crnoj Gori | | | |
| VII nedjelja, pred. | Kandidati | | | |
| VII nedjelja, vježbe | Konsultacije pred prezentovanje kampanja | | | |
| VIII nedjelja, pred. | Žene u politici | | | |
| VIII nedjelja, vježbe | Prezentovanje kampanja | | | |
| IX nedjelja, pred. | Konstrukcija doživljaja političke stvarnosti | | | |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---------------------------|
| IX nedjelja, vježbe | Prezentovanje kampanja | | | | | |
| X nedjelja, pred. | Propaganda u političkom marketingu | | | | | |
| X nedjelja, vježbe | Prezentovanje kampanja | | | | | |
| XI nedjelja, pred. | Negativne kampanje | | | | | |
| XI nedjelja, vježbe | Prezentovanje kampanja | | | | | |
| XII nedjelja, pred. | Politički marketing na internetu | | | | | |
| XII nedjelja, vježbe | Prezentovanje kampanja | | | | | |
| XIII nedjelja, pred. | Mjerenje učinaka političkog marketinga | | | | | |
| XIII nedjelja, vježbe | Prezentovanje kampanja | | | | | |
| XIV nedjelja, pred. | Izazovi političkog komuniciranja u savremenom svijetu | | | | | |
| XIV nedjelja, vježbe | Prezentovanje kampanja | | | | | |
| XV nedjelja, pred. | Rekapitulacija predmeta | | | | | |
| XV nedjelja, vježbe | Prezentovanje kampanja | | | | | |
| Opterećenje studenta | | | | | | |
| Nedjeljno | U toku semestra | | | | | |
| 6 kredita x 40/30=8 sati i 0 minuta 2 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 2 vježbi 4 sat(a) i 0 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije | Nastava i završni ispit: 8 sati i 0 minuta x 16 =128 sati i 0 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 8 sati i 0 minuta x 2 =16 sati i 0 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 6 x 30=180 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 36 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 128 sati i 0 minuta (nastava), 16 sati i 0 minuta (priprema), 36 sati i 0 minuta (dopunski rad) | | | | | |
| Obaveze studenta u toku nastave | Učestvovati u grupnom radu Prisustovati predavanjima i vježbama Položiti ispit | | | | | |
| Konsultacije | Kontakti: - Olivera Komar, oliverak@ac.me - Nemanja Batrićević, nemanja.b@ac.me | | | | | |
| Literatura | Šiber, Ivan, Politički marketing, Politička kultura, Zagreb, 2003. Materijali i prezentacije sa predavanja i vježbi koji su obavezni dio literature | | | | | |
| Oblici provjere znanja i ocjenjivanje | Grupni rad - do 50 bodova Završni usmeni ispit - do 50 bodova | | | | | |
| Posebne naznake za predmet | Nema | | | | | |
| Napomena | | | | | | |
| Ocjena: | F | E | D | C | B | A |
| Broj poena | manje od 50 poena | više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena | više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena | više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena | više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena | više ili jednako 90 poena |