

Elementi izborne kampanje

Vježbe I

Prezentacija kampanje

- Kontekst: parlamentarni izbori 2020. (oktobar)
- Usmena prezentacija i pismeni izvještaj
 - Prezentacija 30 minuta
 - Izvještaj nema ograničenje. **Pravilo:** uključiti važne stavke, što manje praznog teksta.
- Ocjena bazirana na oba segmenta
- Kampanje bi trebale biti bazirane na argumentovanim odlukama

Od čega bi kampanja trebala da se sastoji

1. Istraživanje konteksta
2. Unutrašnje i spoljne procjene
3. Strateški marketing
4. Ciljevi i strategija
5. Organizacioni plan

1. Istraživanje konteksta

- Ekonomsko stanje
- Raspoloženje birača
- Ključni problemi
- Demografska obilježja
- Kultura sredine
- Političke karakteristike: organizovanost partija, izborni sistem, izlaznost na izbore...

2. Unutrašnje i spoljne procjene

- Pozicija partije: pozicija vs. opozicija
- Posebno važna pitanja za partiju
- Organizacione sposobnosti
- Snage i slabosti sopstvene ponude
- Snage i slabosti ostalih partija

3. Strateški marketing

- Segmentacija biračkog tijela u izbornoj jedinici
 - Godine, prihodi, obrazovanje, etnicitet, ideologija...
- Ciljne grupe
- Pozicioniranje
 - Potencijalni saradnici
 - Stvaranje imidža u odnosu na druge partije

4. Ciljevi i strategija

- Ciljevi kampanje – šta je izborni uspjeh?
- Pozicioniranje dosadašnjeg rada
- Odabir kandidata
- Ideologija – politička filozofija partije i ključne poruke
- Odabir problema i prijedloga rješenja
- Vizuelni imidž partije

5. Organizacioni plan

- Budžet kampanje
- Terenska organizacija
- Medijska kampanja
- Analiza uticaja na birače