

Ekonomski fakultet / Ekonomija, smjer Menadžment / Politički marketnig

Uslovljenost drugim predmetima	
Ciljevi izučavanja predmeta	Da se studenti upoznaju sa primjenom marketing u politici i obrazuju za ovu specifičnu oblast
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Predmetni nastavnik: Prof. dr Božo Mihailović, redovni profesor
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, testovi, pisanje i odbrana eseja
I nedjelja, pred.	Toerijska fundiranost Politickog marketinga
I nedjelja, vježbe	
II nedjelja, pred.	Kako postati kandidat
II nedjelja, vježbe	
III nedjelja, pred.	Unutar stranačka konkurencija
III nedjelja, vježbe	
IV nedjelja, pred.	Mišljenje birača
IV nedjelja, vježbe	
V nedjelja, pred.	Formulisanje izbornog programa
V nedjelja, vježbe	
VI nedjelja, pred.	Segmentiranje biračkog tijela
VI nedjelja, vježbe	
VII nedjelja, pred.	Početak i vođenje izborne kampanje
VII nedjelja, vježbe	
VIII nedjelja, pred.	Kolokvijum
VIII nedjelja, vježbe	
IX nedjelja, pred.	Isticanje i obrazovanje kandidatga za nastup
IX nedjelja, vježbe	
X nedjelja, pred.	Uspostavljanje komunikacije i saradnja sa medijima
X nedjelja, vježbe	
XI nedjelja, pred.	Kontakti sa biračima
XI nedjelja, vježbe	
XII nedjelja, pred.	Organizacija kampanje
XII nedjelja, vježbe	
XIII nedjelja, pred.	Pr i odnosi sa medijima
XIII nedjelja, vježbe	
XIV nedjelja, pred.	Javni nastupi
XIV nedjelja, vježbe	
XV nedjelja, pred.	Ženska izborna kampanja
XV nedjelja, vježbe	
Obaveze studenta u toku nastave	Prisustvo predavanjima, Izrada eseja. Prezentacija slučaja. Učesće u raspravi prilikom prezentiranja eseja od kolega
Konsultacije	Poslije časova i po potrebi
Opterećenje studenta u casovima	nedjeljno 2 kredita x 40/30 = 3 sata Struktura: 2 sat predavanja 1 sata samostalnog rada, uključujući konsultacije u semestru Ukupno opterećenje za predmet: 2x30 = 60 sati Struktura: Nastava i završni ispit: 3 x 16 = 48 sati Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 2 x 2 = 4 sata Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 8 sati
Literatura	Ivan SIBER; POLITICKI MARKETING, Zagreb 2003 Slavujevic Zoran (2005) Politicki marketing, Cigoja, Beograd Marija Bruna Pusteto- POLITIČKI MARKETING, 1996 Herrman H. (1999): Handbook of Political

	Marketing, London Božo Mihailović: Marketing, CPI, 2013
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Dva testa po 30. Poena. Da bi položio ispit student treba da uradi 50% tačnih odgovora. Test se sastoji od teoretskih pitanja i „problema“ koje treba da riješi, zavisno od situacije. Isto tako student prezentira praktičan rad i jedan seminar Struktura:
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Po završetku ovog predmeta, student će pokazati sposobnosti da: Predstavi razvoj političkog marketinga, njegove vrste, funkcije i tehnike. Planira i organizuje promotivne strategije stranaka i kandidata. Istraži determinante izbornog ponašanja i političkog tržišta. Identifikuje različite izvore finansiranja političkih kampanja. Izvrši evaluaciju provedene kampanje.