

Fakultet političkih nauka / Politikologija / Politički marketing

Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta
Ciljevi izučavanja predmeta	Ovladavanje studenata principima, logikom i vještinama političkog marketinga
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Doc. dr Olivera Komar, mr Nemanja Batričević
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, seminarski i domaći rad, prezentacije, studije slučaja, provjere znanja
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 i razvoj političkog marketinga.
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.	Motivacija za učešće u politici.
IV nedjelja, vježbe	Primjena teorija o motivaciji u Crnoj Gori.
V nedjelja, pred.	Segmentacija biračkog tijela.
V nedjelja, vježbe	Političke kampanje u demokratijama: slučaj američkih izbora 2016. godine.
VI nedjelja, pred.	Kandidati.
VI nedjelja, vježbe	Političke kampanje u autoritarnim sistemima: turski lokalni izbori 2014. godine.
VII nedjelja, pred.	Prva planirana provjera znanja - 27. mart 2018
VII nedjelja, vježbe	Prva planirana provjera znanja - 27. mart 2018
VIII nedjelja, pred.	Konstrukcija doživljaja političke stvarnosti.
VIII nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
IX nedjelja, pred.	Propaganda u političkom marketingu.
IX nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
X nedjelja, pred.	Popravni test - 17. april 2018
X nedjelja, vježbe	Popravni test - 17. april 2018
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.	Kanali komuniciranja.
XIII nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
XIV nedjelja, pred.	Mjerenje učinaka političkog marketinga.
XIV nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
XV nedjelja, pred.	Prezentovanje kampanja
XV nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i u njoj aktivno učestvuju i da rade provjere znanja
Konsultacije	Kontakti: - Olivera Komar, oliverak@ac.me - Nemanja Batričević, nemanja.b@ac.me -Jasmina Mulić, m.jasmina94@gmail.com
Opterećenje studenta u casovima	Nedjeljno 6 kredita x 40/30 = 8 sati Struktura: 2 sata predavanja 1 sat vježbi 5 sati samostalnog rada U semestru Nastava i završni ispit: (8 sati) x 16 =128 sati Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 2x (8 sati) = 16 sati Ukupno opterećenje za predmet: 6x30 = 180 sati Dopunski rad: za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita 0-48 (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet

	240 sati) Struktura opterećenja: 128 sati (Nastava) + 16 sati (Priprema) + 48 sati (Dopunski rad)
Literatura	Osnovna literatura: Šiber, Ivan, Politički marketing, Zagreb, 2003. Materijali i prezentacije sa predavanja i vježbi su obavezni dio literature!
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Jedna provjera znanja tokom semestra - do 25 bodova Grupni rad - do 20+5 bodova Završni usmeni ispit - do 50 bodova Ispit se polaže sa 51 bod
Posebne naznake za predmet	Nema.
Napomena	Pravila: - Sve informacije će biti blagovremeno postavljene na web sajtu UCG - Nema odgađanja testova - Nema pojedinačnih ustupaka - Studenti koji u određenom roku ne mogu izaći na provjeru znanja imaju na raspolaganju popravne provjere znanja.
Ishodi učenja	Student će nakon položenog ispita moći da: ukaže na najznačajnije momente istorijskog razvoja discipline političkog marketinga, protumači i obrazloži osnovne termine političkog marketinga, poput: izbornog programa, izborne strategije, političke propagande, razlikuje politički marketing od šire primjene marketinga, analizira predizbornu kampanju političke partije i uporedi je sa teorijskim argumentima o dobrim praksama prilikom vođenja kampanja.