

## INFORMACIJA ZA STUDENTE I PLAN RADA

	<b>Naziv predmeta: POLITIČKI MARKETING</b>			
<b>Šifra predmeta</b>	<b>Status predmeta</b>	<b>Semestar</b>	<b>Broj ECTS kredita</b>	<b>Fond časova</b>
111006292	Izborni	VI	2	2P

<b>Studijski programi za koje se organizuje:</b> Akademski osnovni studijski program Ekonomskog fakulteta (studije traju 8 semestara, 240 ECTS kredita).	
<b>Uslovljenost drugim predmetima:</b> Marketing	
<b>Ciljevi izučavanja predmeta:</b> Da se studenti upoznaju sa primjenom marketinga u politici i obrazuju za ovu specifičnu i vječito aktuelnu oblast.	
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika:</b> Prof. dr Božo Mihailović	
<b>Metod nastave i savladanja gradiva:</b> Predavanja, vježbe, pisanje i odbrana eseja	
<b>PLAN RADA</b>	
<b>Nedjelja i datum</b>	<i>Naziv metodskih jedinica za predavanja(P), vježbe (V) i ostale nastavne sadržaje (O); Planirani oblik provjere znanja (Pz)</i>
<b>Pripremna nedjelja</b> Upoznavanje, priprema i upis semestra.	
<b>I nedjelja</b>	<b>P/V</b> Teorijska fundiranost politickog marketing
<b>II</b>	<b>P/V</b> Kako postati kandidat?
<b>III</b>	<b>P/V</b> Unutar stranacka konkurencija
<b>IV</b>	<b>P/V</b> Mišljenje biraca
<b>V</b>	<b>P/V</b> Formulisanje izbornog programa
<b>VI</b>	<b>P/V</b> Segmentiranje biračkog tijela
<b>VII</b>	<b>P/V</b> <b>Slobodna nedjelja</b>
<b>VIII</b>	<b>P/V</b> Pocetak i vodjenje izborne kammpanje
<b>IX</b>	<b>P/V</b> Isticanje i obrazovanje kandidatga za nastup
<b>X</b>	<b>P/V</b> Uspostavljanje komunikacije i saradnja sa medijima
<b>XI</b>	<b>P/V</b> Kontakti sa biracima
<b>XII</b>	<b>P/V</b> Organizacija kampanje
<b>XIII</b>	<b>P/V</b> PR i odnosi sa medijima
<b>XIV</b>	<b>P/V</b> Javni nastupi
<b>XV</b>	<b>P/V</b> Zenska izborna kampanja
<b>XVI</b>	<b>Završni ispiti</b>
<b>XVII</b>	<i>Ovjera semestra i upis ocjena</i>
<b>XVIII</b>	<b>Popravni ispitni rok</b>
<b>Obaveze studenta u toku nastave:</b> Prisustvo predavanjima. Izrada eseja. Prezentacija slucaja. Ucesce u raspravi prilikom prezentiranja eseja od kolega.	
<b>Konsultacije</b> Poslije casova i po potrebi	
<b>Opterećenje studenta u časovima:</b>	
<u>nedjeljno</u>	<u>u semestru</u>
2 kredita x 40/30 = <u>3 sata</u>	Ukupno opterećenje za predmet: 2x30 = 60 sati
Struktura:	Struktura:
2 sat predavanja	Nastava i završni ispit: 3 x 16 = 48 sati
1 sata samostalnog rada	Neophodne pripreme prije početka semestra (administracija, upis, ovjera):
uključujući konsultacije	2 x 2 = 4 sata
	Dopunski rad za pripremu i polaganje ispita u popravnom roku: 8 sati
<b>Literatura:</b>	
1. Ivan Šiber; POLITIČKI MARKETING, Zagreb 2003	
2. Marija Bruna Pusteto- POLITIČKI MARKETING, 1996	
3. Herrman H. (1999): Handbook of Political Marketing, London	

**Oblici provjere znanja i ocjenjivanje:**

Izrada eseja, diskusije, završni (usmeni) ispit

**Struktura bodova:**

Esej do 30 poena

Izlaganje i odbrana do 20 poena

Učešće u raspravi do 15 poena

**Završni (usmeni) dio ispita do 35 poena**

**Ukupno: 100 poena**

<i>Ocjena</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	<i>E</i>
<i>Broj poena</i>	<i>90-100</i>	<i>80-89</i>	<i>70-79</i>	<i>60-69</i>	<i>50-59</i>