

PITANJA ZA USMENI DIO ISPITA

1. Dati definiciju političkog marketinga.
2. Objasnite ulogu političkog marketinga kao novije oruđe političke komunikacije.
3. Objasnite ulogu političkog marketinga u odnosu na interesne grupe, političke stranke i druga udruženja.
4. Šta proučava politički marketing?
5. Kako se posmatra politički marketing kao višeslojna komunikacijska djelatnost?
6. Objasnite tzv. "socijalni inženjering" u političkom marketingu.
7. Objasnite (6) elemenata međusobne usporedivosti političkog i ekonomskog marketinga.
8. Navedite šest (6) elemenata koji su različiti između političkog i ekonomskog marketinga
9. Navedite četiri (4) određenja političkog marketinga.
10. Objasnite razvoj političkog marketinga.
11. Koja su dva (2) ključna procesa u političkom marketing pristupu?
12. Objasnite stranački koncept u političkom marketingu.
13. Navedite nekoliko bitnih elemenata u okviru političkog marketinga.
14. Objasnite marketing koncept u političkom marketingu.
15. Koje ima karakteristike marketinški koncept u odnosu na stranački koncept?
16. Napišite uporedni prikaz stranačkog i marketinškog koncepta.
17. Kako društveni problemi učestvuju u političkom marketingu?
18. Objasnite konstrukciju i upotrebu političkih programa i lidera.
19. Objasnite razliku između neprijatelja i protivnika u političkom marketingu.
20. Objasnite tržište birača u političkom marketingu.
21. Objasnite na šta se odnosi politički marketing.
22. Navedite elemente političke kampanje.
23. Navedite modele organizacije izborne kampanje.
24. Navedite tehnike izborne kampanje.
25. Navedite elemente marketing mix-a u privredi s ekvivalentima u političkom marketingu.
26. Šta je bitno za stranku u početku predizborne kampanje?
27. Navedite želje građana koji izlaze na izbore.
28. Koja je suštinska razlika između marketinga robe i političkog marketinga?
29. Navedite definiciju političkog marketinga kroz pet stavova.
30. Navedite tri moguće strategije kako se može primjeniti politički marketing.
31. Šta obuhvata politički marketing?
32. Navedite elemente izbora sa aspekta događaja.
33. Koji su elementi političkog marketinga kampanje?
34. Šta sačinjava personalni politički marketing?
35. Navedite elemente političkog marketinga.
36. Navedite elemente političke poruke.
37. Šta je poruka?
38. Šta čini poruku?
39. Na koga se odnosi poruka i cilj poruke?
40. Šta treba da sadrži centralna poruka?
41. Navedite pet (5) elemenata poruke.
42. Kakva poruka treba da bude?
43. Navedite principe prenošenja poruke od jednog minuta.

44. Kako se kreira poruka kod ciljne grupe?
45. Kako se kreira poruka - promjena u stavovima i ponašanju?
46. Kako se kreira poruka - učestalost pružanja informacija?
47. Kako se definiše poruka kroz cilj političkog marketinga?
48. Kako se definiše poruka kroz ilustracije političkog marketinga?
49. Kako se u političkom marketingu odgovara na neprijatna pitanja?
50. Šta sadrži strategija kampanje?
51. Šta je marketing u politici?
52. Šta je politički marketing u politici?
53. Kod tržišta birača na šta se odnosi politički marketing?
54. Kako se pojavljuju političari u teoriji javnog izbora?
55. Navedite političko ponašanje pojedinaca u političkom marketingu.
56. Na čemu se bazira ispitivanje javnog mnijenja?
57. Kako se definišu izbori u marketing politici?
58. Šta su sastavnice političkog tržišta u izborima?
59. Kako se primjenjuje marketing u političkim kampanjama?
60. Koja su bitna obilježja političke kampanje?
61. Navedite strukturu političke kampanje.
62. Koji su bitni elementi organizacije kampanje?
63. Navedite tehnike izborne kampanje.
64. Šta je kriza u političkom marketingu?
65. Odakle najčešće dolaze problemi-kriza u političkom marketingu?
66. Objasnite odrednicu " meni se neće desiti " u političkom marketingu.
67. Kada kriza nastane, koje stvari mogu da spase reputaciju?
68. Koji su elementi nastanka krize u političkom marketingu?
69. Kada se desi kriza u političkom marketingu šta treba raditi?
70. Koje su ključne poruke u slučaju krize političkog marketinga?
71. Šta treba raditi prvih 30 minuta kod krize u političkom marketingu?
72. Navedite 10 koraka uspješnog kriznog programa.
73. Koje su bitne postavke programa planiranja pod nazivom " u srcu tima" političkog marketinga?

