

Naslov predmeta: **Politično trženje in komuniciranje**

Število kreditov: 6

Letnik: drugi ali tretji

Opis vsebin:

- *Značilnosti in akterji političnega komuniciranja v sodobni družbi*
- *Politični procesi in politično komuniciranje*
- *Politično trženje kot element političnega komuniciranja*
- *Glavni pristopi v političnem trženju*
- Pojavne oblike političnega trženja: študije primera

Temeljna literatura:

- McNair, B. (2003): *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- Spahić, B. (2000): *Politični marketing*. Ljubljana: Študentska založba.
- Newman, B. (1999): *Handbook of Political Marketing*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage
- Vreg, F. (2000): *Politično komuniciranje in prepričevanje*. Ljubljana: FDV

Predvideni študijski dosežki:

Študent/študentka:

- v povezavi z drugimi predmeti pozna in razume pojme in koncepte iz področij političnega trženja in komuniciranja
- pozna in uporablja osnovne metode in tehnike političnega trženja in komuniciranja;
- izvede študijo primera in primerjalno študijo primera;
- je sposoben uporabiti svoje teoretsko in metodološko znanje za reševanje praktičnih problemov s področij političnega trženja in komuniciranja;
- zavzame stališče do ključnih etičnih vprašanj v raziskovalnem procesu in kritično vrednosti konkreten primer;
- reflektira in kritično ovrednoti primernost določenega pristopa za rešitev konkretnega problema

