

EKONOMSKI FAKULTET

SEMINARSKI RAD

Propagandne tehnike i načela

Politički marketing je skup tehnika koje će političara na izborima približiti glasačima, pomoći pri razlikovanju različitih političkih opcija i pomoći pri optimiziranju broja glasova (Bongrand). Postoji više propagandnih tehnika koje bitno utiču na konačni plansman kandidata na izborima, a dijele se na:

- Neposredne tehnike izborne kampanje i
- Posredne tehnike izborne i kampanje

NEPOSREDNE KAMPANJE

1. KUĆNE ZABAVE

Kućne zabave koje organizuje kandidat su rezervisane za ograničen broj brižljivo odabranih zvanica. Zvanice mogu da budu članovi stranke koji imaju uticaj na određene grupe i struje, ili mogu da sprovedu neku akciju u kandidatovu korist, zatim, predstavnici određenih privrednih institucija ili udruženja sa uticajem na njihove pripadnike ili članove, i najzad, istaknute ličnosti iz svijeta kulture, koji mogu da utiču na opredjeljenja određenog segmenta biračkog tijela.

Mnogi političari, iz prostog razloga sto su na položaju koji ima obezbijeduje autoritet, smatraju da im je dopušteno da zanemare sva pravila lijepog ponašanja. Jedan ljubazan gest u pravom trenutku može im, međutim, obezbijediti više glasova od bilo kakve egzibicije moći, koja često djeluje krajnje arogantno. U toku zabave kandidat treba da pokaže svu svoju kompetenciju i političko umijeće kako bi dobio podršku, ponekad i finansijsku, a ona može biti presudna za njegovu pobjedu na izborima.

Sasvim drugačije treba da izgledaju zabave koje kandidat organizuje za velike grupe potencijalnih birača, kao na primjer za njegove kolege sa posla, članove raznih udruženja, pripadnike određenih organizacija. U tom slučaju treba izabrati neki javni lokal sa dovoljno velikom salom u koju bez teškoća mogu da se smjeste sve zvanice. Što se tiče raspreda stolova, u centru treba predvidjeti mjesto za počasni sto, rezervisan za ne više od osam do deset osoba, među kojima će naravno biti i kandidat. Kandidat će govoriti sa svog mjesta, na samom početku večere, i to ne duže od deset minuta, stojeći, koristeći mikrofona, čije će funkcionisanje njegovi saradnici blagovremeno provjeriti.

Mladi kandidati mogu zakupiti diskoteku ili neki drugi prostor u kojem će zvanice moći da slušaju dobru muziku i da igraju. Kandidat će se pojaviti u predviđeno vrijeme i održati govor u trajanju od deset minuta. Potom će se zadržati sa gostima barem sat vremena, sješće za gotovo svaki sto i nipošto neće pokazati da mu smeta glasna muzika ili velika gužva.

Lokal treba da bude ukrašen plakatima i ostalim promotivnim materijalom.

Osim večera, koktela, prijema, diskoteka, kandidatova ekipa može da organizuje i druge vrste susreta sa manjim grupama birača. Prijatelji pobornici kandidata mogu, na primjer, organizovati sustete u svojim kućama, pozivajući na čaj ili kafu ne više od desetak osoba. Dobro organizovan kandidat može u toku jednog popodneva, od 17 časova do 18:30 časova, da postigne pet do šest ovakvih susreta.

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

**BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **SEMINARSKI, DIPLOMSKI** ILI **MATURSKI** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **BAZI** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU **IZRADA RADOVA**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **FORUMU** ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com