

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet: Politično trženje in komuniciranje
Course title: Political Marketing and Communication

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Mediji in novinarstvo / Media and Journalism	Program nima smeri / Program has a single course	drugi, tretji / second, third	drugi / second
Visokošolski strokovni / B.A.			

Vrsta predmeta / Course type

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija / Other forms of Study	Samost. delo Individ. work	ECTS
20		40			120	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

Jeziki / Predavanja / Lectures: slovenščina, angleščina / Slovene, English
Languages: Vaje / Tutorial: slovenščina, angleščina / Slovene, English

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Prerequisites:

Vsebina:

- 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.

Content (Syllabus outline):

- Characteristics and people involved in political communication in modern society;
- Political processes and political communication;
- Political marketing as an element of political communication;
- The main principles in political marketing;
- Forms of political marketing: case studies.

Temeljni literatura in viri / Readings:

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.

Cilji in kompetence:

- sposobnost fleksibilne uporabe znanja v praksi;
- razvoj komunikacijskih sposobnosti in spretnosti, posebej komunikacije v mednarodnem okolju;
- občutljivost za ljudi in socialno okolje;
- etična refleksija in zavezanost profesionalni etiki v družbenem okolju s spoštovanjem načela neskrupinarnosti in multikulturalnosti;
- Sposobnost za reševanje konkretnih družbenih in delovnih problemov z uporabo družboslovnih znanstvenih metod in postopkov;
- sposobnost povezovanja koherentno obvladanega temeljnega znanja, pridobljenega pri obveznih predmetih, ter njegova uporaba v praksi;
- sposobnost pridobivanja, selekcije, ocenjevanja in umeščanja novih informacij in zmožnost interpretacije na področju medijev in medijske produkcije;
- razvoj komunikacijskih sposobnosti in spretnosti, posebej komunikacije v mednarodnem okolju.

Objectives and competences:

- Ability to flexibly use the acquired knowledge in practice;
- The development of communication capabilities and skills especially in the international environment;
- Sensitivity for people and social environment;
- ethical reflection and commitment to professional ethics in the social environment by respecting the principles of truthfulness, freedom, pluralism, openness, tolerance, justice and fairness;
- Ability to solve social and work problems using appropriate scientific methods and procedures;
- Ability to link coherent fundamental knowledge acquired at compulsory subjects and its application in practice;
- Ability to obtain, select, evaluate and place new information and its interpretation in the field of media;
- The development of communication capabilities and skills especially in the international environment.

Predvideni študijski rezultati:

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;

Intended learning outcomes:

Students:

- In connection with other subjects know and understand the principles and basic concepts of political marketing and communication;
- Know and use the basic methods and techniques of political marketing and communication;
- Analyse a case study and comparative case study;
- Are able to use their theoretical and methodological knowledge to solve practical problems in the field of political marketing and communication;
- Take a standpoint to key ethical questions in the

- 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.

Metode poučevanja in učenja:

- predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, vprašanja, primeri, reševanje problemov);
- seminarske vaje (refleksija izkušenj, projektno delo, timsko delo, metode kritičnega mišljenja, diskusija, sporočanje povratne informacije);
- individualne in skupinske konsultacije (diskusija, dodatna razlaga, obravnava specifičnih vprašanj);
- oblikovanje portfolija in samostojen študij (motiviranje, usmerjanje, samoopazovanje, samouravnavanje, refleksija, samoocenjevanje);
- individualno delo študentov (samostojen študij literature, priprava seminarske naloge);
- uporaba spletne učilnice oziroma drugih sodobnih IKT orodij.

- research process and critically assess an actual example;
- Reflect and critically evaluate the suitability of a certain approach to solve an actual problem.

Learning and teaching methods:

- Lectures with students' active participation (lecture, discussion, questions, examples, problem solving exercises);
- Tutorials with assignment (self-reflection, project work, team work, methods of critical thinking, discussion, feedback, practice);
- Individual and group consultations (discussion, additional explanation, dealing with specific questions);
- Portfolio design and study (motivating, directing, self-observation, self-managing, reflection, self-evaluation);
- Individual work (individual literature study, assignment preparation);
- Use of online classroom or other contemporary ICT tools.

Načini ocenjevanja:

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt):

- Pisni/ustni izpit
- Projektna naloga

Ocenjevalna lestvica – skladno s Pravilnikom o preverjanju in ocenjevanju znanja.

Delež (v %) /
Weight (in %)

50%
50%

Assessment:

Type (examination, oral, coursework, project):

- Written/oral exam
- Individual assignment with written report

Grading is in accordance with the Faculty's evaluation Ordinance.

Reference nosilca / Lecturer's references:

REK, Mateja. *Umetnost komuniciranja v kontekstu pozne moderne*. 1. izd. Ljubljana: Vega, 2019.

REK, Mateja, GORJUP, Nina. Planning and implementing promotion in small and micro enterprises: bridging the gap between intentions and actual behaviour. *Innovative issues and approaches in social sciences*. 2019, vol. 12, no. 1, str. 6-25.

REK, Mateja, MAKAROVIČ, Matej, ŠKABAR, Matjaž. Identifying complex cultural conditions of globalization in late modernity: a fuzzy set analysis of 30 countries. *European Journal of Science and Theology*, ISSN 1841-0464, feb. 2017, vol. 13, no. 1, str. 173-188.

REK, Mateja, MAKAROVIČ, Matej, ŠKABAR, Matjaž. (Un)certainty in the knowledge society. *Comparative sociology*, 2015, ISSN 1569-1322, vol. 14, iss. 5, str. 613-634

JELOVAC, Dejan, REK, Mateja. *Komuniciranje v medkulturnem okolju*. Ljubljana: Vega, 2010.

REK, Mateja. Economic culture in Slovenia: research results from the Dioscuri research project. *Research in social change*, 2009, issue 3, no. 1, str. 3-21.

ADAM, Frane, JELOVAC, Dejan, REK, Mateja. Economic cultural (in)compatibility: old and new EU members in comparison. V: Podmenik, Darka (ur.). *Sociokulturni in organizacijski vidiki prenosa znanja*. Ljubljana: Inštitut za razvojne in strateške analize, 2008.

TOMŠIČ, Matevž, REK, Mateja. Kulturni vidiki ekonomskega in političnega razvoja: stare in nove članice EU v primerjalni perspektivi. *Organizacija: revija za management, informatiko in kadre*, 2006, letn. 36, št. 1, str. 28-34.