

Prikaz asumptivno utrošenih sredstava za predsjedničku kampanju

period:

19. februar – 31. mart 2008.

[dnevne novine]

Projekat: ***Povećanje transparentnosti i političke odgovornosti u sferi
finansiranja političkih partija u Crnoj Gori,***
podržan od strane Fondacije Institut za otvoreno društvo
– predstavništvo u Crnoj Gori



Projekat: *Povećanje transparentnosti i političke odgovornosti u sferi finansiranja političkih partija u Crnoj Gori*
podržan od strane Fondacije Institut za otvoreno društvo – predstavništvo u Crnoj Gori

Procjena troškova predsjedničkih kampanja

Redovni monitoring oglašavanja u dnevnim novinama i na TV stanicama

Prikupljeni zvanični cjenovnici marketinških usluga

Procjena potrošnje

Bilbord agencije nijesu dostavile tražene podatke



Projekat: ***Povećanje transparentnosti i političke odgovornosti u sferi finansiranja političkih partija u Crnoj Gori,***
podržan od strane Fondacije Institut za otvoreno društvo – predstavništvo u Crnoj Gori

Počeci medijskih kampanja

Kampanje na TV stanicama predsjednički kandidati su započeli:

- Filip Vujanović :: 23.02.2008.
- Nebojša Medojević :: 19.02.2008.
- Andrija Mandić :: 07.03.2008.
- Srđan Milić :: 12.03.2008.

Kampanje u dnevnim novinama predsjednički kandidati su započeli:

- Filip Vujanović :: 23.02.2008.
- Nebojša Medojević :: 19.02.2008.
- Andrija Mandić :: 29.02.2008.
- Srđan Milić :: 12.03.2008.

Dnevne novine:

- Pobjeda, Vijesti, Dan, Republika

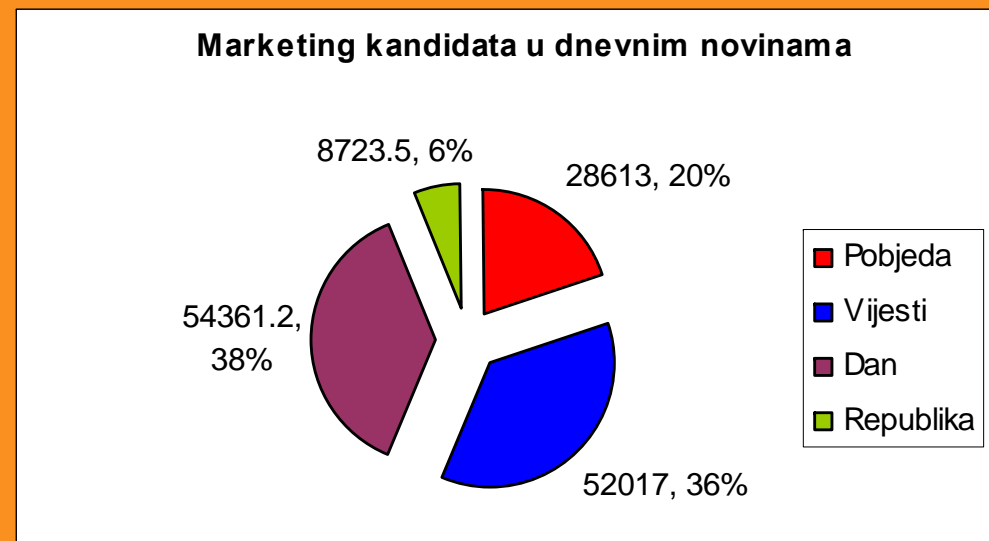
Posmatrani period:

- 19. februar - 31. mart 2008.

U dnevnoj novini Vijesti kandidat Vujanović se nije nijednom oglasio.

Dnevna novina Republika nije privukla kandidata Mandića, dok kandidati Mandić i Medojević Pobjedu nijesu koristili za svoja oglašavanja.

Prikaz korišćenja marketinškog prostora u dnevnim novinama





Projekat: **Povećanje transparentnosti i političke odgovornosti u sferi finansiranja političkih partija u Crnoj Gori**,
podržan od strane Fondacije Institut za otvoreno društvo – predstavništvo u Crnoj Gori

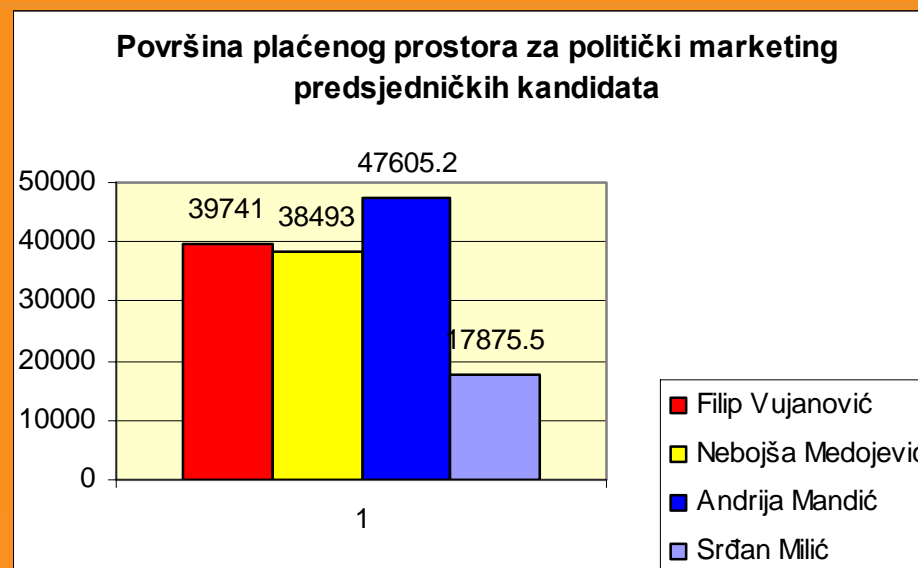
Prikaz korišćenja marketinškog prostora u dnevnim novinama

Na osnovu zvaničnih cjenovnika dobijenih u direktnoj komunikaciji sa marketing službama dnevnih novina, ustanovljeno je da najjeftiniji oglasne prostore kandidati mogu dobiti u Pobjedi (prosječno 0.83€ za 1cm²), dok su najskuplji oni u Vijestima (prosječno 1.73€ za 1cm²).

Kandidat Mandić je jedini koristio markice na naslovnoj strani u dnevnim novinama Vijesti i Dan, kao vid oglašavanja.

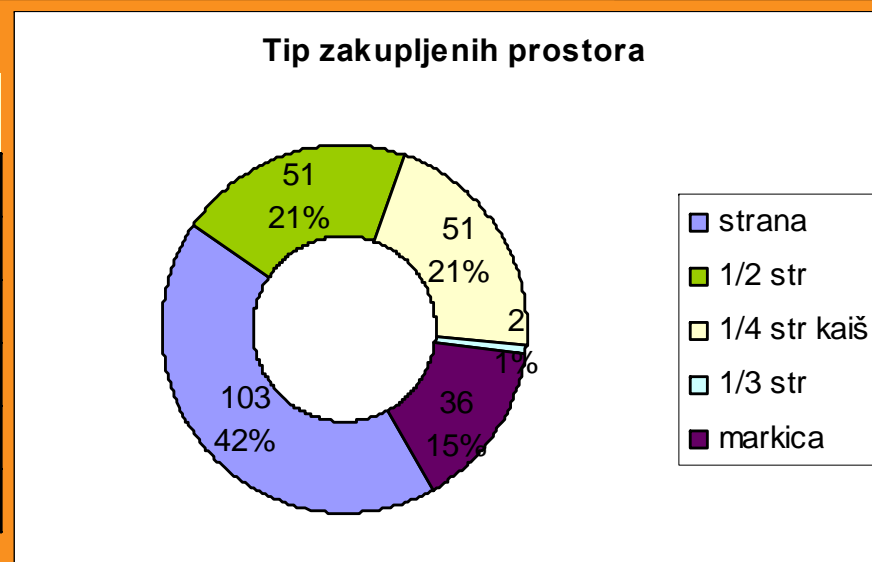
*prosječni iznos je dat za oglasne strane 1/1, 1/2 i 1/4 korišćene od strane kandidata, bez posebnih zahtjeva za pozicioniranje ili popusta

Prikaz korišćenja marketinškog prostora u dnevnim novinama

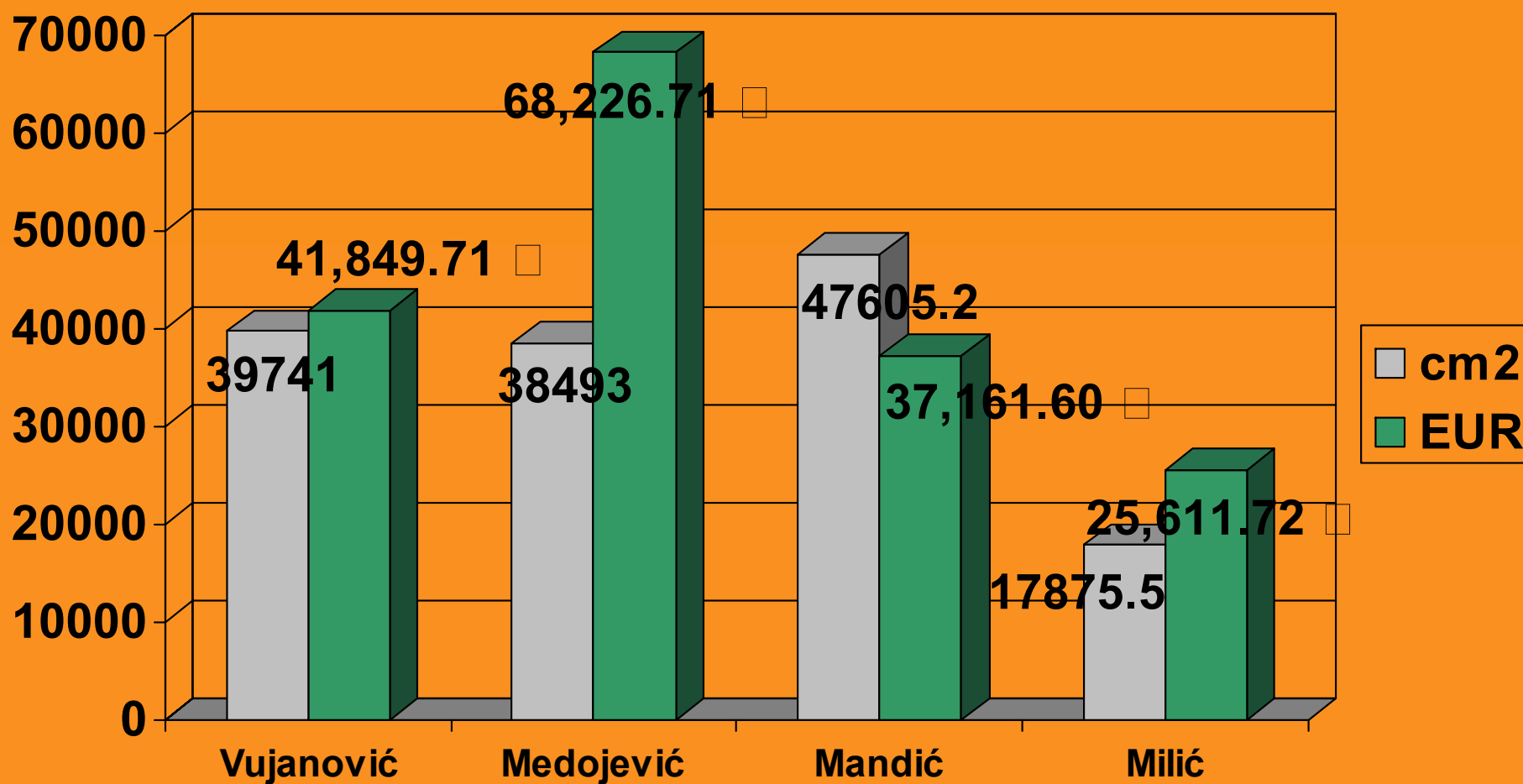


Tip zakupljenih prostora

	<i>str</i>	<i>1/2</i>	<i>1/4</i>	<i>1/3</i>	<i>mark</i>	<i>total</i>
<i>Vujanović</i>	30	14	9	0	0	53
<i>Medojević</i>	17	23	42	0	0	82
<i>Mandić</i>	46	0	0	0	36	82
<i>Milić</i>	10	14	0	2	0	26
	103	51	51	2	36	243



Odnos zakupljene površine i utrošenih sredstava





Prikaz asumptivno utrošenih sredstava za predsjedničku kampanju

period:

19. februar – 31. mart 2008.

[tv]

Projekat: ***Povećanje transparentnosti i političke odgovornosti u sferi finansiranja političkih partija u Crnoj Gori,***
podržan od strane Fondacije Institut za otvoreno društvo
– predstavništvo u Crnoj Gori

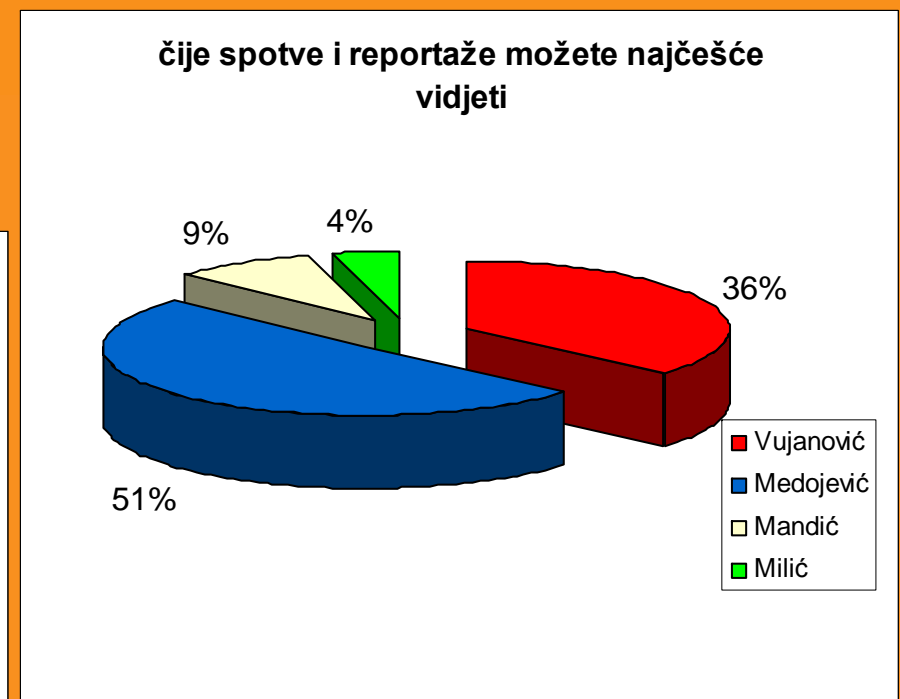
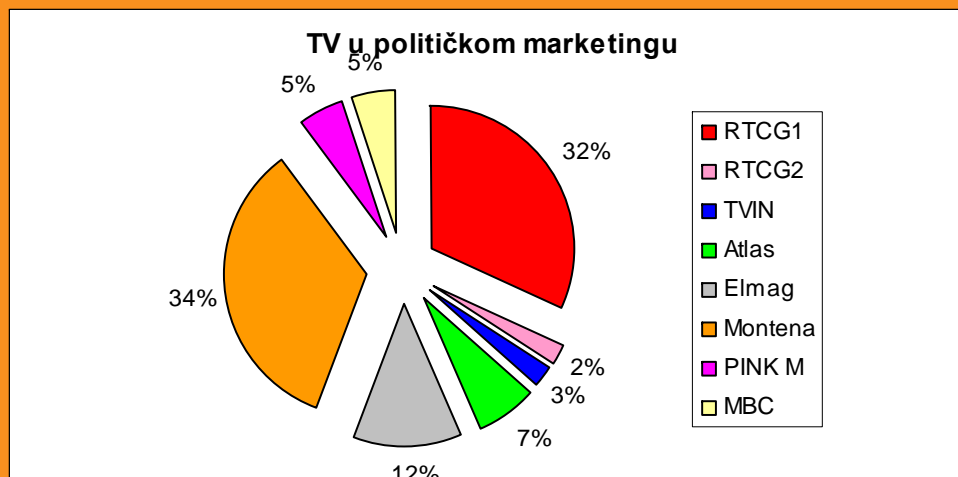
Prikaz korišćenja marketinškog prostora na TV stanicama

TV stanice:

- RTCG 1, RTCG 2, TV IN, RTV Atlas, Elmag TV, MBC, Pink M, Montena

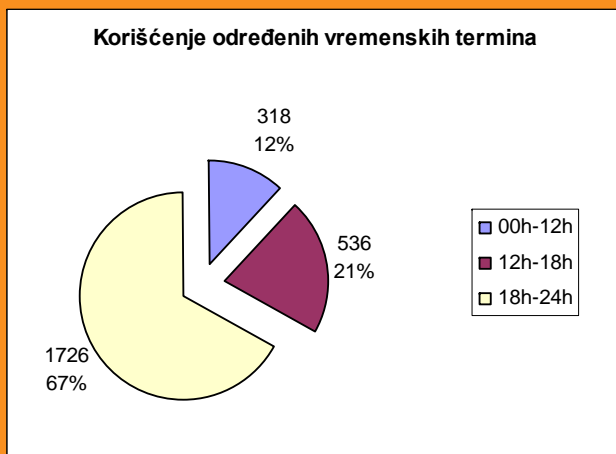
Posmatrani period:

- 19. februar - 30.mart 2008.



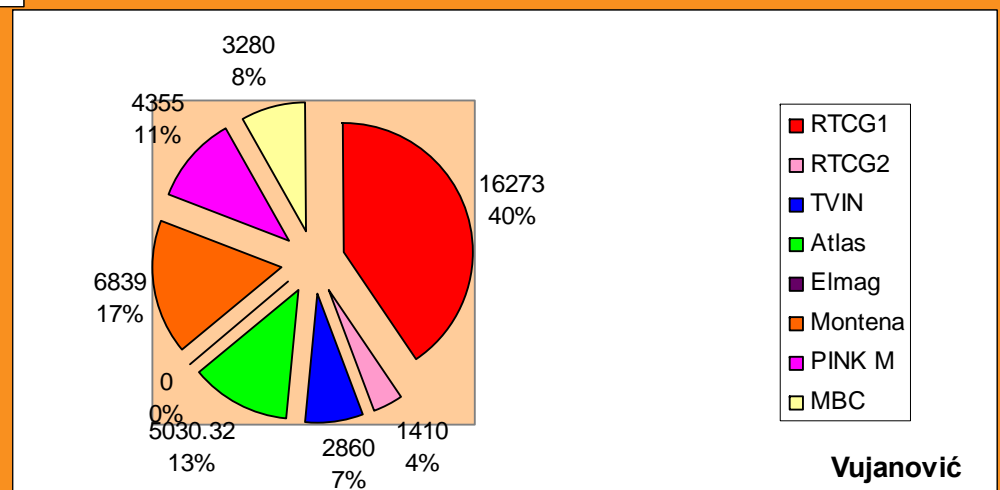
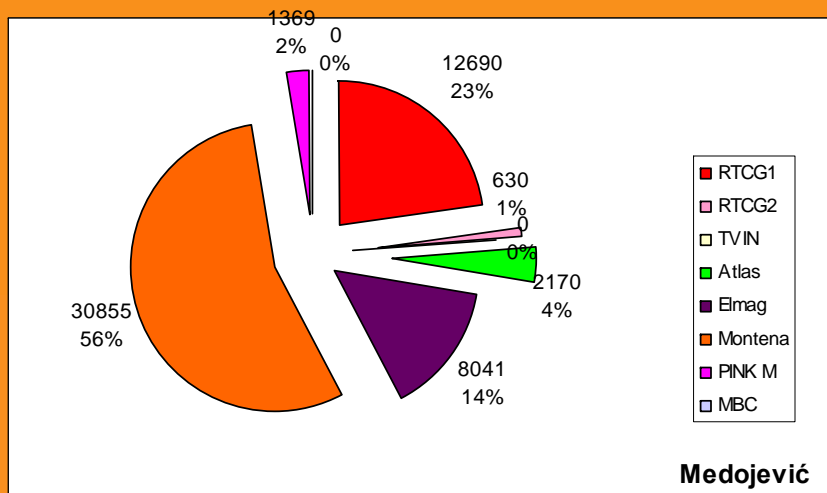
- Medojević: 55755 s
- Vujanović: 40047.32 s
- Mandić: 9827 s
- Milić: 4496 s

Prikaz plaćenih termina na TV stanicama

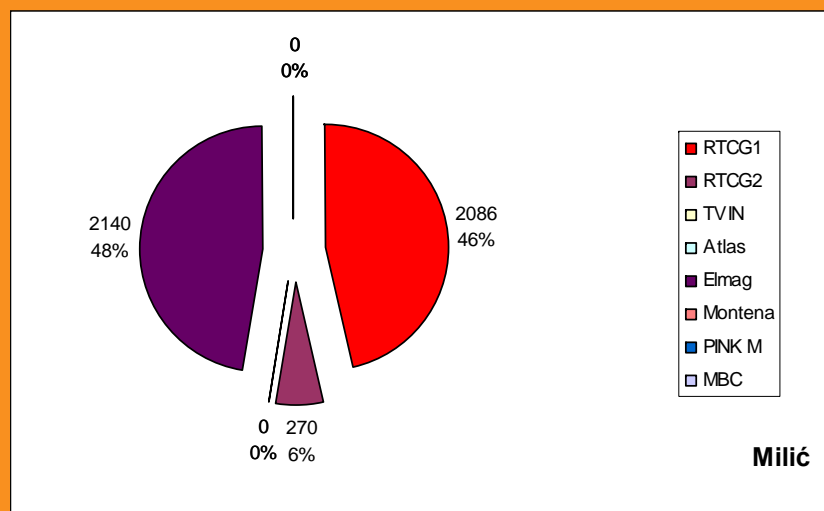
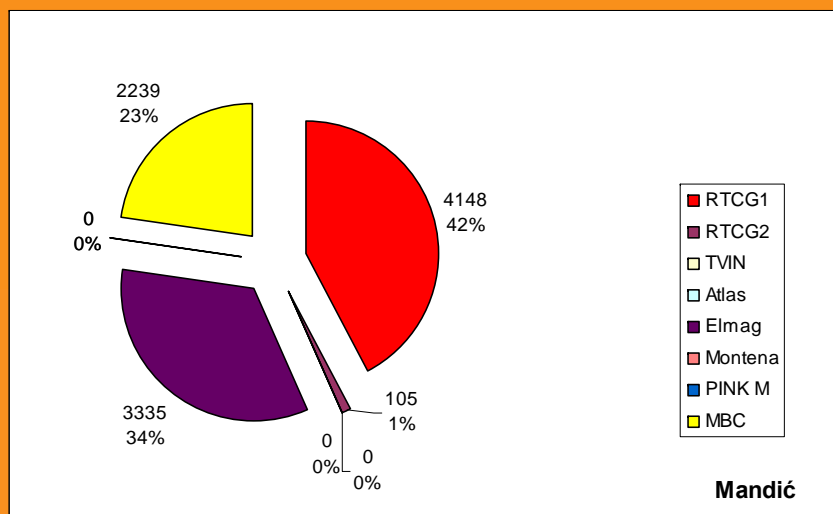


Korišćenje određenih vremenskih termina				
	00h-12h	12h-18h	18h-24h	total
<i>Filip Vujanović</i>	101	278	886	1265
<i>Nebojša Medojević</i>	181	171	548	900
<i>Andrija Mandić</i>	22	40	196	258
<i>Srđan Milić</i>	318	536	1726	

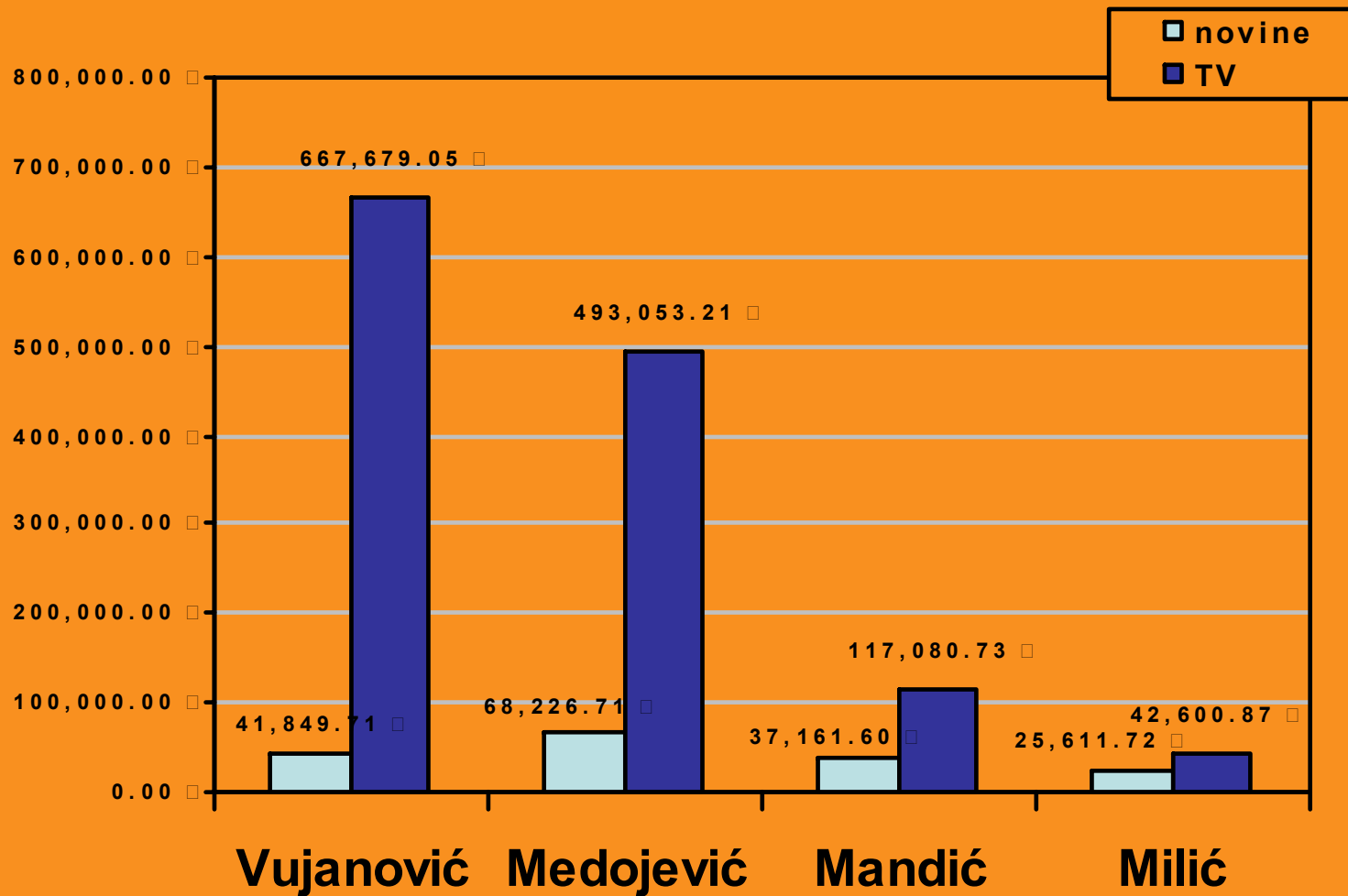
Pojedinačno prisustvo predsjedničkih kandidata na TV stanicama



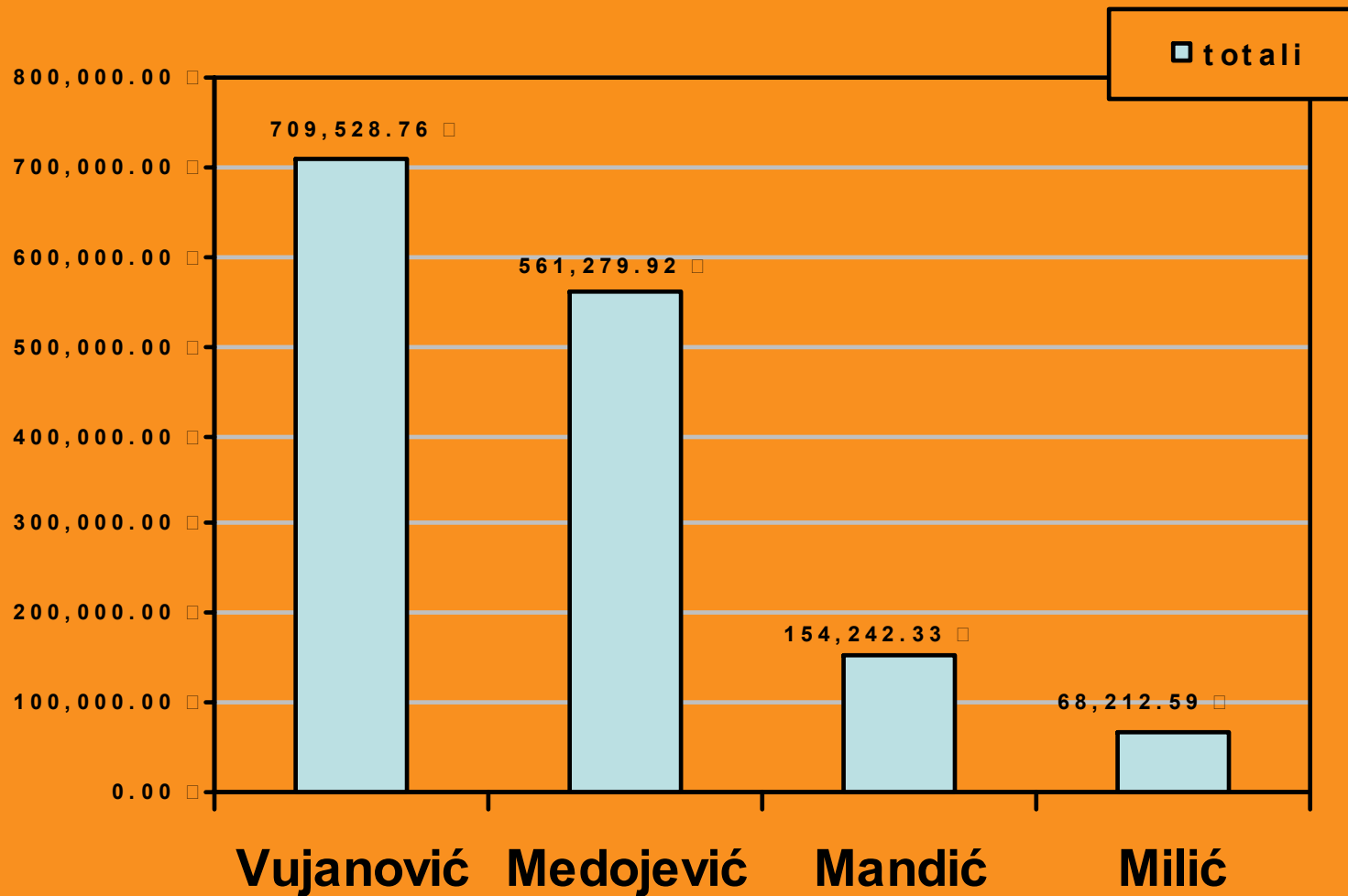
Pojedinačno prisustvo predsjedničkih kandidata na TV stanicama



Total potrošnja dnevne novine i TV



Total potrošnja po kandidatima





Projekat: ***Povećanje transparentnosti i političke odgovornosti u sferi finansiranja političkih partija u Crnoj Gori,***
podržan od strane Fondacije Institut za otvoreno društvo – predstavništvo u Crnoj Gori

Procjena potrošnje ne obuhvata

Troškove pripreme kampanje

Troškove promotivnih skupova

Troškove drugih propagandnih materijala

Posebne akcije (pr: CD Vlada Georgieva sa oznakom kampanje kandidata Medojevića distribuiran u dnevnoj novini Vijesti).

Procjena ne sadrži iznose koji se odnose na bilbord agencije i zakupe bilbord prostora – podaci nijesu dostavljeni od strane relevantnih subjekata.

U procjenu nijesu uračunati moguće dogovoreni popusti.