

1. Planiranje rashoda kampanje

Da li je objavljen preliminarni plan troškova kampanje

1.1 Koliki je ukupni iznos planiranih troškova vašeg političkog subjekta (stranka, koalicija, grupa građana) za izbornu kampanju? Gde je objavljen ovaj iznos?

1.2. Da li objavljujete procenu strukture rashoda (na sajtu/profilu na društvenoj mreži ili je to izjavio neki zvaničnik stranke)? Link

1.3. Možete li nam dati makar otprilike strukturu troškova kampanje u procentima ili apsolutnim iznosima?

- plaćena promocija: oglašavanje, reklamiranje, PR, audio-vizuelna produkcija: _____ (RSD ili % od ukupnih troškova)

od toga:

elektronski mediji (TV i radio) : ____ (RSD ili % od ukupnih troškova)

Internet medijsko oglašavanje: ____ (RSD ili % od ukupnih troškova)

štampani mediji: ____ (RSD ili % od ukupnih troškova)

bilbordi i štampani plakati: ____ (RSD ili % od ukupnih troškova)

ostali troškovi: ____ (RSD ili % od ukupnih troškova)

- javni događaji (mitinzi, konvencije, štandovi, konferencije za novinare, drugi javni događaji - zakup, prevoz, smeštaj i sl): ____ (RSD ili % od ukupnih troškova)

- troškovi aktivista: _____ (RSD ili % od ukupnih troškova)

- ostali troškovi: ____ (RSD ili % od ukupnih troškova)

1.4 Da li objavljujete izveštaj o troškovima kampanje kontinuirano? Gde?

2) Prisustvo na internetu i planirani troškovi prisustva na internetu

2.1 Da li je javno objavljen spisak profila na društvenim mrežama koji zvanično učestvuju u kampanji i čiji se postovi promovišu u okviru finansiranja kampanje? Gde je objavljen (link)?

2.2 Da li je objavljen planirani iznos rashoda za kampanje na internetu i odnos potrošnje u internetskim kampanjama na društvenim mrežama u odnosu na druge internet medije (oglašavanje putem banera, plaćeni članci, oglašavanje na Googleu)? Gde je objavljen (link)?

Kakav je planirani odnos potrošnje na kampanje na društvenim mrežama u odnosu na oglašavanje na internetu (baneri, plaćeni članci, oglašavanje na Google-u):

Facebook: ____%

Instagram: ____%

Ostale društvene mreže: ____%

Online mediji: ____%

Ostali troškovi internet kampanje: ____%

3) Transparentni računi

3.1 Gde (na sajtu političkog subjekta, na primer) mogu da se pronađu podaci o stanju i promenama stanja (uplate/isplate) na posebnom računu koji se koristi za finansiranje izborne kampanje?

3.2 Gde (na sajtu političkog subjekta, na primer) mogu da se pronađu podaci o ugovorenim a neplaćenim troškovima za potrebe kampanje?

4) Struktura planiranih prihoda

4.1) Da li je poznat i objavljen preliminarni plan prihoda za finansiranje izborne kampanje? Gde (na sajtu političkog subjekta ili u izjavi predstavnika stranke)?

4.2 Koliki je deo budžeta kampanje planiran iz sledećih izvora:

- prenos sa stalnog računa stranke (kao i svih članica koalicije) _____%
- prilozi fizičkih lica za kampanju _____%
- prilozi pravnih lica za kampanju _____%
- kredit od banaka i finansijskih organizacija _____%
- uplata prvog dela iz budžeta _____%
- uplata drugog dela iz budžeta _____%

4.3 Da li se i gde objavljuju podaci o prihodima za kampanju?

- prenos sa stalnog računa stranke (kao i svih članica koalicije). Gde?
- prilozi fizičkih i pravnih lica za kampanju. Gde?
- kredit od banaka i finansijskih organizacija. Gde?
- nemonetarni i doprinosi u naturi. Gde?
- uplata prvog dela iz budžeta. Gde?

5) Spisak predizbornih događaja

Da li dosledno objavljujete najave (datume) predizbornih aktivnosti i javnih događaja? Gde na sajtu/sajtovima, kojim profilima na društvenim mrežama?

6) Ovlašćeno lice, izborni tim i volonteri u kampanji

Da li ste objavili ime ovlašćenog lica (odnosno ovlašćenih lica - za finansijsko poslovanje i za podnošenje izborne liste) i imena članova izbornog tima koja ukazuju na uloge pojedinih članova u kampanji? Gde (na sajtu političkog subjekta ili u izjavi predstavnika subjekta za medije i sl)?

6.1 Ko je ovlašćeno lice (odnosno ovlašćenih lica - za finansijsko poslovanje i za podnošenje izborne liste) političkog subjekta?

6.2. Ko je glavni koordinator vaše izborne kampanje?

6.3 Kakav je sastav vašeg izbornog tima (koji ukazuje na uloge pojedinih članova u kampanji) i koliko volontera je uključeno u vašu kampanju?

6.4 Da li sarađujete na kampanji sa medijskom agencijom (PR, oglašavanje itd.)? Da li je i gde objavljeno o kojoj/kojim agencijama je reč?