
Diplomant tržnega komuniciranja (vs)/diplomantka tržnega komuniciranja (vs)

Izbrane kvalifikacije

Ime kvalifikacije	Diplomant tržnega komuniciranja (vs)/diplomantka tržnega komuniciranja (vs)
Tip kvalifikacije	Diploma prve stopnje (VS)
Vrsta kvalifikacije	Izobrazba
Vrsta izobraževanja	Visokošolsko strokovno izobraževanje
Trajanje izobraževanja	3 leta
Kreditne točke	180 kreditnih točk
Vstopni pogoji	<ul style="list-style-type: none">• Matura ali• poklicna matura ali• zaključni izpit (pred 1. junijem 1995) po kateremkoli štiriletnem srednješolskem programu.
ISCED področje	ISCED področje Poslovne in upravne vede, pravo

Učni izidi

Imetnik/imetnica kvalifikacije je zmožen/zmožna:
(splošne kompetence)

- analitičnosti pri reševanju strokovnih nalog,
- poznavanja metodoloških orodij raziskovanja in njihove uporabe,
- širokega poznavanja področja tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi,
- poznavanja novih trendov v trženju: kultura znanja, digitalizacija, globalizacija, nova virtualna realnost,
- poznavanja novih konceptov v trženju in novih poslovnih priložnosti (nova vloga kupca, družbena odgovornost podjetij, virtualni medijski svet),
- strokovnosti, samostojnosti, samoiniciativnosti in avtonomnosti pri obvladovanju nalog in delovnih procesov,
- obvladanja znanja tujih jezikov,
- navezovanja stikov in obvladovanja formalnih in neformalnih odnosov,
- komunikativnosti,
- timskega dela,
- splošne razgledanosti, analize, sinteze in predvidevanja rešitev ter posledic,
- uporabe znanja v praksi, konstruktivnega reševanja strokovnih problemov na temelju profesionalnega znanja in veščin ter kritičnega in kreativnega mišljenja,
- iskanja in uporabe informacij, informacijske pismenosti, uporabe sodobnih informacijsko-komunikacijskih tehnologij,
- prevzemanja inovativnih in kreativnih idej,
- splošnih komunikacijskih sposobnosti in spretnosti, profesionalne komunikacije z javnostmi ter s člani interdisciplinarnih strokovnih timov, komunikacije v mednarodnem okolju, nastopanja pred občinstvom,
- obvladanja socialnih veščin, kooperativnosti, sodelovanja v skupini, moderiranja skupine, vzpostavljanja in vzdrževanja konstruktivnih odnosov z drugimi strokovnjaki in relevantnimi organizacijami,
- vodenja projektov,
- vzpostavljanja in vzdrževanja sistema za zagotavljanje kakovosti svojega dela,

(predmetnospecifične kompetence)

- uporabe pridobljenega znanja za uspešno tržno komuniciranje v domačem in mednarodnem okolju,
- poznavanja vsebin in metodologij za raziskovanje področja tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi,
- evidentiranja problema in njegove analize ter predvidevanja operativnih rešitev v procesih komuniciranja,
- uporabe sodobne informacijsko-komunikacijske tehnologije za uspešno delovanje trženske funkcije v poslovnih sistemih,
- obvladanja standardnih metod, postopkov in procesov na področju trženja,
- razvijanja moralnega in etičnega čuta za poštenost, natančnost in vestnost pri delu,
- komuniciranja z različnimi javnostmi,

- kreativnih pristopov v oglaševanju,
- razumevanja odnosov in komunikacije v podjetju, med podjetjem in poslovnim okoljem ali družbenim okoljem – sistemsko gledanje in družbeno odgovorno trženje in tržno komuniciranje,
- optimiziranja poslovnih procesov z integracijo vseh komunikacijskih kanalov, razvijanja novega medijskega načrtovanja in poslovanja z rezultati,
- razvijanja in uporabe novih trženjskih poti v virtualnem medijskem svetu,
- poznavanja in razumevanja zgodovine razvoja komunikacije, trženjskega komuniciranja, odnosov z javnostmi in medijev,
- obvladovanja izbranih statističnih orodij za reševanje trženjskih problemov,
- razvoja veščin in spretnosti na specifičnem strokovnem področju,
- celostnega obvladovanja temeljnega znanja tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi, korporativnega komuniciranja in integriranega tržnega komuniciranja in metodologije raziskovalnega dela,
- uporabe informacijsko-komunikacijske tehnologije na področju tržnega komuniciranja,
- razvijanja trženjskih strategij za kupce, porabnike in javnosti, s poudarkom na razmejitvi med strateškim načrtovanjem in prepoznavanjem ciljnih trgov,
- poglobljenega poznavanja in razumevanja korporativnega komuniciranja v sodobnem poslovnem okolju,
- proaktivnega odnosa do interesnih skupin (zaposlenih, kupcev, konkurence in širše javnosti),
- vodenja in izvajanja trženjskega komuniciranja na strani oglaševalcev, skrbnikov blagovnih znamk in vodij projektov na strani agencij,
- učinkovitih odnosov z mediji in skupnostmi, finančnimi javnostmi, javnimi in vladnimi javnostmi,
- kompleksnejšega načrtovanja tržno komunikacijskih aktivnosti v organizaciji,
- razvoja veščin in spretnosti, ki so potrebne za kreativno oglaševanje,
- razumevanja mednarodnega poslovanja in delovanja na večjih svetovnih trgih,
- sodelovanja na organizacijsko zahtevnejših projektih, kot tudi projektne organiziranja poslovnih dogodkov, konferenčnih srečanj, novinarskih konferenc,
- preverjanja in ocenjevanja dosežkov na področju tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi,
- praktične uporabe teoretičnega znanja s področja tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi.

Ocenjevanje in zaključevanje

Znanje študentov se ocenjuje z vajami, seminarskimi nalogami, lahko pa tudi z izdelki, projektnimi deli, nastopi, storitvami in drugače ter z izpiti. Uspeh na izpitu se ocenjuje z ocenami: 10 (odlično); 9 (prav dobro: nadpovprečno znanje, vendar z nekaj napakami); 8 (prav dobro: solidni rezultati); 7 (dobro); 6 (zadostno: znanje ustreza minimalnim kriterijem); 5-1 (nezadostno). Kandidat uspešno opravi izpit, če dobi oceno od zadostno (6) do odlično (10).

Napredovanje

Študent se lahko vpiše v višji letnik, če je do izteka študijskega leta opravil vse obveznosti, določene s študijskim programom za vpis v višji letnik.

Prehodnost

Magistrski študijski programi 2. stopnje (SOK: raven 8)

Pogoji za pridobitev javne listine

Za dokončanje študija mora študent opraviti vse s študijskim programom predpisane obveznosti.

Izvajalci kvalifikacije

Samostojni visokošolski zavod, Visoka šola za poslovne vede

URL

<http://www.vspv.si/dodiplomski-studij/trzno-komuniciranje-in-odnosi-z-javnostmi.aspx>
