



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

Izbrane kvalifikacije

Doktor znanosti/doktorica znanosti s področja kmetijstva	
Magister inženir mehatronike/magistra inženirka mehatronike	
Primerjaj označene	Počisti

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

ISCED podpodročje

isced podpodročje marketing in oglaševanje

Raven kvalifikacije

SOK 7
EOK 6
Prva stopnja

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 trženjske 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, seminarскими 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>
