SLOVENSKO
OGRODJE
KVALIFIKACIJ

Doktor znanosti/doktorica znanosti s področja strateškega komuniciranja

Izbrane kvalifikacije

Ime kvalifikacije	Doktor znanosti/doktorica znanosti
Tip kvalifikacije	Doktorat
Vrsta kvalifikacije	Izobrazba
Vrsta izobraževanja	Doktorsko izobraževanje
Trajanje izobraževanja	3 leta
Kreditne točke	180 kreditnih točk
Vstopni pogoji	• Zaključen študijski program druge stopnje ali • zaključen študijski program iz četrtega odstavka 36. člena Zakona o visokem šolstvu, če je ovrednoten s 300 kreditnimi točkami.
ISCED področje	ISCED področje Poslovne in upravne vede, pravo

ISCED podpodročje

isced podpodročje marketing in oglaševanje

Raven kvalifikacije

SOK 10
EOK 8
Tretja stopnja

Učni izidi

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

- identificiranja danega raziskovalnega problema, njegove analize ter možnih rešitev,
- ustvarjanja novega znanja, ki pomeni relevanten prispevek k razvoju znanosti,
- obvladanja standardnih metod, postopkov in procesov raziskovalnega dela na področju strateškega komuniciranja,
- samostojnega raziskovalno-razvojnega dela in vodenja raziskovalne skupine,
- poznavanja pomena kakovosti in prizadevanja za kakovost strokovnega dela skozi avtonomnost, (samo)kritičnost, (samo)refleksivnost in (samo)evalviranje v strokovnem delu,
- reševanja konkretnih raziskovalnih problemov na področju strateškega komuniciranja,
- razvoja veščin in spretnosti v uporabi znanja na raziskovalnem področju strateškega komuniciranja,
- zavezanosti profesionalni etiki,
- predstavitve pridobljenih znanstvenih izsledkov v obliki publikacij v znanstveni periodiki,

(predmetnospecifične kompetence)

- razumevanja komuniciranja kot procesa sprejemanja strateških odločitev,
- razumevanja vloge množičnih medijev v procesu strateškega komuniciranja,
- razumevanja vloge in funkcije komunikacije za ohranjanje in razvoj medsebojnih odnosov,
- poznavanja različnih interpretativnih pristopov, ki pojasnjujejo komunikacijska dejanja,
- razumevanja vloge javnih diskurzov v polju konstitucije identitete,
- samostojnega prepoznavanja različnih pragmalingvističnih konceptov (konverzacijske maksime, vljudnost, deiktičnost), ki se pojavljajo v zasebnem in javnem komuniciranju,
- razumevanja vloge konteksta pri oblikovanju komunikacijskih/jezikovnih praks v polju komuniciranja,
- poznavanja bistvenih elementov in strukture dialoga,
- razumevanja mehanizmov ideološke interpelacije in subjektivacije,
- razumevanja vloge medijskega diskurza pri konstrukciji družbene realnosti,
- razumevanja strukture in značilnosti medijskega prostora v sodobni družbi,
- razumevanja demokratične vloge medijev,
- analiziranja medijskih fenomenov,
- razumevanja kulturnih predpostavk komuniciranja,
- poznavanja delovanja medijev v globalnem kontekstu,
- razumevanja strateškega komuniciranja na globalnem nivoju,
- inovativne uporabe in kombiniranja raziskovalnih empiričnih sociooloških metod ter metod njenih sorodnih disciplin (metode triangulacije),
- kompleksnega pridobivanja, selekcije, ocenjevanja in umeščanja novih znanj in interpretacije v kontekstu sociologije (in družboslovja nasploh),
- oblikovanja in implementacije izvirnih znanstvenih rešitev danih problemov na področju strateškega komuniciranja,
- kompleksnega sistemskega pogleda na družbo in interdisciplinarnega pristopa, ki je podlaga za razumevanje značilnosti in zakonitosti na področju strateškega komuniciranja,
- analize političnih procesov v demokratičnih družbi,

- poznavanja značilnosti večnivojskega vladanja (multi-level governance),
- razumevanja vloge komuniciranja v demokratičnih procesih,
- poznavanja zakonitosti strateškega delovanja v politiki,
- razumevanja pomena svobode izražanja pri strateškem komuniciranju,
- poznavanja specifik komuniciranja v posameznih okoljih,
- poznavanja pravne regulative na področju svobode izražanja,
- analize informacijskih procesov v sodobni družbi,
- upravljanja z informacijskimi procesi,
- razumevanja strateškega delovanja v kontekstu informacijske družbe,
- razumevanja vloge informacij v procesih strateškega komuniciranja.

Ocenjevanje in zaključevanje

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.

Pogoji za pridobitev javne listine

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

Izvajalci kvalifikacije

Samostojni visokošolski zavod, Fakulteta za medije

URL

http://www.fame.si/