

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Ekonomika
Course title:	Economics

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	1.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	1st	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

EKO

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
45	45	0	0	0	135	9

Nosilec predmeta / Lecturer:

dr. Anita Maček, dr. Marina Letonja

Jeziki /
Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:
Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Splošno srednješolsko znanje.

Prerequisites:

General secondary school knowledge.

Vsebina:
Uvod v predmet (mikroekonomijo in makroekonomijo)

Uvod v ekonomiko podjetja

- Opredelitev ekonomike podjetja in gospodarjenja

Podjetje

- Konceptcija podjetja
- Odločanje o poslovanju podjetja
- Konkurenčno okolje podjetja

Teorija tržne ponudbe in povpraševanja

- Zakon ponudbe
- Zakon povpraševanja
- Tržno ravnoesje

Teorija stroškov

- Osnovni koncept stroškov
- Prikaz posameznih vrst stroškov
- Odgovornost za stroške

Teorija proizvodnje

- Proizvodnja kot transformacijski proces
- Učinkovitost proizvodnje
- Proizvodna funkcija

Oblikovanje prodajnih cen

- Ekonomski pomen oblikovanja prodajnih cen
- Oblikovanje cen
- Cenovno diskriminiranje

Premoženje podjetja in uspešnost

- Uvod
- Sredstva podjetja

Content (Syllabus outline):
Introduction to the course (microeconomics and macroeconomics)

Introduction to company economics

- Definition of company economics and management

Company

- Concept of a company
- Decision-making on company operations
- Competitive environment of the company

Theory of market supply and demand

- The law of supply
- The law of demand
- Market balance

Theory of costs

- Basic concept of costs
- Presentation of individual types of costs
- Responsibility for costs

Production theory

- Production as a transformation process
- Production efficiency
- Production function

Pricing

- Economic importance of pricing
- Pricing
- Price discrimination

Company assets and performance

- Introduction

Ocenjevanje uspešnosti podjetja	- Company assets - Company performance assessment
---	--

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Maurič, E. (2007) <i>Ekonomika</i>, Maribor, DOBA Fakulteta. - Letonja M. (2021). Prosojnice, DOBA Fakulteta. - Letonja, M. (2022) Kratki video posnetki – napotki za reševanje nalog - Menger, K. (2012) <i>Principles of Economics</i>. Mises Institute. - Ahlersten, K. (2008) <i>Essentials of Microeconomics</i>. Bookboon.
--

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- spoznali ekonomske pojme, njihovo medsebojno povezanost in odvisnost ter značilnosti in zakonitosti gospodarjenja v podjetjih
- razumeli temeljne gospodarske koncepte in zakonitosti, ki jih lahko uporabijo v svojem življenju kot državljani, zaposleni in/ali potrošniki.
- pridobili znanja za razumevanje temeljnih problemov gospodarjenja podjetij in načine njihovega reševanja
- sposobni razumeti ekonomske probleme ter uporabiti znanje za njihovo avtonomno reševanje v poslovni praksi
- razvili prilagodljivost, iniciativnost in odgovornost ter pozitiven odnos do dela
- razvili sposobnost kritičnega mišljenja in reševanja problemov

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- Learn about economic definitions, their interconnection and interdependence, and the characteristics and rules of management in business systems (companies)
- Understand the main economic concepts and rules that they can use in their lives as citizens, employees, and/or consumers
- Acquire knowledge to understand the main problems in company management and how to solve them
- Able to understand economic problems and apply the gained knowledge to autonomously solving them in practice
- Develop adaptability, self-initiative and responsibility, and a positive work attitude
- Develop the ability of critical thinking and problem-solving

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka bo:

- spoznal temeljne koncepte ekonomske znanosti
- spoznal opredelitve ekonomike in gospodarjenja podjetja
- razumel poslovanje podjetja in bo sposoben sodelovati pri sprejemanju odločitev v zvezi s poslovanjem podjetja
- spoznal teorijo tržne ponudbe in povpraševanja
- spoznal teorijo stroškov in razumel pomen poznavanja različnih vrst stroškov
- znal uporabljati ustrezna orodja za oblikovanje prodajnih cen
- znal presojati premoženjsko stanje in uspešnost podjetja

Intended learning outcomes:

The student will:

- Learn about the main concepts of economic sciences
- Learn about the definitions of economics and company management
- Understand company operations and be able to participate in decision-making on company operations
- Learn about the theory of market supply and demand
- Learn about the theory of costs and understand the importance of various types of costs
- Be able to use the appropriate pricing tools
- Be able to assess the company's financial situation and performance

Metode poučevanja in učenja:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)

Sodelovalno delo: timsko delo, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju

Individualno delo: študij literature in virov, refleksija, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju

Opredeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi

Learning and teaching methods:

Frontal instruction: lectures with active participation of students (explanation, discussion, case studies)

Collaborative group work: teamwork, papers, work in the virtual learning environment

Individual work: study of literature and resources, reflection, papers, work in the virtual learning environment

informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within the virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:		Delež (v %) / Weight (in %)	Assessment:
<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>			<u>Continuous knowledge assessment</u>
• Krajši pisni izdelki		30 %	• Shorter written assignments
• Daljši pisni izdelki		30 %	• Longer written assignments
• Online test		40 %	• Online test
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>			<u>Final knowledge assessment</u>
• Pisni izpit		60 %	• Written exam
• Drugo: Seminarska naloga		40 %	• Other: Seminar paper

Reference nosilca / Lecturer's references:

- VADNJAL, Jaka, LETONJA, Marina, KOCIPER, Tina, VESELINOVIČ, Draško. Odnos med bankami in malimi ter srednjimi podjetji v Sloveniji. *Bančni vestnik : revija za denarništvo in bančništvo*. [Tiskana izd.]. okt. 2010, letn. 59, št. 10, str. 42-46. ISSN 0005-4631. [COBISS.SI-ID 512838018]
- VADNJAL, Jaka, LETONJA, Marina. Commercial banks and SME's : case of Slovenia = Poslovne banke in MSP : primer Slovenije. *Entrepreneurship & innovation journal*. Nov. 2009, vol. 1, no. 1, str. 1-19, tabele. http://fbm.uni-ruse.bg/jei/Issue-9-2009/2article_slov_vadnjaj_letonja.pdf. [COBISS.SI-ID 512785538]
- VADNJAL, Jaka, LETONJA, Marina. The demand for equity capital in a transition economy. *Analele Universității "Eftimie Murgu" Reșița. Fascicula II, Facultatea de Științe Economice și Administrative*. 2008, anul 15, nr. 1, str. 299-305. ISSN 1584-0972. [COBISS.SI-ID 512655234]
- VADNJAL, Jaka, LETONJA, Marina. Obstoječi vrzeli lastniškega kapitala v Sloveniji = Existence of an equity gap in Slovenia. *Management*. [Tiskana izd.]. zima 2008, let. 3, št. 4, str. 329-346. ISSN 1854-4223. http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-4231/3_329-346.pdf. [COBISS.SI-ID 3061975]
- LETONJA, Marina. Poslovni načrt in dialog z vlagatelji. *Podjetnik : prvi medij podjetništva*. [Tiskana izd.]. jun. 2007, letn. 16, št. 6, str. 40-43. ISSN 1318-1025. [COBISS.SI-ID 512494210]
- BIZOVIČAR, Milka, RAJER OBID, Maja, LETONJA, Marina, TRSTENJAK, Ivan, ŠIREC, Karin, et al. Veščine za posel - in življenje. *Delo*. [Tiskana izd.]. 5. maj 2017, leto 59, št. 101, str. 12-13. ISSN 0350-7521. [COBISS.SI-ID 12728604]
- VADNJAL, Jaka, KOCIPER, Tina, LETONJA, Marina. Family business research in Slovenia : relevant issues for other transition economies. V: *Oameni. Idei. Experiențe : conferința internațională, 22 - 23 Octombrie 2010, Reșița, Romania*. Reșița: Universitatea "Eftimie Murgu", 2010. Str. 232-245. *Analele Universității "Eftimie Murgu", Fascicula II - Studii Economice*. ISSN 1584-0972. [COBISS.SI-ID 512830850]
- LETONJA, Marina, VADNJAL, Jaka, KASTRATI, Jehona. Exploration of historical and economic reasons for ethnic entrepreneurship in Slovenia. V: *Contributing to an entrepreneurial society : 37th EISB Conference, Entrepreneurship, Innovation and Small Business 2007, Faculty of Economics, University of Ljubljana, Slovenia, September 13-14, 2007*. Brussels: EFMD, 2007. Str. [1]. [COBISS.SI-ID 512521858]
- VADNJAL, Jaka, LETONJA, Marina, BERGINC, Jordan, PALČIČ, Iztok. The demand for equity capital in a transition economy. V: *International entrepreneurship - from local to global enterprise creation and development : conference handbook : 29th Institute for Small Business & Entrepreneurship Conference, 31st October - 2nd November 2006, Cardiff-Caerdydd*. Harrogate: ISBE, 2006. Str. 178. ISBN 1-900862-01-8. [COBISS.SI-ID 512448898]
- LETONJA, Marina, MAČEK, Anita, OZBEK TUNÇ, Ayşegül, KOVAČEVSKI, Dimitar. Business principles and processes: entrepreneurship and innovative management. V: AŠANIN GOLE, Pedja (ur.), ANDONOV, Dejan. *Linking business and communication : from a sparkle to a flame*. Maribor: Doba Business School, 2018. Str. 1-31. Book collection Lessons from economic and applied business and social studies. ISBN 978-961-6818-56-8. [COBISS.SI-ID 513021744]
- LETONJA, Marina, VUKASOVIČ, Tina, AŠANIN GOLE, Pedja. Entrepreneurial corporate social responsibility towards employees and the local community. V: AŠANIN GOLE, Pedja (ur.). *Entrepreneurial and communicative mind in action*. Harlow: Pearson, cop. 2021. Str. 40-53, ilustr. ISBN 978-1-800-06427-0. [COBISS.SI-ID 69542915]
- LETONJA, Marina. Kako krmariti manjše podjetje skozi epidemijo (COVID-19). *DOBA*. 28. april 2020. ISSN 2712-4789. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/kako-krmariti-manjse-podjetje-skozi-epidemijo-covid-19>. [COBISS.SI-ID 16403203]

- LETONJA, Marina. Želim biti podjetnik, kaj moram narediti, da bom to postal?. *DOBA*. 13. julij 2020. ISSN 2712-4789. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/zelim-biti-podjetnik-kaj-moram-narediti-da-bom-to-postal>. [COBISS.SI-ID [28356867](#)]
- VODOPIVEC, Milan, BUKVIČ, Vladimir, LETONJA, Marina, SAGADIN, Tone, VADNJAL, Jaka, CVIKL, Marta, ROBLEK, Brigita. *Osnove ekonomije : makroekonomija*. Piran: Gea College - Visoka šola za podjetništvo, 2005. III, 108 str., graf. prikazi, tabele. ISBN 961-6347-49-7. [COBISS.SI-ID [223039488](#)]
- BERGINC, Jordan (avtor, urednik), VADNJAL, Jaka, LETONJA, Marina, KOVAČ, Zdenka, DOLANC, Tatjana, LAMPE, Rok, TOMANIČ VIDOVIČ, Maja, BRANCO, Davide, GANTAR, Matjaž, STANOVNIK, Jan, NARALOČNIK, Andrej. *Podjetništvo : uspešen zagon novega podjetja in vodenje v rast*. Piran: Visoka šola za podjetništvo, cop. 2006. 1 optični disk (CD-ROM). [COBISS.SI-ID [512451202](#)]
- LETONJA, Marina (avtor, odgovorni urednik), BERGINC, Jordan, PUSTOTNIK, Nataša, SRABOTNIK, Marko, TOMŠIČ, Goran, ZELNIK, Sonja. *ABC podjetništva : izzivi podjetnic in podjetnikov ob ustanovitvi in zagonu poslovanja novih podjetij : priročnik za podjetnice in podjetnike začetnike ter bodoče podjetnice in podjetnike*. Ljubljana: SPIRIT Slovenija, 2019. 1 spletni vir (1 datoteka PDF (93 str.)). ISBN 978-961-7061-06-2. https://www.podjetniski-portal.si/uploads/gradiva/spot/eprirocnik_abc_podjetnistva_2.pdf. [COBISS.SI-ID [303549696](#)]
- GARTNER, Majda, MERKAČ SKOK, Marjana, LETONJA, Marina, STRITAR, Tomaž, PODMENIK, Dane, VADNJAL, Mateja, RIHTARŠIČ, Tanja. *Social entrepreneurship in Slovenia : state of the art report*. Ljubljana: GEA College, 2016. [14] str. [COBISS.SI-ID [513553026](#)]
- LAZAROV, Valentin, LETONJA, Marina, et al. *Ideannovaship : Innovate and Ideate for Social Entrepreneurship. Facilitator training programme on social entrepreneurship (FTP-SE)*. Ljubljana: GEA College, 2016. 47 str. [COBISS.SI-ID [513582466](#)]
- VADNJAL, Jaka, BERGINC, Jordan, LETONJA, Marina, PENCA, Primož, SLAVNIČ, Niko, PALČIČ, Iztok, KEREČ, Martina. *Študija o obstoju vrzeli lastniškega kapitala v Sloveniji*. Piran: GEA College, Raziskovalno-razvojni inštitut, 2006. 2, 54, X f., graf. prikazi, tabele. ISBN 961-6026-34-8, ISBN 978-961-6026-34-5. [COBISS.SI-ID [230758144](#)]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 12. 1. 2022, pregled 18. 7 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS	
Predmet:	Pravna in gospodarska ureditev
Course title:	Legal and Economic Regulation

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	1.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	1st	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

PGU

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

mag. Viljem Pozeb

**Jeziki /
Languages:**

Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Splošno srednješolsko znanje.

Prerequisites:

General secondary-school knowledge.

Vsebina:

Temeljni pravni pojmi

- Pravni red
- Pravna razmerja
- Pravni subjekti
- Predmeti pravnih razmerij
- Stvarno pravo-stvarne pravice
- Zastaranje

Družbena ureditev RS

- Značilnosti in načela ustave RS; načelo ustavnosti in zakonitosti
- Človekove pravice in svoboščine-varstvo človekovih pravic in svoboščin
- Gospodarska in socialna razmerja
- Organizacija državne oblasti

Osnove obveznostnega prava

- Pogodbene obveznosti
- Odškodninska obveznost
- Spremembe obveznostnih razmerij
- Utrditev obveznosti
- Prenehanje obveznosti

Nekatere gospodarske pogodbe

- Prodajna pogodba; licenčna pogodba; zavarovalna pogodba
- Pogodba o posredovanju; pogodba o trgovinskem zastopanju; zakupna pogodba

Content (Syllabus outline):

Fundamental legal concepts

- Legal order
- Legal relationships
- Legal entities
- Subjects of legal relationships
- Property law – property rights
- Statute of limitation

Social order in the Republic of Slovenia

- Characteristics and principles of the Constitution of the Republic of Slovenia; the principle of constitutionality and legality
- Human rights and liberties – protection of human rights and liberties
- Economic and social relationships
- Organisation of the state power

Introduction to the law of obligations

- Contractual obligations
- Liability obligation
- Changes to obligation relationships
- Consolidation of obligations
- Termination of obligations

Individual economic contracts and agreements

- Sales agreement; licensing agreement; insurance contract

- Komisijska pogodba; skladiščna pogodba; špediterska pogodba - Gradbena pogodba Vrednostni papirji - Splošno o vrednostnih papirjih - Menica; ček; drugi vrednostni papirji Uvod v statusno gospodarsko pravo - Pojem in viri gospodarskega statusnega prava - Statusno-pravne značilnosti gospodarske družbe (dejavnost, pravna osebnost in odgovornost za obveznosti, firma in sedež družbe, zastopanje in predstavljanje družbe, sodni register, poslovna skrivnost in prepoved konkurence) - Sodni register - Poslovne knjige - Sodelovanje delavcev pri upravljanju Posamezne oblike gospodarskih družb - Obrt - Osebnostne družbe: podjetnik, družba z neomejeno odgovornostjo, komanditna družba - Kapitalske družbe: delniška družba, družba z omejeno odgovornostjo, komanditna delniška družba - Druge družbe: tiha družba, dvojna družba, gospodarsko interesno združenje Finančna razmerja v gospodarskih družbah Povezovanje, združitev in preoblikovanje gospodarskih družb Prenehanje gospodarskih družb - Redno prenehanje družbe - Prisilna poravnava in stečaj družbe	- Brokerage agreement, commercial agency contract, lease (rental) agreement - Commission agency contract; contract of storage; freight forwarding contract - Construction contract Securities - General about securities - Bills of exchange, cheques; other securities Introduction to status and commercial law - Concepts and sources of status and commercial law - Legal status characteristics of entities (activity, legal person and liability for obligations, name and registered office of the company, representation and presentation of the company, court register, trade secret and non-compete obligation) - Court register - Books of account - Workers' participation in management Types of entities - Craft - Partnerships: trader, unlimited liability company, limited partnership - Companies with share capital: public limited company, limited liability company, limited partnership with share capital - Other companies: silent partnership, double partnership, economic interest grouping Financial relationships in entities Connections, mergers and change of status of entities Dissolution of entities - Regular dissolution of a company - Compulsory settlement and bankruptcy
--	--

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Lednik, V. in Pozeb, V. (2021) *Pravna in gospodarska ureditev*, Maribor, DOBA Fakulteta.
- Zakon o gospodarskih družbah ZGD – 1 (z vsemi spremembami in dopolnitvami)

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- pridobi osnovna pravna znanja in poglobljeno spozna pravno ureditev, da v drugem delu lahko spremlja in usvoji obilgacijska razmerja, osnove statusnega prava in prava družb
- usvoji temeljne pojme kot so: pravni red in pravna norma, pravna razmerja in pravni subjekti ter objekti ki nastopajo v teh razmerjih, spozna stvarne pravice, zastaranjem in varstvom pravic, brez katerih ne more razumeti in usvojiti obilgacijskih razmerij in prava družb
- se poglobljeno seznani z družbeno ureditvijo, predvsem s pojmom oblasti in njeno organiziranostjo, ustavnostjo in zakonitostjo, človekovimi pravicami in njihovim varstvom
- pridobi znanja iz osnov obveznostnega prava (pogodbene in odškodninske obveznosti, utrditev in

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- acquire basic legal knowledge and a thorough understanding of the legal regime so that, in the second part, they are able to follow and consolidate obligations and fundamentals of status and corporate law,
- learn about the main concepts such as: the legal order and legal provision, legal relationships and legal entities involved in those relationships, learn about property rights, statutes of limitation and protection of rights, which are required for them to understand and learn about obligations and corporate law,
- learn in detail about the social order, especially the concept of authority and its organisation, constitutionality and legality, human rights and their protection,
- gain knowledge on the foundations of the law of obligations (contractual and liability obligations,

spremembo pogodbenih obveznosti), ki mu omogočajo v praksi stopati v obveznostna razmerja.

- spozna vrednostne papirje, njihov pomen in se nauči njihove praktične uporabe (menica, ček, delnica itd.)
- pridobi osnovna znanja iz statusnega prava, da lahko spozna in razume posamezne vrste gospodarskih družb v našem in evropskem pravnem sistemu
- usvoji znanja, na kak način lahko prenehajo družbe (redno prenehanje, prisilna poravnava in stečaj)
- usvoji znanja o zadrugah, organiziranju zavarovalstva in tujih podjetij
- si razvije vztrajnost, storilnostno usmerjenost, natančnost in odgovornost
- si razvija interes in pozitiven odnos do delovnih obveznosti in odgovornosti do dela
- študent bo znal aplicirati in implementirati teoretično znanje o pravni in gospodarski ureditvi v poslovno prakso.

consolidation and modification of contractual obligations) which in practice enable them to enter into obligation relationships,

- learn about securities, their importance and how to use them in practice (bills of exchange, cheques, shares, etc.),
- acquire basic knowledge of status law in order to know and understand specific types of companies in our and the European legal system,
- acquire knowledge on how companies can be dissolved (regular dissolution, compulsory settlement and bankruptcy),
- learn about cooperatives, insurance organisation and foreign companies,
- develop persistence, performance focus, accuracy and accountability,
- develop an interest in and a positive attitude towards work obligations and a responsibility towards work,
- be able to apply and implement theoretical knowledge of legal and economic regulations into business practice.

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka bo:

- Spoznal bo družbeno ureditev Republike Slovenije, njeno organiziranost, pojem oblasti, ustavnost in zakonitost, človekove pravice in temeljne svoboščine ter njihovo varstvo,
- Pridobil bo znanja iz obligacijskega (obveznostnega) prava (pogodbene in odškodninske obveznosti), ki omogočajo v praksi vstopati v obligacijska razmerja,
- Razumel bo pojem pogodbene obveznosti, spremembe obveznostnega razmerja in prenehanje obveznosti ter ta znanja uporabil v praksi,
- Znal bo sestaviti osnovne pogodbe, kot so: prodajna pogodba, zakupna pogodba, komisijška pogodba, licenčna pogodba, skladiščna pogodba, gradbena pogodba
- Osvojil bo temeljna znanja iz področja statusnega prava, spoznal in razumel pravni pomen posamezne vrste gospodarske družbe v našem in evropskem pravnem sistemu
- Poznal bo posamezne oblike gospodarskih družb.
- Znal bo ustanoviti posamezno gospodarsko družbo (usposobljen bo za pripravo potrebne dokumentacije za ustanovitev nekaterih gospodarskih družb (s.p., d.o.o. in d.d.)
- Razumel bo pravna razmerja med družbeniki in pravnimi razmerji družbenikov do tretjih oseb.
- Razumel in poznal bo postopka za prenehanje in likvidacijo družbe (sposoben bo izvedbe postopka za prenehanje, likvidacijo, prijave stečaja ter priprave predloga za prisilno poravnavo).

Intended learning outcomes:

Students will:

- learn about the social order of the Republic of Slovenia, its organisation, the concept of authority, constitutionality and legality, human rights and fundamental freedoms and their protection,
- acquire knowledge from the law of obligations (contractual and liability obligations), which makes it possible to enter into obligations in practice,
- understand the concept of a contractual obligation, change in the obligating relationship and termination of the obligation and apply this knowledge in practice,
- be able to draw up basic contracts such as: sales agreement, lease agreement, commission agency contract, licensing agreement, contract of storage, construction contract,
- acquire basic knowledge of status law in order to know and understand the legal importance of specific types of companies in our and the European legal system,
- be familiar with types of entities,
- be able to set up an individual company (they will be able to prepare the necessary documentation for the setting up of specific companies (s.p., d.o.o. and d.d.),
- understand the legal relationships between the partners and the legal relationships of the partners with third parties,
- understand and know the procedures for dissolution and liquidation of a company (they will be able to conduct dissolution proceedings, liquidation proceedings, bankruptcy filings, and the preparation of a petition for compulsory settlement).

Metode poučevanja in učenja:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)
Sodelovalno delo: timsko delo, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju
Individualno delo: študij literature in virov, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju

Opređeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

Learning and teaching methods:

Frontal: lectures with active participation of students (explanations, discussions, case study);
Collaborative work: team work, work in the virtual environment;
Individual: coursework, study of literature and sources, written tasks, work in the virtual environment;

All the enumerated teaching and learning methods used at online study are appropriately supported by modern information-communication tools and perfected with effective approaches to teaching and learning in the virtual environment.

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja	25	Continuous knowledge assessment
• Krajši pisni izdelki	25	• Shorter written assignments
• Daljši pisni izdelki	50	• Longer written assignments
• Online test		• Online test
Končno preverjanje in ocenjevanje znanja	80	Final knowledge assessment
• Pisni izpit	20	• Written exam
• Seminarska naloga		• Seminar paper

Reference nosilca / Lecturer's references:

- POZEB, Viljem, LEDNIK, Viktor. *Pravna in gospodarska ureditev : visokošolski učbenik*. Maribor: Doba Epis, 2007. 150 str., ilustr. ISBN 961-6084-48-8, ISBN 978-961-6084-48-2. [COBISS.SI-ID [58496513](#)]
- POZEB, Viljem. *Ustavna obtožba predsednika republike : magistrsko delo*. [Brdo pri Kranju: V. Pozeb], 2004. XV, 123 f. [COBISS.SI-ID [215468544](#)]
- POZEB, Viljem. *Pravna ureditev društev v Republiki Sloveniji : izpitna seminarska naloga pri predmetu Upravne inštitucije*. Maribor: [V. Pozeb], 2002. 1 mapa (42 f.). [COBISS.SI-ID [512018992](#)]
- BREG, Janko. *Pravna ureditev podjetniškega varstva okolja : diplomsko delo*. Slovenj Gradec: [J. Breg], 2011. 25 str., ilustr. [COBISS.SI-ID [1024014168](#)]
- BREZNIK, Zoran. *Mednarodno zdravstveno zavarovanje in pravice zavarovanih oseb iz obveznega zdravstvenega zavarovanja v Sloveniji : diplomsko delo*. Maribor: [Z. Breznik], 2010. <http://www.doba.si/diplome/1410180064.pdf>. [COBISS.SI-ID [512506416](#)]
- FABIJAN, Tomaž. *Gradbena pogodba : diplomsko delo*. Maribor: [T. Fabijan], 2008. <http://www.doba.si/diplome/14400071.pdf>. [COBISS.SI-ID [512315184](#)]
- FERMIŠEK, Dušanka. *Pogodba o zaposlitvi po ZDR : diplomsko delo*. Maribor: [D. Ferišek], 2008. <http://www.doba.si/diplome/14400006.pdf>. [COBISS.SI-ID [512399408](#)]
- PERHAČ, Alenka. *Pridobitev lastninske pravice na neprimičinah za pravne osebe : diplomsko delo*. Maribor: [A. Perhač], 2009. <http://www.doba.si/diplome/14300013.pdf>. [COBISS.SI-ID [512439344](#)]
- SLEMENIK, Gregor. *Zakonodajna ureditev ravnanja z odpadki ter ravnanje z embalažo in odpadno embalažo : diplomsko delo*. Slovenj Gradec: [G. Slemenik], 2012. IV, 47 str., ilustr. [COBISS.SI-ID [1024027736](#)]
- ŠPRAH, Nataša. *Pravne podlage vračila trošarin : diplomsko delo*. Maribor: [N. Šprah], 2009. <http://www.doba.si/diplome/1410180059.pdf>. [COBISS.SI-ID [512427568](#)]
- ŠULIGOJ MILOŠEVIČ, Helena. *Problematika neprofitnih najemnih stanovanj v Ljubljani : diplomsko delo*. Maribor: [H. Šuligoj Miloševič], 2009. <http://www.doba.si/diplome/14700191.pdf>. [COBISS.SI-ID [512437040](#)]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 12. 1. 2022, pregled 18. 7. 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS	
Predmet:	Uvod v marketing
Course title:	Introduction to Marketing

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	1.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	1st	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

MAR

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
45	45	0	0	0	135	9

Nosilec predmeta / Lecturer:

Maja Gorjanc

Jeziki /

Languages:

Predavanja / Lectures:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Splošno srednješolsko znanje.

Prerequisites:

General secondary-school knowledge.

Vsebina:

Razvoj in pomen menjalnih procesov v družbi

- osnovni alternativni načini zadovoljevanja potreb
- temeljni pogoji za obstoj in razvoj menjalnih procesov
- značilnosti menjalnih procesov, udeleženci v menjalnih procesih, objekti menjave
- enostavni in kompleksni sistem menjave

Opredeljevanje marketinga na osnovi različnih izhodišč

Organizacija in njeno ožje okolje

- dobavitelji
- odjemalci
- konkurenti

Organizacija in njeno širše okolje

Trg

- klasične opredelitve trga
- marketinške opredelitve trga
- tipi trgov
- tržni deleži

Različne miselnosti pri managementu marketinga

- "zaprte" miselnosti
- "odprte" miselnosti

Informacije za potrebe managementa marketinga

- interne primarne in sekundarne informacije
- eksterne primarne in sekundarne informacije

Strateški marketing

- razvoj strateškega marketinga

Content (Syllabus outline):

Development and importance of exchange processes in the society

- Basic alternative ways of meeting needs
- Fundamental conditions for the existence and development of exchange processes
- The characteristics of exchange processes, participants in exchange processes, objects of exchange
- Simple and complex exchange systems

Defining marketing on the basis of different starting points

Organisation and its narrower environment

- Suppliers
- Customers
- Competition

Organisation and its broader environment
Market

- Conventional definitions of the market
- Marketing definitions of the market
- Types of markets
- Market shares

Different mindsets in marketing management

- Closed mindsets
- Open mindsets

Information for the needs of marketing management

- Internal primary and secondary information

- vsebina strateškega marketinga - proces strateškega marketinga Taktični in operativni marketinga - razvoj taktičnega in operativnega marketinga - vsebina taktičnega in operativnega marketinga - proces taktičnega in operativnega marketinga Marketing in ostale poslovne funkcije

- External primary and secondary information Strategic marketing - Development of strategic marketing - Content of strategic marketing - Process of strategic marketing Tactical and operational marketing - Development of tactical and operational marketing - Content of tactical and operational marketing - Process of tactical and operational marketing Marketing and other business functions

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Gorjanc, M. (2022). Prosojnice@Blackboard.DOPA Fakulteta. - Philip Kotler, Gary Armstrong (2012): Principles of Marketing. Pearson Education

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence: - spoznali razvoj in pomen marketinga v nacionalnem in mednarodnem prostoru - spoznali razvoj in pomen marketinga v družbi in njenih organizacijah - razumeli bodo pomen povezanosti marketinga z ostalimi poslovnimi funkcijami v organizaciji za celotno poslovanje - spoznali in uporabljali osnovne koncepte – pojme marketinga - spoznali in uporabljali različne vidike marketinga (marketing kot veščino, kot proces, kot splet aktivnosti, kot miselnost, kot organizacijsko tvorbo, kot znanost) - spoznali in uporabljali različne vidike marketinga v različnih tipih organizacij - spoznali in znali uporabljati aktivnosti ter učinke marketinga - spoznali in znali uporabljati sodobne koncepte marketinga - znali izdelati trženjski načrt - znali sprejemati strateške in taktične trženjske odločitve - se usposobili za nadzor nad trženjskim poslovanjem - vedeli, kako se raziskuje trg - se usposobili za organiziranje trženjskega poslovanja organizacije - krepi analitske in komunikacijske spretnosti ob uporabi trženjskih konceptov - si razvijali kritičnost, samostojnost, samoiniciativnost in iznajdljivost.
--

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies: - learn about the development and importance of meaning in the national and international context, - learn about the development and importance of marketing in society and its organisations, - understand the importance of marketing in relation to other business functions in the organisation for the whole business, - learn about and apply basic concepts – marketing concepts, - learn about and use various aspects of marketing (marketing as a skill, as a process, as a mix of activities, as a mindset, as organisational creation, as science), - learn about and use different aspects of marketing in different types of organisations, - learn about and use the activities and effects of marketing, - learn about and use modern marketing concepts, - are able to prepare a company's marketing plan, - are able to make strategic and tactical marketing decisions, - are qualified to supervise marketing operations, - learn about how to do market research, - are qualified to organise marketing in an organisation, - strengthen analytical and communication skills using marketing concepts, - develop critical thinking, autonomy, initiative and inventiveness.
--

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka bo: - razumel načine za organiziranje operativnih trženjskih opravil v podjetju - razumel globalni marketing - usvojil znanja za razumevanje procesa trženjskega planiranja
--

Intended learning outcomes:

Students will: - understand how to organise operational marketing tasks in a company, - understand global marketing, - acquire knowledge to understand the marketing planning process,

- se usposobil za uporabo procesa upravljanja na izbranem primeru trženjskega poslovanja
- spoznal delovanje različnih tipov organizacij in vplive iz okolja na trženje
- usvojil znanja za obvladovanje zbiranja in analize podatkov, se usposobil za analiziranje tržnih priložnosti
- znal segmentirati potrošniške in medorganizacijske trge
- spoznal različne tipe »miselnosti pri menedžmentu marketinga
- se usposobil za uporabo tehnike segmentiranja
- se usposobil za določanje prodajnih in trženjskih ciljev, usvojil znanja za razumevanje strateškega trženja
- usposobil za sprejemanje odločitev o politiki izdelka, skupine izdelkov in izdelčnega spleta
- obvladal postopek razvoja novih izdelkov
- usvojil znanja za razumevanje življenjskega cikla izdelka
- usvojil znanja za določanje cen, se usposobil za sprejemanje odločitev o politiki cen
- obvladal načrtovanje tržne logistike
- usvojil znanja za programiranje trženjskih komunikacij
- se usposobil za uporabo področij tržnega komuniciranja

Metode poučevanja in učenja:

- be qualified to apply the management process in a selected marketing case,
- learn about the functioning of different types of organisations and environmental impacts on marketing,
- gain the knowledge for data collection and analysis, are qualified to analyse market opportunities,
- be able to segment consumer and inter-organisational markets,
- learn about different types of mindsets in marketing management,
- be qualified to apply segmentation techniques,
- be qualified to set sales and marketing objectives, acquire knowledge to understand strategic marketing,
- be able to make decisions on product policy, product group and product mix,
- master the process of developing new products,
- acquire skills to understand the life cycle of a product,
- gain knowledge for pricing, are qualified for making pricing policy decisions,
- master market logistics planning,
- acquire skills to programme marketing communications,
- be qualified for the use of market communication fields.

Learning and teaching methods:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)
Sodelovalno delo: projektno delo, timsko delo, delo v virtualnem učnem okolju
Individualno delo: naloge, študij literature in virov, samoocenjevanje, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju
Sodelovanje gostujočega predavatelja

Opredeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Frontal: lectures with active participation of students (explanations, discussions, case study);
Collaborative work: project work, team work, work in the virtual environment;
Individual: coursework, study of literature and sources, self-evaluation, written tasks, work in the virtual environment;
Guest lecturer

All the enumerated teaching and learning methods used at online study are appropriately supported by modern information-communication tools and perfected with effective approaches to teaching and learning in the virtual environment.

Assessment:

<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		Type (examination, oral, coursework, project):
• Krajši pisni izdelki	50 %	• Shorter written assignments
• Daljši pisni izdelki	25 %	• Longer written assignments
• Drugo: Online test	25 %	• Other: Online test
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Final knowledge assessment</u>
• Pisni izpit	60 %	• Written exam
• Drugo: Seminarska naloga	40 %	• Other: Seminar paper

Reference nosilca / Lecturer's references:

- GORJANC, Maja. *Javnost in zasebnost v medijih : (maturitetna naloga)*. Celje: [M. Gorjanc], 1998. 27 f., ilustr. [COBISS.SI-ID 328573]

- GORJANC, Maja. *Poročanje družbene odgovornosti v neprofitnih organizacijah : diplomsko delo*. Ljubljana: [M. Gorjanc], 2004. 68 f., graf. prikazi. <http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Gorjanc-Maja.PDF>. [COBISS.SI-ID [23669853](#)]
- LUŽAR ŠAJT, Dušanka, GAVEZ, Sonja, HAZL, Vanja, MAROŠEK, Julija, ZAGORC, Stojan, ZAGORC, Simona, GORJANC, Maja, KOVAČ, Zdenka, BRANCO, Davide. *Študija obstoječega stanja na področju socialne ekonomije v Sloveniji : s priporočili za pripravo modela uvajanja socialnega podjetništva*. Ljubljana: Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije, 2005. 54 str., graf. prikazi. ISBN 961-6434-17-9. [COBISS.SI-ID [222514432](#)]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 15. 7. 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Informatika
Course title:	Informatics

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	1.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	1st	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

INF

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
45	45	0	0	0	135	9

Nosilec predmeta / Lecturer:

mag. Vesna Lešnik Štefotič

Jeziki /	Predavanja / Lectures:	Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian
Languages:	Vaje / Tutorial:	Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:
Prerequisites:

Splošno srednješolsko znanje.

General secondary school knowledge.

Vsebina:
Content (Syllabus outline):
Osnovni pojmi informatike

- odločitveni proces
- informacijski sistem in informacijski proces

Računalnik

- strojna oprema računalnika
- programska oprema
- trendi razvoja

Podatki

- osnovni pojmi
- podatkovne baze, podatkovna skladišča in podatkovna jezera
- trendi

Telekomunikacije

- osnovni pojmi
- internet in internetna tehnologija, internet stvari
- mobilna omrežja
- trendi

Poslovni informacijski sistemi

- prenova poslovnih procesov
- različne vrste PIS
- razvoj in upravljanje infomacijskih sistemov
- nove tehnologije in trendi

Izzivi informacijske/digitalne družbe

- ergonomija uporabe računalnika in mobilnih naprav
- varnost in zasebnost
- intelektualna lastnina

Basic terms of information science

- Decision-making process
- Information system and information process

Computer

- Hardware
- Software
- Development trends

Data

- Basic terms
- Data bases, data warehouses and Data lakes
- Trends

Telecommunications

- Basic terms
- Internet
- Mobile networks
- Trends

Business information systems

- Business process reengineering
- Different types of Business information systems
- Development and management of IS
- Emerging technologies and trends

Challenges of information/digital society

- Computer and mobile devices ergonomics
- Security and Privacy
- Intellectual property
- Quality of life (digital technology addiction, digital divide, digital competencies)

Computer and information literacy

- Use of word processors

- kakovost življenja (zasvojenost z digitalno tehnologijo, digitalni razkorak, digitalne kompetence) Računalniška in informacijska pismenost - uporaba urejevalnika besedil - uporaba elektronskih preglednic - uporaba programa za pripravo predstavitev - iskanje in uporaba informacij - net etika - orodja za modeliranje/risanje diagramov	- Use of electronic spreadsheets - Use of programs for the preparation of presentations - Search for and use of information - Netiquette - Process modelling/diagramming tools
--	--

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Lešnik Štefotič, V.: Osnove informatike, Maribor, Doba 2021. (posodobljeno izhodiščno gradivo Natek, S. Osnove informatike, 2006)
- Lešnik Štefotič, V.: Delovni listi z vajami za uporabo urejevalnika besedil, elektronskih preglednic in orodja za izdelavo predstavitev, Maribor, Doba 2021
- Roch S., Fowler J., Smith B. and Bourgeois. D.: Information Systems for Business and Beyond, Canadian Edition, 2019 available at <https://ecampusontario.pressbooks.pub/informationssystemscdn/>

Cilji in kompetence:

Študentje bodo:

- razumeli in se zavedali pomena informatike in poznali možnosti uporabe informacijsko komunikacijske tehnologije (IKT) v poslovnem sistemu
- razumeli poslovno informacijske sisteme (PIS), način njihovega razvoja, uvajanja in upravljanja
- sposobni pravilno izbirati in uporabiti ustrezna računalniška orodja glede na specifične delovne ali učne situacije
- razvili natančnost, vztrajnost in samoiniciativnost
- razvili sposobnost dela v timu, kritičnega razmišljanja in abstraktnega mišljenja

Objectives and competences:

Students:

- They will be aware of the importance of information science and be familiar with the use of ICT in the business world
- They will understand business information systems (BIS), their development cycle and management
- They will develop the ability to independently choose and use ICT with regard to the specifics of the situation at work or in the learning process
- They will develop accuracy, persistence, and self-initiative
- They will develop the ability to work in a team, critical thinking and abstract thinking

Predvideni študijski rezultati:

Po zaključku tega predmeta bo študent sposoben:

- razumeti pomen informatike in IKT za organizacije
- razumeti in uporabiti osnovne koncepte in sestavine informatike in IKT v študiju in pri delu
- bo znal slediti razvojnim trendom področja in poiskati primerne računalniške rešitve v svojem poslovnem okolju
- bo sposoben razmišljanja o izzivih, možnostih in omejitvah informacijske /digitalne družbe
- sodelovati na projektih strateškega načrtovanja in razvoja PIS
- kritične analize poslovnih procesov ter izdelave predloga njihove prenove glede na strateške usmeritve podjetja
- samostojno uporabljati urejevalnik besedil pri študiju in pri delu (uporaba predlog, uporaba slogov, vstavljanje kazal vsebine, označevanje slik in drugih elementov, vstavljanje kazala slik in drugih elementov, navzkrižno sklicevanje, vstavljene preloma odsekov, spajanje dokumentov, sledenje spremembam)

Intended learning outcomes:

After the completion of this course, students will be able to:

- Understand the importance of information science and ICT for organisations
- Understand and use basic concepts and components of information science and ICT in studying and working
- Follow development trends and search for appropriate computer solutions in their business environment
- Think about challenges, possibilities, and limitations of information/digital society
- To participate in business informatics strategic planning and business informatics development projects
- Critically analyse business processes and to plan business process reengineering according to the strategic orientations of the company
- Independently use word processing tools in studying and working (use of templates, styles, inserting tables of contents, indexing figures and other elements, inserting tables of figures and other

- samostojno uporabljati elektronske preglednice, vključno z izdelavo vrtilnih tabel in vrtilnih grafikonov za podporo odločanju
- pripraviti preprosto podatkovno kocko za izbrano poslovno področje
- samostojno izdelati poslovno predstavitev (uporaba matrice, pravila priprave predstavitev)
- narisati preprost diagram procesa

Metode poučevanja in učenja:

- elements, referencing, inserting section breaks, combining documents, tracking changes)
- Independently use electronic spreadsheets, including the preparation of pivot tables and pivot charts in support of decision-making
- Create a simple data cube for the chosen business field
- Independently prepare business presentations (use of matrix, rules of preparing presentations)
- draw a simple process diagram

Learning and teaching methods:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)
Sodelovalno delo: projektno delo, timsko delo, delo v virtualnem učnem okolju
Individualno delo: naloge, študij literature in virov, refleksija, samoocenjevanje, javni nastop, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju

Opremljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

Frontal instruction: lectures with active participation of students (explanation, discussion, problem-solving)
Collaborative group work: project work, teamwork, work in the virtual learning environment
Individual work: assignments, study of literature and resources, reflection, self-assessment, public speaking, papers, work in the virtual learning environment

The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within the virtual learning environment.

Delež (v %) / Weight (in %)		Assessment:
Načini ocenjevanja:		
Sprotno ocenjevanje:		Continuous knowledge assessment:
• krajši pisni izdelki	50 %	• Shorter written assignments
• daljši pisni izdelek	30 %	• Longer written assignment
• pisni test	20 %	• Written test
Končno ocenjevanje:		Final knowledge assessment:
• pisni izpit	50 %	• Written exam
Drugo:		Other:
• daljši pisni izdelek	20 %	• Longer written assignment
• krajši pisni izdelki	30 %	• Shorter written assignments

Reference nosilca / Lecturer's references:

- CIGLENEČKI, Leo, LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna. EuroRec Seal - certifikacija programskih rešitev EZZ v EU in prve izkušnje v Sloveniji = EuroRec Seal - certification of EHR systems in EU and first experiences in Slovenia. V: LESKOŠEK, Branimir (ur.), JUVAN, Peter (ur.). *Znanje za uspešno ezdravje : zbornik prispevkov z recenzijo*. Kongres MI 2010, Zreče, 13. do 15. oktober 2010. Ljubljana: Slovensko društvo za medicinsko informatiko, 2010. Str. 148-153, ilustr. ISBN 978-961-90394-4-1. [COBISS.SI-ID 512518704]
- LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna, RANT, Živa, DRVARIČ, Ivan. The role of information system methodologies and techniques in the phase of patient registry creation. V: ZALETEL, Metka (ur.), KRALJ, Marcel (ur.). *Methodological guidelines and recommendations for efficient and rational governance of patient registries*. Ljubljana: National Institute of Public Health, 2015. Str. 131-169. ISBN 978-961-6911-75-7. <http://patientregistries.eu/documents/10184/14613/Methodological+guidelines+and+recommendations+for+efficient+and+rational+governance+of+patient+registries/5bf3ea46-26ca-4d91-b459-47dce18a8846?version=1.0>. [COBISS.SI-ID 3507941]
- LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna. *Elektronsko poslovanje : študijsko gradivo pri predmetu Elektronsko poslovanje*. Maribor: DOBA Fakulteta, 2015. <https://blackboard.doba.si/>. [COBISS.SI-ID 512782128]
- LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna. *E-strategija : študijsko gradivo pri predmetu Elektronsko poslovanje*. Maribor: DOBA Fakulteta, 2014/2015. <https://blackboard.doba.si/>. [COBISS.SI-ID 512782640]
- LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna, MLADIČ, Bogomir. *MS Excel 2013 : priročnik za delo s programom MS Excel z vajami za utrjevanje znanja*. Maribor: DOBA Fakulteta, 2014. <https://blackboard.doba.si/>. [COBISS.SI-ID 512789808]

- LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna, SELČAN, Livija. *MS Power Point 2013 : priročnik za delo s programom MS Power Point z vajami za utrjevanje znanja*. Maribor: DOBA Fakulteta, 2014. <https://blackboard.doba.si/>. [COBISS.SI-ID 512789552]
- LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna. *Organizacije v digitalni dobi in značilnosti internetnega trga : študijsko gradivo pri predmetu Elektronsko poslovanje*. Maribor: DOBA Fakulteta, 2014/2015. <https://blackboard.doba.si/>. [COBISS.SI-ID 512782384]
- LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna. *Osnove informatike : gradivo s radnim listovima za laboratorijske vežbe MS Windows Explorer in MS Word V1.2 (s prilagođenjima za ŠND i engleski MS Office)*. Maribor: DOBA Fakulteta, 2014. <https://blackboard.doba.si/>. [COBISS.SI-ID 512790064]
- LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna, MLADIČ, Bogomir. *Raziskovalec in MS Word 2013 : priročnik za delo s programom MS Word z vajami za utrjevanje znanja*. Maribor: DOBA Fakulteta, 2014. <https://blackboard.doba.si/>. [COBISS.SI-ID 512789296]
- LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna. *Informatics basics : [študijsko gradivo pri predmetu Osnove informatike za srbske in hrvške študente]*. Maribor: DOBA Fakulteta, 2013. <https://blackboard.doba.si/>. [COBISS.SI-ID 512782896]
- LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna, VONČINA SLAVEC, Smiljana, MEGLIČ, Matic. *Projekt epSOS in priprava pilota v Sloveniji : predavanje na konferenci Dnevi slovenske informatike 2012 "Ustvarimo nove rešitve", Portorož, 16.-18. april 2012*. 2012. [COBISS.SI-ID 2961893]
- HORVAT, Klavdija. *Elektronsko pošiljanje podatkov o plačah v obliki datotek XML v Zavodu za zdravstveno zavarovanje Slovenije : diplomska naloga*. Maribor: [K. Horvat], 2010. <http://www.doba.si/diplome/14700013.pdf>. [COBISS.SI-ID 512461872]
- BERGLEZ, Matic, ZADNIK, Luka. *Ko nas zabavna elektronika popelje v naravo : elektrotehnika, elektronika, robotika : raziskovalna naloga*. Fram: OŠ Fram, 2011. 31 f., ilustr., graf. prikazi. [COBISS.SI-ID 9087027]
- LEŠNIK ŠTEFOTIČ, Vesna. Digitalne kompetence - stanje in prihodnost = Digital competencies - state and future. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*. 2021, letn. 13, št. 1, str. 79-87. ISSN 1855-6175. <https://journal.doba.si/OJS/index.php/jimb/article/view/2021.13.1.79-88>, DOI: [10.32015/JIBM/2021.13.1.79-87](https://doi.org/10.32015/JIBM/2021.13.1.79-87). [COBISS.SI-ID 69976835]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 15. 7. 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS	
Predmet:	Strateški marketing
Course title:	Strategic Marketing

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi – 1. bolonjska stopnja	/	1.	/
Marketing, Social media and Public relations - 1st cycle	/	1st	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

SMA

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
45	45	0	0	0	135	9

Nosilec predmeta / Lecturer:

dr. Amadea Dobovišek

Jeziki /

Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Prerequisites:

Temeljna znanja s področja ekonomike, marketinga, menedžmenta ter statistike.

Basic knowledge from the field of economics, marketing, management and statistics.

Vsebina:

Content (Syllabus outline):

Sprememba tržne paradigme

- Transakcijski marketing in 4 P model
- Razlogi za spremembe nakupnih navad
- Pojav nove paradigme: marketing odnosov
- Koncept ustvarjanja vrednosti za kupca
- Oblikovanje inovativnih poslovnih modelov
- Internacionalizacija podjetja

Strateško načrtovanje v trženju

- Oblikovanje poslanstva in vizije podjetja
- Analiza trga in notranjih virov podjetja
- Analiza panoge in podjetja
- Osnovni principi tržnega pozicioniranja
- Generične strategije
- Vrednostno segmentiranje kupcev

Oblikovanje vrednostne ponudbe

- Percepcija kupčevih vrednostnih potreb
- Viri konkurenčne prednosti
- Razvoj izdelka in cenovna politika
- Upravljanje blagovne znamke
- Revitalizacija blagovnih znamk

Vloga prodaje v novih tržnih okoliščinah

- Komponente dobičkonosnih kupcev
- Ustvarjanje vrednosti v prodaji
- Oblikovanje prodajnih nalog
- Prodajne strategije za pridobitev novih kupcev
- Distribucija in prodajni kanali

Marketing paradigm shift

- Transactional marketing and 4 P model
- The reasons for change of purchasing patterns
- Emergence of new paradigm: relationship marketing
- The concept of customer value creation
- Business model innovation
- Internationalization of the company

Strategic marketing planning

- Purpose and vision of the company
- Market analysis and review of internal resources
- Industry analysis and company analysis
- The basic principle of marketing positioning
- Generic strategies
- Value segmentation of the customers

Customer value creation

- Perception of customer value needs
- Sources of competitive advantages
- Product development and pricing policy
- Brand management
- Brand revitalization

The role of sale in new market environment

- The components of profitability
- Value creation in sales process
- Design of sales tasks
- Sales strategies to gain new customers
- Distribution and sales channels

Ustvarjanje zvestih kupcev

- Prodajne strategije za ohranjanje kupcev
- Upravljanje s ključnimi kupci (KAM)
- Koncepti zadovoljstva in navdušenja kupcev
- Vpliv zaposlenih na zvestobo kupcev

Marketing in ostale poslovne funkcije

- Povezanost poslovnih funkcij v podjetju
- Optimiranje poslovnih procesov
- Odnos med marketingom in prodajo
- Ukrepi za večjo povezanost med funkcijama

Komuniciranje s trgovci

- Nova realnost tržnega komuniciranja
- Oglaševanje in druge oblike komuniciranja
- Promocija na prodajnem mestu
- Digitalni marketing

Implementacija tržne strategije

- Akcijski načrt za doseganje zastavljenih ciljev
- Opredelitev želenega vedenja zaposlenih
- Oblikovanje kompetenc za uspešno trženje
- Vodenje in kontrolni sistemi
- H kupcu usmerjena kultura podjetja

Creation of customer loyalty

- Sales strategies to retain current customers
- Key account management (KAM)
- The concepts of customer satisfaction and delight
- Impact of employees on customer loyalty

Marketing and other functions

- Inter-functional connection in the company
- Optimization of business processes
- Relationship between marketing and sales
- Measures for better connection between functions

Market communications

- New reality of market communications
- Advertising and other forms of communications
- Promotion on point of sale
- Digital marketing

Implementation of marketing strategy

- Action plan for achieving strategic goals
- Defining desired behavior of employees
- Designing the competencies for successful marketing
- Leadership and control systems
- Customer orientation of company's business culture

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Uvod v razumevanje sodobnih tržnih razmer, 2019, Amadea Dobovišek
- Management framework guiding strategic thinking in rapidly changing markets (2009); David W. Cravens
- The past, present and future of relationship marketing; Journal of Marketing management (2006), Michael John Harker and John Egan
- Strategic marketing planning: theory and practice (2006); Malcolm McDonald
- Key concepts in marketing management, 2019 priredila Amadea Dobovišek
- Brand report card, HBR (2000), Kevin Lane Keller
- Breadth of a salesman; McKinsey Quarterly (1998); John De Vincentis and Neil Rackham
- Creating value through business model innovation, Raphael Amit in Christoph Zott (10 best of strategy)
- Interakcije s kupci, 2020 Amadea Dobovišek
- How to delight your customers; California Review Management (2005), Barry Berman
- »Aqualisa Quartz: Simply a better shower« <https://www.cleverism.com/strategy-implementation-process/>
- The globalization of Tesla motors: a strategic marketing plan analysis (2012); Myles Edwin Mangram

Cilji in kompetence:

Študent bo pri predmetu razvijal naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- razumeli pomen obvladovanja in reševanja marketinških nalog in izzivov podjetja v luči nove tržne paradigme
- spoznali in uporabljali koncept naravnosti podjetja h kupcu in njegovega dolgoročnega razvoja
- spoznali in uporabljali koncept ustvarjanja vrednosti za kupca pri oblikovanju ponudbe in ostalih tržnih odločitev
- spoznali in uporabljali oblikovanje temeljnih ciljev in strategij marketinga
- spoznali in uporabljali principe strateškega pozicioniranja na osnovi ugotovljenih konkurenčnih prednosti podjetja

Objectives and competences:

The student will develop the following competencies in the course of Strategic marketing:

- understand the importance of managing and solving marketing tasks and challenges of a company in the light of the current marketing paradigm
- get to know and apply concept of customer orientation of the company and its long-term development
- get to know and apply concept of customer value creation in the design of company's value proposition
- get to know and plan basic marketing goals and strategies
- get to know and apply the principles of strategic marketing positioning on the basis of company's competitive advantage

- spoznali vlogo prodaje v novih tržnih okoliščinah in uporabljali prodajne pristope za ohranitev in pridobitev kupcev
- spoznali moč tržnega komuniciranja in konceptov zvestobe in jih uporabili pri podpori prodaje

- get to know the role of sales in new market circumstances and apply sales approaches for acquiring and retaining customers
- get to know the impact of market communications on customer loyalty and use them in supporting sales efforts of the company

Predvideni študijski rezultati:

Intended learning outcomes:

Znanje in razumevanje:

Študent/-ka bo po zaključku predmeta sposoben:

- razumeti umeščenost marketinga v poslovne procese v organizaciji in odnose z ostalimi funkcijami
- samostojnega strokovnega dela in timskega dela na področju strateškega načrtovanja
- razumeti, kakšne so zahteve implementacije tržnih strategij in se ravnati v skladu z njimi
- razmišljati in delovati v skladu z vrednostnimi pričakovanji kupcev
- ustvarjati in posredovati kupcu tisto vrednost, ki si jo kupec želi in je zanjo tudi pripravljen plačati

Knowledge and understanding:

On completion of the course student will be able to:

- understand the position of marketing among the business functions of the company and its relations with them
- independent individual and team work in the field of strategic planning
- understand the implementation requirements for marketing strategies and act upon them
- thinking and acting in line with customer value expectations
- creating and delivering value that customer wants and is ready to pay for

Metode poučevanja in učenja:

Learning and teaching methods:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo

študentov (razlaga, razgovor, diskusija, panel diskusija, opazovanje, reševanje primerov in nalog ...)

Delo v manjših skupinah: projektno delo, timsko delo, študija primerov, problemsko učenje, sodelovalno učenje, vrstniška kritika ...

Individualno delo: poglobljen kritičen študij literature in virov, reflektivno učenje, predstavitev, samoocenjevanje, priprava pisnih izdelkov, delo v virtualnem učnem okolju ...

Opređeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

Frontal work: lectures with active student involvement (explanation, conversation, discussion, panel discussion, observation, problem and task solving ...)

Group work: project work, team work, case studies, problem learning, collaborative learning, peer reviews ...

Individual work: in-depth critical study of literature, reflective learning, presentation, self-assessment, written assignments, tasks in VLE ...

The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within a virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja

- krajši individualni pisni izdelki
- individualno preverjanje znanja preko različnih pisnih testov
- Timsko preverjanje znanja

Končno preverjanje in ocenjevanje znanja

- krajši pisni izdelek
- pisni izpit

Continuous knowledge assessment

- Shorter individual written works
- Individual knowledge assessment through various written tests
- Knowledge assessment through a team written assignment

Final knowledge assessment

- Shorter individual written work
- Written exam

Reference nosilca / Lecturer's references:

- DOBOVIŠEK, Amadea. Do uspešnosti z doslednim izvajanjem temeljnih menedžerskih praks. *Finance*. [Tiskana izd.]. 1. mar. 2011, št. 41/3446, str. 23. ISSN 1318-1548. [COBISS.SI-ID [512779056](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea. Prodajna funkcija kot komunikacijski potencial podjetja. *Piar na kvadrat*. dec. 2007, št. 05, str. 19. ISSN 1855-1327. [COBISS.SI-ID [512779568](#)]

- DOBOVIŠEK, Amadea. Komunikacijski potencial podjetja. V: KUMP, Miran (ur.). *SOF Dnevnik : posebna priloga ob 13. slovenskem oglaševalskem festivalu, Portorož, 10. in 12. marca 2004*. Ljubljana: Dnevnik, 2004. Str. 37. Dnevnik, Letn. 54, pos. pril. (mar. 2004). ISSN 1318-0320. [COBISS.SI-ID [512774960](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea. Zadovoljni kupec kot merilo uspešnosti podjetja. *MM : media marketing*. [Slovenska tiskana izd.]. jul./avg. 2001, leto 21, št. 243/244, str. 43. ISSN 0352-1761. [COBISS.SI-ID [118706176](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea, AŠANIN GOLE, Pedja. Efficiency of managerial practices in Slovenia and its main export partners in the global competitiveness framework = Učinkovitost menedžerskih praks v Sloveniji in njenih glavnih izvoznih partnericah v okviru globalne konkurenčnosti. V: *Economics & management: globalization challenges : conference proceedings*. International scientific conference EMAN 2017, Ljubljana, Slovenia, March 30, 2017. Belgrade: Association of Economists and Managers of the Balkans ... [et al.], 2017. Str. 471-478, ilustr. ISBN 978-86-80194-06-6. https://eman-conference.org/wp-content/uploads/2019/04/zbornik_radova_eman_2017_final_3.pdf. [COBISS.SI-ID [512965680](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea. Kako uspeti na novem geografskem trgu?. V: POSTRUŽNIK, Natalie C. (ur.), TOURE ZAGRAJŠEK, Karidia (ur.). *Evolucija komuniciranja : od posredovanja do povezovanja : zbornik 10. slovenske konference o odnosih z javnostmi, Podčetrtek, [19.-21. oktober 2006]*. Ljubljana: Slovensko društvo za odnose z javnostmi, 2006. Str. 68-69. ISBN 961-90870-4-6, ISBN 978-961-90870-4-6. [COBISS.SI-ID [512774448](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea. The quality of sales force management in Slovenian companies. V: AŠANIN GOLE, Pedja (ur.), VUKASOVIČ, Tina (ur.). *The future of global business and marketing: how will smart companies deal with challenges and opportunities? : reviewed extended abstracts of the 10th International Scientific Conference of the Doba Business School*. Free electronic ed. Maribor: Doba Business School: = Doba Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije, 2020. Str. 34-37. Book collection Lessons from economic and applied business and social studies. ISBN 978-961-7061-08-6. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/raziskave/monografije>. [COBISS.SI-ID [34917379](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea. Testing the top management view about consistency of sales force control systems. V: AŠANIN GOLE, Pedja (ur.). *Turn innovative ideas into reality : reviewed extended abstracts of the 8th International Scientific Conference of the DOBA Business School*. Maribor: Doba business school: = Doba fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije, 2018. Str. 109-112. Book collection Lessons from economic and applied business and social studies. ISBN 978-961-7061-00-0. [https://www.fakulteta.doba.si/upload/pdf_dokumenti/turn_innovative_ideas_into_reality\(1\).pdf](https://www.fakulteta.doba.si/upload/pdf_dokumenti/turn_innovative_ideas_into_reality(1).pdf). [COBISS.SI-ID [513048368](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea. The consistency of sales force control systems: management judgement = Konsistentnost kontrolnih sistemov prodajnih kadrov: pogled menedžmenta. V: AŠANIN GOLE, Pedja (ur.), MAČEK, Anita (ur.). *Izzivi uporabnih poslovnih in družbenih študij : monografija Doba fakultete 2018 = Challenges of applied business and social studies : 2018 monograph of the Doba Business School*. Maribor: Doba Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije: = Doba Business School, 2018. Str. 256-269. Zbirka Spoznanja iz ekonomskih ter uporabnih poslovnih in družbenih študij. ISBN 978-961-7061-01-7. [COBISS.SI-ID [513045040](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea. Consumers' lifestyle and personal characteristics as the basis for market segmentation = Življenjski slog potrošnikov in osebne značilnosti kot osnova za segmentacijo trga. V: AŠANIN GOLE, Pedja (ur.), MAČEK, Anita (ur.). *Izzivi uporabnih poslovnih in družbenih študij : monografija Doba fakultete 2018 = Challenges of applied business and social studies : 2018 monograph of the Doba Business School*. Maribor: Doba Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije: = Doba Business School, 2018. Str. 286-294. Zbirka Spoznanja iz ekonomskih ter uporabnih poslovnih in družbenih študij. ISBN 978-961-7061-01-7. [COBISS.SI-ID [513045552](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea. *Making marketing strategies work : a guide to effective implementation*. 1st print. Ljubljana: Publi Una, 2022. 340 str., ilustr. ISBN 978-961-07-0958-9. [COBISS.SI-ID [92926723](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea. *Učinkovita implementacija tržnih strategij*. 1. natis. Ljubljana: Publi Una, 2019. 282 str., tabele, graf. prikazi. ISBN 978-961-290-432-6. [COBISS.SI-ID [301544448](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea. *Strateško vodenje prodaje : ključ za učinkovito uresničevanje tržnih strategij*. Ljubljana: GV založba, 2007. 160 str. Zbirka Manager. ISBN 978-961-247-036-4. [COBISS.SI-ID [235857152](#)]
- DOBOVIŠEK, Amadea. *Kako se znajti na mednarodni sceni? : prispevek na forumu Premikajmo skupaj, 48. Mednarodni sejem obrti in podjetnosti, Celje, 2015*. Celje, 2015. [COBISS.SI-ID [512775984](#)]

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Obnašanje strank
Course title:	Customer Behaviour

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi – 1. bolonjska stopnja	/	1.	/
Marketing, social media and PR – 1 st cycle	/	1st	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

OST

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

mag. Bojan Krajnc

**Jeziki /
Languages:**
Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Splošno srednješolsko znanje.

Prerequisites:

General secondary school knowledge.

Vsebina:

1. Uvod v obnašanje strank
2. Raziskovanje obnašanja strank
3. Psihološki dejavniki obnašanja strank: motivacija, zaznavanje, učenje in spomin, stališča
4. Družbeni dejavniki obnašanja strank: referenčne skupine, družina, vloga in položaj posameznika
5. Kulturni dejavniki obnašanja strank: kultura, družbeni razred
6. Osebni dejavniki obnašanja strank: starost in stopnja življenjskega cikla družine, življenjski slog, osebnost
7. Nakupni proces odločanja strank

Content (Syllabus outline):

1. Introduction to consumer behaviour
2. Researching consumer behaviour
3. Psychological factors of consumer behaviour: motivation, perception, learning and memory, viewpoints
4. Social factors of consumer behaviour: reference groups, family, role and position of individuals
5. Cultural factors of consumer behaviour: culture, social class
6. Personal factors of consumer behaviour: age and family life cycle stage, lifestyle, personality
7. Purchasing decision-making process

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Prodnik (2011). Vedenje porabnikov. IRC. Ljubljana.
- Vukasović T. (2018). Consumers' lifestyle and personal characteristics as the basis for market segmentation. Monograph of the DOBA Business School.
- Pinki Rani (2014). Factors influencing consumer behaviour. Int. J. Curr. Res. Ac. Rev.
- Fatimah F., Latuszyska M. (2012). Methods for gathering data for the study of consumer behavior, Studies & Proceedings of Polish Association for Knowledge Management, No. 58, 2012
- Članek "Novi trendi v nakupnem vedenju potrošnikov.
- Članek "Kako spoznati potrošnika in ga prepričati, da postane naš zvest potrošnik?"

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- razumeli pomen konceptov obnašanja strank
- razumeli, da obnašanje strank determinirajo notranji in zunanji dejavniki
- obvladali metode raziskovanja obnašanja strank
- razumeli proces sprejemanja nakupnih odločitev
- sposobni analize, sinteze in predvidevanja rešitev ter posledic obnašanja strank na izvedbenem in upravljalnem področju organizacije
- avtonomnost pri raziskovanju stališč strank in odločanju o marketinških aktivnostih v organizacijah
- uporabili pridobljena znanja pri sprejemanju marketinških odločitev v organizacijah
- sposobni reševanja marketinških problemov na področju zaznavanja in zadovoljevanja potreb potrošnikov (strank)
- sposobni reševanja strokovnih problemov
- sposobni izražanja svojih stališč in komuniciranja
- razvili iniciativnost, vztrajnost, natančnost, prilagodljivost in iznajdljivost

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka bo:

- razumel pojem potrošnik in potrošništvo
- znal uporabljati dobljena znanja in veščine pri razlagi osnovnih teorij, konceptov in vprašanj obnašanja strank,
- znal opredeliti pojma potrošnik (stranka) in potrošništvo, poznal značilnosti vedenjskih procesov potrošnikov (strank) ter osnovnih teorij in modelov ter ved, ki proučujejo potrošnika (stranke),
- znal uporabiti pridobljena znanja pri načrtovanju trženjskega spleta,
- poznal vlogo in odgovornost samostojnega strokovnega in timskega dela.

Metode poučevanja in učenja:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo

študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)

Sodelovalno skupinsko delo: seminarske vaje (projektno delo, timsko delo)

Individualno delo: individualne aktivnosti (naloge, študij literature in virov, razvojno in raziskovalno delo, refleksija, samoocenjevanje, javni nastop, pisni izdelki)

Študij v virtualnem okolju: sodelovalne in individualne aktivnosti (naloge, forum, klepetalnica, študij gradiva)

Sodelovanje gostujočega predavatelja

Opređeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- Understand the importance of consumer behaviour concepts
- Understand that consumer behaviour is determined by internal and external factors
- Master consumer behaviour research methods
- Understand the purchasing decision-making process
- Ability to analyse, synthesise, and anticipate solutions and consequences of consumer behaviour at the implementation and management level of an organisation
- Autonomy in researching consumer viewpoints and decision-making on marketing activities in organisations
- Use the acquired knowledge when making marketing decisions in organisations
- Ability to solve marketing problems in the field of perceiving and meeting the needs of consumers (customers)
- Ability to solve professional problems
- Ability to express their viewpoints and communicate
- Develop initiative, persistence, accuracy, adaptability, and ingenuity

Intended learning outcomes:

The student will:

- Understand the terms consumer and consumerism
- Be able to use the acquired knowledge and skills in the interpretation of the basic theories, concepts, and issues pertaining to consumer behaviour
- Be able to define the terms consumer (customer) and consumerism, familiarity with the characteristics of consumer (customer) behaviour processes, and the basic theories and models that study consumers (customers)
- Be able to use the acquired knowledge for planning the marketing mix
- Become familiar with the role and responsibility of independent professional work and teamwork

Learning and teaching methods:

Frontal instruction: lectures with active participation of students (explanation, discussion, problem-solving)

Collaborative group work: tutorial (project work, teamwork)

Individual work: individual activities (assignments, study of literature and resources, research and development work, reflection, self-assessment, public speaking, papers)

Studying in the virtual environment: collaborative and individual activities (assignments, forum, chat room, studying the material)

Visiting lecturer

The teaching and learning methods that are employed in

učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.	distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within the virtual learning environment.
---	---

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt):		Type (examination, oral, coursework, project):
<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>	20 %	<u>Continuous knowledge assessment</u>
Krajši pisni izdelki	40 %	Shorter written assignments
Daljši pisni izdelki	40 %	Longer written assignments
Test		Test
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Final knowledge assessment</u>
Pisni izpit	60 %	Written exam
Seminarska naloga	40 %	Seminar paper

Reference nosilca / Lecturer's references:

- KRAJNC, Bojan. Vztrajnost, red in disciplina v prodajnem procesu povečujejo prodajo. Management in prodaja : izkušnje najboljših. jesen 2014, št. 41, str. 26-28. ISSN 1855-7848. <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:spr-CYD8OIPM>. [COBISS.SI-ID 512891696]
- KRAJNC, Bojan. Ali je CRM orodje, ki nam lahko pomaga bolje prodajati?. Management in prodaja : izkušnje najboljših. poletje 2013, št. 37, str. 27-31. ISSN 1855-7848. <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:spr-CYD8OIPM>. [COBISS.SI-ID 512892976]
- KRAJNC, Bojan. Bodite kot Felix, v prodaji. Management in prodaja : izkušnje najboljših. zima 2013/14, št. 39, str. 36-39. ISSN 1855-7848. <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:spr-CYD8OIPM>. [COBISS.SI-ID 512893488]
- KRAJNC, Bojan. Kaj pomeni biti odličen prodajalec?. Management in prodaja : izkušnje najboljših. jesen 2013, št. 38, str. 39-41. ISSN 1855-7848. <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:spr-CYD8OIPM>. [COBISS.SI-ID 512893744]
- KRAJNC, Bojan. Ko zaupate vase in svoji ekipi, vam bodo zaupale tudi stranke. Management in prodaja : izkušnje najboljših. nov/dec 2010, št. 36, str. 22-25. ISSN 1855-7848. <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:spr-CYD8OIPM>. [COBISS.SI-ID 512892720]
- KRAJNC, Bojan. Načrtovanje prodaje. Vodenje in prodaja. jan/feb 2010, št. 31, str. 23-25. ISSN 1855-6604. <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:spr-PIAN2JP7>. [COBISS.SI-ID 512892208]
- KRAJNC, Bojan. Kdo in kje so kupci prihodnosti?. Vodenje in prodaja. nov/dec 2009, št. 30, str. 26-29. ISSN 1855-6604. <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:spr-PIAN2JP7>. [COBISS.SI-ID 512892464]
- KRAJNC, Bojan, TOMINC, Polona, PICEK, Ruben, STERNAD ZABUKOVŠEK, Simona. CRM solutions and effectiveness of sales processes in export organizations. V: STRAHONJA, Vjeran (ur.), KIRINIĆ, Valentina (ur.). CECIS : Central European Conference on Information and Intelligent Systems : 29th international conference, September 19th-21st, 2018, Varaždin, Croatia. Varaždin: Faculty of Organization and Informatics, 2018. Str. 105-112. Central European Conference on Information and Intelligent Systems (Print), Central European Conference on Information and Intelligent Systems (Online). ISSN 1847-2001, ISSN 1848-2295. [COBISS.SI-ID 13090076]
- KRAJNC, Bojan, BOBEK, Samo, TOMINC, Polona, STERNAD ZABUKOVŠEK, Simona. Učinkovitost uporabe rešitev za management odnosov s strankami. V: ŠAROTAR ŽIŽEK, Simona (ur.), et al. Družbeno odgovorna uporaba IKT. Maribor: IRDO - Inštitut za razvoj družbene odgovornosti, 2018. Str. 91-117. Zbirka Sodobni izzivi managementa človeških virov, knj. 4. ISBN 978-961-94514-3-4. <http://www.irdo.si/wp-content/uploads/2018/12/4.-knjiga-DRU%C5%BDBENO-ODGOVORNA-UPORABA-IKT.pdf>. [COBISS.SI-ID 13245212]
- KRAJNC, Bojan, BOBEK, Samo, TOMINC, Polona, STERNAD ZABUKOVŠEK, Simona. Vpliv uporabe CRM informacijskih rešitev na učinkovitost prodajnega procesa. V: STERNAD ZABUKOVŠEK, Simona (ur.), et al. Dinamika sprememb informacijske tehnologije in informacijskih rešitev ter spremembe v poslovnih modelih podjetij : znanstvena monografija. Maribor: Bio energija, 2018. Str. 6-43. Serija znanstvenih monografij Izzivi sodobnega poslovanja, 2018. ISBN 978-961-94397-0-8. ISSN 2591-2461. [COBISS.SI-ID 13008668]
- KRAJNC, Bojan. Prodaja : udžbenik. Maribor: DOBA Fakulteta, 2016. 75 str. <https://blackboard.doba.si/webapps/login/>. [COBISS.SI-ID 512985136]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 13. 7. 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Javno nastopanje in retorika
Course title:	Public Appearance and Rhetorics

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi – 1. bolonjska stopnja	/	1.	/
Marketing, Social media and Public relations - 1st cycle	/	1st	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

JNR

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

Mojca Lubanjšek Pehant, dr. Darko Števančec

Jeziki /
Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:
Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Splošno srednješolsko znanje.

Prerequisites:

General high school knowledge.

Vsebina:

- Retorika in praktična vodila govorništva
 - kratka zgodovina govorniške umetnosti
 - definicije osnovnih pojmov (govor, govorništvo, retorika, javni nastop in predstavitev)
 - spoznavanje izrazne strani jezika (govorila v svoji dejavnosti, fonetika besedila, hitrost govorenja, govorne vaje)
 - napake pri javnem nastopanju
- Veščine javnega nastopanja
 - nebesedna komunikacija: govorica telesa, gestika, proksemika, mimika, glas, obleka
 - besedna komunikacija:
 - sinteza: različni nastopi za različne publike
 - enosmerna vs. dvosmerna komunikacija
- Načrtovanje javnega nastopa in nastop
 - koraki do dobrega nastopa (invencija, dispozicija, formulacija, spomin, aktualizacija)
 - zunanja vizualizacija
 - prepričevanje
 - spretnosti sproščenega komuniciranja s publiko oziroma sogovornikom

Content (Syllabus outline):

- Rhetoric and practical guidelines of oratory
 - a brief history of art of oratory
 - definitions of basic terms (speech, oratory, rhetoric, public performance and presentation)
 - getting to know the expressive side of the language (speaking in their activity, phonetics of the text, speed of speaking, speaking exercises)
 - errors in public speaking
- Public speaking skills
 - nonverbal communication: body language, gestures, proxemics, facial expressions, voice, clothing
 - verbal communication:
 - synthesis: different performances for different audiences
 - one-way vs. two-way communication
- Public speaking planning and performance
 - steps to a good performance (invention, disposition, formulation, memory, actualization)
 - external visualization
 - persuasion
 - skills of relaxed communication with the audience or interlocutor
 - learning ways to grab the listeners' attention and how to get them excited about your ideas

e. spoznavanje načinov, kako pritegniti pozornost poslušalcev in jih navdušiti za svoje zamisli f. tehnike premagovanja treme g. učinkovita predstavitev zamisli in oblikovanje dokazov h. razlika med prepričevalnimi in mnenjskimi govori i. izbiranje in oblikovanje argumentov j. vodenje prezentacije (kako odgovoriti na vprašanja ali ugovore) k. slovesni govori	f. techniques for overcoming performance anxiety g. effective presentation of ideas and formation of evidence h. the difference between persuasive and opinion speeches i. selecting and formulating arguments j. leading a presentation (how to answer questions or objections) k. literal speeches
--	---

Obvezna literatura (izbrana poglavja) / Basic readings (selected chapters)

- Lubanjšek Pehant, M. (2023) Prosojnice Javni nastop in retorika. DOBA Fakulteta
- Zidar Tatjana (1996): Spoznajmo retorične sposobnosti. Dostopno na: <https://journals.uni-lj.si/AndragoskaSpoznanja/article/view/6580/6270>
- Zidar Tatjana (1995): Ko spregovorijo argumenti in zvoki besed. Dostopno na: <https://journals.uni-lj.si/AndragoskaSpoznanja/article/view/4466/4154>
- Vogel Jerca (2019): Vloge besedila, naslovnik in etična načela kot pomembni dejavniki javnega govornega nastopanja (poglavji 1 in 2). Dostopno na: https://centerslo.si/wp-content/uploads/2019/10/Obdobja-38_Vogel.pdf
- Tomaž Petek (2014): Didaktični model razvijanja zmožnosti javnega govornega nastopanja. Dostopno na: <https://ojs.zrc-sazu.si/jz/article/view/2267/2055>
- Zdravko Zupančič (2009): Telo in strah pred nastopom (str. 145-148). Dostopno na: https://centerslo.si/wp-content/uploads/2015/10/zbornik_splet.pdf
- Morgan WR, Wright ES (2021) Ten simple rules for hitting a home run with your elevator pitch. PLoS Comput Biol 17(3): e1008756. Dostopno na: <https://journals.plos.org/ploscompbiol/article?id=10.1371/journal.pcbi.1008756>

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- spoznal pomen učinkovitega komuniciranja
- sposobni učinkovitejšega komuniciranja, samozavestnejšega predstavljanja sebe, svojih storitev, izdelkov, projektov, idej širši skupini ljudi in ustvarjanja močnejšega vtisa s svojim nastopom
- obvladali in sintetizirali osnovne veščine retorike in javnega nastopanja
- razvili samozavest in obvladali tehnike premagovanja treme
- spoznali in uporabljali različne oblike javnega nastopanja, obvladali priprave učinkovitega vsebinskega dela javnega nastopanja ter sintetizirali govor, govornika in publiko
- sposobni diskutiranja, debatiranja in argumentiranja ter obvladovanje čustev
- razvili kompetence za pogajanja in argumentiranje
- razvili iniciativnost in kreativnost
- razvili pozitiven odnos do dela, natančnost, vztrajnost in prilagodljivost

Objectives and competences:

Students will acquire the following general and subject-specific competencies in the course:

- recognize the importance of effective communication
- be able to communicate more effectively, present themselves, their services, products, projects, ideas to a wider group of people more confidently and create a stronger impression with their performance
- master and synthesize the basic skills of rhetoric and public speaking
- develop self-confidence and master techniques of overcoming performance anxiety
- get to know and use various forms of public speaking, master the preparation of the effective content part of public speaking, synthesize speech, speaker and audience
- be able to discuss, debate, argue and manage emotions
- develop competencies for negotiation and argumentation
- develop initiative and creativity
- develop a positive attitude towards work, thoroughness, perseverance and flexibility

Predvideni študijski rezultati:

Intended learning outcomes:

Znanje in razumevanje: Študent/-ka bo: • zmožen analize različni sredstev prepričevanja v govorništvu. • zmožen analize javnega nastopa. Vešč bo načrtovanja in priprave besedila lastnega govornega nastopa. Obvladal bo priprave učinkovitega vsebinskega dela javnega nastopanja ter sintetiziral govor, govornika in publiko. • zmožen analize neverbalne komunikacije govorca ter sestave besedila lastnega govornega nastopa. Spoznal in uporabljal različne oblike javnega nastopanja. • zmožen izvesti učinkoviti lastni govorni nastop. • razvil bo samozavest in obvladal tehnike premagovanja treme.	Knowledge and understanding: Student will: • Be able to analyze various means of persuasion in public speaking. • Be able to analyze public appearance. He will be skilled in planning and preparing the text of his own speech. He will master the preparation of an effective content part of public speaking and he will synthesize speech, speaker and audience. • Be able to analyze the non-verbal communication of the speaker and the composition of the text of his own speech. Get to know and use different forms of public speaking. • Be able to make an effective speech. • Will develop self-confidence and master techniques of overcoming performance anxiety.
---	---

Metode poučevanja in učenja:

Learning and teaching methods:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov) Sodelovalno delo: timsko delo, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju Individualno delo: študij literature in virov, raziskovalno delo, refleksija, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju Opremljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.	Frontal teaching: lectures with students' active participation (webinar, explanation, discussion, case studies) Team work: work in smaller groups or in pairs (a written casework in the virtual learning environment) Individual work: study of literature, research work, reflection, a written casework in the virtual learning environment) The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within a virtual learning environment.
--	---

Načini ocenjevanja:	Delež (v %) / Weight (in %)	Assessment:
Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt): <u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u> • krajši pisni izdelki • daljši pisni izdelki • nastop ali predstavitev <u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u> ▪ Pisni izpit ▪ Aplikativna seminarska naloga	60 20 20 60 40	Type (examination, oral, coursework, project): <u>Continuous knowledge assessment</u> • Shorter written assignments • Longer written assignments • Public speaking or presentations <u>Final knowledge assessment</u> ▪ Written exam Applicative seminar paper

Reference nosilca / Lecturer's references:

dr. Darko Števančec • RUS, Velko S., ŠTER, Joža, ŠTEVANČEC, Darko, RUS-MAKOVEC, Maja, ZORMAN, Klemen. Mediji: marketinške analize (TV) medijskega prostora in izobraževalne funkcije medijev. <i>Anthropos : časopis za psihologijo in filozofijo ter za sodelovanje humanističnih ved.</i> [Tiskana izd.]. 25, št. 1/2 (1993), str. 117-138. ISSN 0587-5161. [COBISS.SI-ID 49271808] • ŠTEVANČEC, Darko. Vpliv elektronskih medijev na emocionalna doživljanja otrok - vloga intelektualcev pri preprečevanju zlorab. <i>Anthropos : časopis za psihologijo in filozofijo ter za sodelovanje humanističnih ved.</i> [Tiskana izd.]. 1997, let. 29, št. 1/3, str. 114-115. ISSN 0587-5161. [COBISS.SI-ID 17807965] • ŠTEVANČEC, Darko, FINK GRUBAČEVIĆ, Iris, VOJNOVIĆ, Miljan. Učna metoda igra vlog v tradicionalnem študijskem procesu = Teaching method of role play in traditional study process. V: ARSENIJEVIĆ, Olja (ur.), et al. <i>Organizacija in negotovosti v digitalni dobi : konferenčni zbornik = Organization and uncertainty in the digital age : conference proceedings.</i> 37th International Conference on Organizational Science Development, 21st - 23rd
--

- March 2018, Portorož, Slovenia. 1. izd. Maribor: Univerzitetna založba Univerze, 2018. Str. 1071-1080, tabele. ISBN 978-961-286-146-9. <http://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/326>. [COBISS.SI-ID 1546742]
- RUS, Velko S., ŠTER, Jože, ŠTEVANČEC, Darko, RUS-MAKOVEC, Maja, ZORMAN, Klemen, ŠTULAR SOTOŠEK, Karmen. Study of TV programme, its evaluation and media interaction : (comparative analysis). V: MUSEK, Janek (ur.), POLIČ, Marko (ur.). *III.[!] Alps-Adria Symposium of Psychology, Ljubljana, 1993*. Ljubljana: Faculty of Philosophy, Department of Psychology. 1994, str. 91-98. ISBN 86-7207-066-6. [COBISS.SI-ID 78227712]
 - RUS, Velko S., ŠTER, Jože, ŠTEVANČEC, Darko, RUS-MAKOVEC, Maja, MARC, Martina, ZORMAN, Klemen, et al. *TV medij in TV medijske hiše : študij programa in multipla marketinška analiza njihove izobraževalne, svetovalne in podjetniško promocijske vloge*. [Ljubljana: Davean, 1993?]. Loč. pagin., tabele. [COBISS.SI-ID 9880162]
 - BRAJLIH, Amela. *Učinkoviti poslovni sestanki : diplomsko delo*. Ljubljana: [A. Brajliah], 2021. 43 str., ilustr. <http://revis.openscience.si/Dokument.php?id=8807>. [COBISS.SI-ID 80740099]
 - ŠTEVANČEC, Darko. *Poslovno komuniciranje*. 2. dopolnjena izd. Murska Sobota: Ekonomska šola, Višja strokovna šola, 2004. 66 str., ilustr. [COBISS.SI-ID 53488897]
- Mojca Lubanjšek Pehant**
- LUBANJŠEK PEHANT, Mojca. *Izdelava načrta celostne podobe projekta Naj Mariborčan : diplomsko delo*. Maribor: [M. Lubanjšek Pehant], 2008. <http://www.doba.si/diplome/14700057.pdf>. [COBISS.SI-ID 512388144]
 - LOGAR, Dagmar, EMERŠIČ, Breda, LUBANJŠEK PEHANT, Mojca. *Multimedijski praktikum : učno gradivo*. 1. izd. Maribor: Višja strokovna šola Academia, 2011. 53 str., ilustr. Program medijska produkcija. ISBN 978-961-6540-86-5. [COBISS.SI-ID 66571265]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 12. 7. 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS	
Predmet:	Poslovno komuniciranje in interkulturni dialog (angleščina)
Course title:	Business communications and intercultural dialog (English)

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	1.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	1st	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

PKID (ang)

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

Tanja Ostrman Renault

Jeziki /

Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Obvladovanje osnov tujega jezika na srednješolskem nivoju.

Prerequisites:

Mastery of the basics of a foreign language at secondary school level.

Vsebina:

Poslovno sporazumevanje

- Predstavitev sebe in sodelavcev
- Predstavitev dejavnosti in organizacijske strukture podjetja
- Predstavitev izdelka oz. primerjava prednosti in slabosti
- Predstavitev delovnega okolja
- Poimenovanje administrativnih del in orodij
- Sporazumevanje po telefonu
- Organizacija poslovnih obiskov, ekskurzij, seminarjev
- Delo s strankami

Poslovna korespondenca

- Poslovna korespondenca (ponudba, povpraševanje, naročilo, opomin, reklamacija)
- Interna poslovna korespondenca (poročila, protokoli, načrti, zapisniki, dogovori, zapiski)
- Priložnostna korespondenca (čestitke...)
- Osebna korespondenca (prošnja za delovno mesto, življenjepis...)

Interkulturalna komunikacija

- Nacionalna identiteta in interkulturalna raznolikost
- Spoznavanje angleško govorečih dežel in interkulturni dialog
- Sprejem tujih gostov
- Primerjalna poslovna etika

Content (Syllabus outline):

Business communication

- Introducing yourself and your colleagues
- Presentation of the company's activities and organisational structure
- Presentation of a product or comparison of strengths and weaknesses
- Presentation of the working environment
- Concepts of administrative work and tools
- Communicating by phone
- Organisation of business visits, excursions, seminars
- Working with customers

Business correspondence

- Business correspondence (offer, inquiry, order, reminder, complaint)
- Internal business correspondence (reports, protocols, plans, minutes, agreements, notes)
- Occasional correspondence (congratulations, etc.)
- Personal correspondence (job application, CV, etc.)

Cross-cultural communication

- National identity and cross-cultural diversity
- Familiarisation with English-speaking regions and cross-cultural dialogue
- Reception of foreign guests
- Comparative business ethics

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Skills for Business English, Student Book 2 (Mascull, B., 2005, Delta Publishing, London)
- Pass Cambridge BEC Vantage (Wood, I., Sanderson, P., Williams, A., 2006, Summertown Publishing, Oxford)
- Focus on Grammar, High intermediate (Maurer, J., 2002, Longman, London)
- Company to Company, Student's Book, (Littlejohn, A., 2006, University Press, Cambridge)
- Communicative Business Activities (Marjorie Rosenberg, 2005, Oebvht, Wien)
- Reward Intermediate Business Resource Pack (David Riley, 2006, Heinemann Publishers Ltd.)
- Reward Pre-intermediate Resource Pack (Susan Kay, 2006, Heinemann Publishers Ltd.)

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- obvladovanje kulture jezika in sporazumevanja v mednarodnem okolju
- sposobnost komunikacijske interakcije v poslovnih okoliščinah ob upoštevanju in razumevanju nacionalne identitete in interkulturnih posebnosti
- sposobnost razumevanja in uporabe strokovnega besedišča na področju poslovnega komuniciranja za uresničevanje poslovnih funkcij organizacije v mednarodnem okolju
- sposobnost samostojnega vodenja korespondence v jasnem, pravilnem in učinkovitem slogu
- obvladovanje komunikacijskih veščin za samostojno nastopanje in komuniciranje v globalni družbi
- uporabili angleščino kot *lingua franca* v mednarodnem prostoru
- sposobnost samostojnega in učinkovitega dela s strokovno literaturo in slovarji
- sposobnost uporabe sodobnih informacijskih virov
- sposobnost kritične refleksije in timskega dela
- pozitiven odnos do dela in odgovornost za delo

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- mastery of the language culture and communication in the international environment,
- ability to interact in business contexts, taking into account and understanding national identity and cross-cultural specifics,
- ability to understand and use professional vocabulary in business communication to fulfil the organisation's business functions in an international context,
- ability to manage correspondence autonomously in a clear, correct and effective style, mastering communication skills to act and communicate autonomously in a global society,
- use English as *lingua franca* in the international arena,
- ability to work independently and efficiently with specialist literature and dictionaries,
- ability to use modern information sources,
- ability of critical reflection and teamwork,
- positive attitude towards work and responsibility for work.

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka:

- zna predstaviti sebe in sodelavce v poslovni situaciji
- zna ustrezno reagirati v različnih poslovnih okoliščinah
- zna predstaviti podjetje v globalnem okolju in vse, kar je s podjetjem povezano
- zna pripraviti primerjavo izdelkov
- spozna konkretne napotke za vedenje v poslovnih okoliščinah pri telefoniranju
- obvladuje komunikacijo po telefonu v vseh okoliščinah
- obvladuje komunikacijo s strankami in zna situaciji primerno reagirati
- obvlada različne tipe pisne korespondence
- zna predstaviti svojo deželo z vsemi značilnostmi in posebnostmi
- bo razvijal čut za interkulturno raznolikost
- bo obvladal protokol za sprejem gostov
- bo spoznal in usvojil pravila obnašanja v angleško-govorečem poslovnem svetu

Intended learning outcomes:

The students will:

- be able to introduce themselves and their colleagues,
- be able to react appropriately in various business settings,
- be able to present their company and everything associated with their company in the global environment,
- be able to prepare a product comparison,
- be given concrete advice on phone behaviour in a business setting,
- master communication by phone in all circumstances,
- master communication with customers and be able to react appropriately to the situation,
- master different types of written correspondence,
- be able to present their country with all its characteristics and special features,
- develop a sense of cross-cultural diversity,
- master the protocol for the reception of guests,
- learn about and master behavioural rules in the English-speaking business world.

Metode poučevanja in učenja:

Learning and teaching methods:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov) Sodelovalno delo: timsko delo, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju Individualno delo: študij literature in virov, refleksija, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju Opredeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.	Frontal teaching: lectures with students' active participation (webinar, explanation, discussion, case studies) Team work: Team work in smaller groups, a written casework, study in virtual learning environment) Individual work: study of literature, reflection, a written casework in the virtual learning environment The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within a virtual learning environment.
--	---

Načini ocenjevanja:	Delež (v %) / Weight (in %)	Assessment:
<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Continuous knowledge assessment</u>
▪ Krajši pisni izdelki	25 %	▪ Shorter written assignments
▪ Daljši pisni izdelki	25 %	▪ Longer written assignments
▪ Sprotno ustno ocenjevanje	30 %	▪ Continuous oral assessment
▪ Drugo: ustni izpit	20 %	▪ Other: oral exam
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Final knowledge assessment</u>
▪ Pisni izpit	50 %	▪ Written exam
▪ Ustni izpit	50 %	▪ Oral exam

Reference nosilca / Lecturer's references:

- OSTRMAN RENAULT, Tanja, VOGRINEC, Helena. Content and language integrated learning - example of good practice at VSŠ DOBA Maribor. V: GAJŠT, Nataša (ur.), PLOS, Alenka (ur.), VIČIČ, Polona (ur.). *Zbornik prispevkov = Proceedings*. 9. mednarodna konferenca Pomen učenja tujih strokovnih jezikov za komunikacijo med kulturami, Maribor, 22.-23. september 2016. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2016. Str. 200-203. ISBN 978-961-6802-43-7. [COBISS.SI-ID 512898608]
- OSTRMAN RENAULT, Tanja, HRENKO PODERGAJS, Klavdija. Mobile learning - new methodology of learning by means of state-of-the-art technology : good practice. V: ORTHABER, Sara (ur.), VIČIČ, Polona (ur.). *Proceedings of the International Language Conference on the Importance of Learning Professional Foreign Languages for Communication Between Cultures 2009*. The International Language Conference on the Importance of Learning Professional Foreign Languages for Communication Between Cultures, Celje, 24 and 25 September 2009. Celje: Faculty of Logistics, 2009. 4 str., ilustr. ISBN 978-961-6562-33-1. [COBISS.SI-ID 512421168]
- VOGRINEC, Helena, OSTRMAN RENAULT, Tanja. Pilotni projekt v vsebino usmerjeno poučevanje tujega jezika na DOBI, Višji strokovni šoli Maribor, v študijskem letu 2015-2016. V: POLIČNIK, Jasmina (ur.). *Zbornik referatov*. Celje: Skupnost višjih strokovnih šol Republike Slovenije, 2016. Str. 35-38. ISBN 978-961-93958-3-7. http://www.skupnost-vss.si/wp-content/uploads/2015/12/Zbornik_Kakovost-v-vi. [COBISS.SI-ID 512925488]
- HRENKO PODERGAJS, Klavdija, OSTRMAN RENAULT, Tanja. Izzivi študija na daljavo/e-študija pri poučevanju/učenju tujih jezikov na Visoki poslovni šoli Doba Maribor. V: BRKAN, Metka (ur.), et al. *Izzivi jezika stroke v 21. stoletju : zbornik konference Slovenskega društva učiteljev tujega strokovnega jezika, Ljubljana, 5.-6. februar, 2010*. Ljubljana: Slovensko društvo učiteljev tujega strokovnega jezika, 2011. Str. 121-128, ilustr. Inter Alia, 2. ISBN 978-961-91069-3-8. http://www.sdutsj.edus.si/InterAlia/2011/HrenkoPodergajs_OstrmanRenault.pdf. [COBISS.SI-ID 512590384]
- OSTRMAN RENAULT, Tanja. *Tuji jezik 2. Angleščina : višješolski učbenik*. Maribor: Doba EPIS, 2015. 78 str., ilustr. [COBISS.SI-ID 512734512]
- OSTRMAN RENAULT, Tanja, KAČINARI, Danijela, JAGER POPOVIČ, Nadja. *Tuji jezik 1. Angleščina : višješolski učbenik*. Maribor: Doba, 2014. 72 str., ilustr. ISBN 978-961-6818-51-3. [COBISS.SI-ID 79999489]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 11. 7. 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS	
Predmet:	Poslovno komuniciranje in interkulturni dialog (italijanščina)
Course title:	Business communications and intercultural dialog (Italian)

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	1.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	1st	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

PKID (ital)

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

Urška Petrič

Jeziki /

Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Prerequisites:

Obvladovanje osnov tujega jezika na srednješolskem nivoju.

Mastery of the basics of a foreign language at secondary school level.

Vsebina:

Content (Syllabus outline):

Poslovno sporazumevanje

- Predstavitev sebe in sodelavcev
- Predstavitev dejavnosti in organizacijske strukture podjetja
- Predstavitev izdelka oz. primerjava prednosti in slabosti
- Predstavitev delovnega okolja
- Poimenovanje administrativnih del in orodij
- Sporazumevanje po telefonu
- Organizacija poslovnih obiskov, ekskurzij, seminarjev
- Delo s strankami

Poslovna korespondenca

- Poslovna korespondenca (ponudba, povpraševanje, naročilo, opomin, reklamacija)
- Interna poslovna korespondenca (poročila, protokoli, načrti, zapisniki, dogovori, zapiski)
- Priložnostna korespondenca (čestitke...)
- Osebna korespondenca (prošnja za delovno mesto, življenjepis...)

Interkulturna komunikacija

- Nacionalna identiteta in interkulturna raznolikost
- Spoznavanje italijansko govorečih dežel in interkulturni dialog
- Sprejem tujih gostov
- Primerjalna poslovna etika

Business communication

- Introducing yourself and your colleagues
- Presentation of the company's activities and organisational structure
- Presentation of a product or comparison of strengths and weaknesses
- Presentation of the working environment
- Concepts of administrative work and tools
- Communicating by phone
- Organisation of business visits, excursions, seminars
- Working with customers

Business correspondence

- Business correspondence (offer, inquiry, order, reminder, complaint)
- Internal business correspondence (reports, protocols, plans, minutes, agreements, notes)
- Occasional correspondence (congratulations, etc.)
- Personal correspondence (job application, CV, etc.)

Cross-cultural communication

- National identity and cross-cultural diversity
- Familiarisation with Italian-speaking regions and cross-cultural dialogue
- Reception of foreign guests
- Comparative business ethics

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Cherubini, N.: *L'italiano per gli affari*. Bonacci editore. 1992.
- Dobnik, N., Lenassi N.: *Affari in italiano*. Corso di italiano commerciale. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta. 2002.
- Incalcaterra-McLoughlin L., Pla-Lang, L., Schiavo-Rotheneder: *Italiano per economisti*. Alma Edizioni. 2003.
- Fonti web, riportate in Blackboard.

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- obvladovanje kulture jezika in sporazumevanja v mednarodnem okolju
- sposobnost komunikacijske interakcije v poslovnih okoliščinah ob upoštevanju in razumevanju nacionalne identitete in interkulturnih posebnosti
- sposobnost razumevanja in uporabe strokovnega besedišča na področju poslovnega komuniciranja za uresničevanje poslovnih funkcij organizacije v mednarodnem okolju
- sposobnost samostojnega vodenja korespondence v jasnem, pravilnem in učinkovitem slogu
- obvladovanje komunikacijskih veščin za samostojno nastopanje in komuniciranje v globalni družbi
- sposobnost kritične refleksije in timskega dela
- pozitiven odnos do dela in odgovornost za delo

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka bo:

- zna predstaviti sebe in sodelavce v poslovni situaciji
- zna ustrezno reagirati v različnih poslovnih okoliščinah
- se usposobi za globalno razumevanje besedila in na podlagi tega zna na kratko predstaviti vsebino
- zna predstaviti podjetje v globalnem okolju in vse, kar je s podjetjem povezano
- zna pripraviti primerjavo izdelkov
- spozna konkretne napotke za vedenje v poslovnih okoliščinah pri telefoniranju
- obvladuje komunikacijo po telefonu v vseh okoliščinah
- obvladuje komunikacijo s strankami in zna situaciji primerno reagirati
- obvlada različne tipe pisne korespondence
- se usposobil za delo z besedilom
- Zna predstaviti svojo deželo z vsemi značilnostmi in posebnostmi
- razvijal čut za interkulturno raznolikost
- obvladal protokol za sprejem gostov
- spoznal in usvojil pravila obnašanja v italijansko-govorečem poslovnem svetu

Metode poučevanja in učenja:**Objectives and competences:**

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- mastery of the language culture and communication in the international environment,
- ability to interact in business contexts, taking into account and understanding national identity and cross-cultural specifics,
- ability to understand and use professional vocabulary in business communication to fulfil the organisation's business functions in an international context,
- ability to manage correspondence autonomously in a clear, correct and effective style, mastering communication skills to act and communicate autonomously in a global society,
- ability of critical reflection and teamwork,
- positive attitude towards work and responsibility for work.

Intended learning outcomes:

The students will:

- be able to introduce themselves and their colleagues,
- be able to react appropriately in various business settings,
- be able to globally understand the text and, on that basis, be able to briefly present the content,
- be able to present their company and everything associated with their company in the global environment,
- be able to prepare a product comparison,
- be given concrete advice on phone behaviour in a business setting,
- master communication by phone in all circumstances,
- master communication with customers and be able to react appropriately to the situation,
- master different types of written correspondence,
- be qualified to work with texts,
- be able to present their country with all its characteristics and special features,
- develop a sense of cross-cultural diversity,
- master the protocol for the reception of guests,
- learn about and master behavioural rules in the Italian-speaking business world.

Learning and teaching methods:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)
Sodelovalno delo: timsko delo, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju
Individualno delo: študij literature in virov, refleksija, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju

Opređeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

Frontal teaching: lectures with students' active participation (webinar, explanation, discussion, case studies)
Team work: Team work in smaller groups, a written casework, study in virtual learning environment)
Individual work: study of literature, reflection, a written casework in the virtual learning environment

The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within a virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:		Delež (v %) / Weight (in %)	Assessment:
<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>			<u>Continuous knowledge assessment</u>
▪ Krajši pisni izdelki		25 %	▪ Shorter written assignments
▪ Daljši pisni izdelki		25 %	▪ Longer written assignments
▪ Sprotno ustno ocenjevanje		30 %	▪ Continuous oral assessment
▪ Drugo: ustni izpit		20 %	▪ Other: oral exam
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>			<u>Final knowledge assessment</u>
▪ Pisni izpit		50 %	▪ Written exam
▪ Ustni izpit		50 %	▪ Oral exam

Reference nosilca / Lecturer's references:

- PETRIČ, Urška. *Strokovna terminologija v tujem jeziku 3 - italijanski jezik : 2. letnik : študijsko gradivo*. 1 izd. Maribor: Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem, 2022. 2 zv. (57; 64 str.), ilustr. Višješolski študijski program Gostinstvo in turizem. ISBN 978-961-6762-72-4, ISBN 978-961-6762-73-1. [COBISS.SI-ID 95910403]
- BUŽO, Benjamin. *Vpliv mitologije na turizem v italijanskih mestih : diplomsko delo*. Maribor: [B. Bužo], 2021. 44 str., [4] f. pril., ilustr. [COBISS.SI-ID 96088835]
- GLUNEC, Eva. *Analiza razvoja italijanske turistične ponudbe od leta 2000 do danes : diplomsko delo*. Maribor: [E. Glunec], 2020. 42 str., ilustr. [COBISS.SI-ID 35485699]
- IVANČIČ, Dolores. *Primerjava med stereotipi in profilom realnega italijanskega gosta : diplomsko delo*. Maribor: [D. Ivančič], 2021. 32 str., [6] f. pril., ilustr. [COBISS.SI-ID 87165187]
- KURNIK, Manuela. *Unescova območja v Italiji ter njihov vpliv na turizem : diplomsko delo*. Maribor: [M. Kurnik], 2021. 34 str., [16] f. pril., ilustr. [COBISS.SI-ID 79058947]
- ROZMAN, Tadeja. *Italijanski in slovenski priročnik za Erasmus+ študente : diplomsko delo*. Maribor: [T. Rozman], 2021. 35 str., [54] f. pril., ilustr. [COBISS.SI-ID 106635523]
- PETRIČ, Urška. *Strokovna terminologija v tujem jeziku 3 - italijanski jezik : 2. letnik. Dodatno študijsko gradivo : besedišče, 1. stopnja*. 1. izd. Maribor: Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem, 2022. Višješolski študijski program Gostinstvo in turizem. ISBN 978-961-6762-78-6. [COBISS.SI-ID 112858371]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 11. 7. 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Poslovno komuniciranje in interkulturni dialog (nemščina)
Course title:	Business communications and intercultural dialog (German)

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	1.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	1st	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

PKID (nem)

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

Tanja Marhl

Jeziki /

Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Obvladovanje osnov tujega jezika na srednješolskem nivoju.

Prerequisites:

Mastery of the basics of a foreign language at secondary school level.

Vsebina:

Poslovno sporazumevanje

- Predstavitev sebe in sodelavcev
- Predstavitev dejavnosti in organizacijske strukture podjetja
- Predstavitev izdelka oz. primerjava prednosti in slabosti
- Predstavitev delovnega okolja
- Poimenovanje administrativnih del in orodij
- Sporazumevanje po telefonu
- Organizacija poslovnih obiskov, ekskurzij, seminarjev
- Delo s strankami

Poslovna korespondenca

- Poslovna korespondenca (ponudba, povpraševanje, naročilo, opomin, reklamacija)
- Interna poslovna korespondenca (poročila, protokoli, načrti, zapisniki, dogovori, zapiski)
- Priložnostna korespondenca (čestitke...)
- Osebna korespondenca (prošnja za delovno mesto, življenjepis...)

Interkulturna komunikacija

- Nacionalna identiteta in interkulturna raznolikost
- Spoznavanje nemško govorečih dežel in interkulturni dialog
- Sprejem tujih gostov
- Primerjalna poslovna etika

Content (Syllabus outline):

Business communication

- Introducing yourself and your colleagues
- Presentation of the company's activities and organisational structure
- Presentation of a product or comparison of strengths and weaknesses
- Presentation of the working environment
- Concepts of administrative work and tools
- Communicating by phone
- Organisation of business visits, excursions, seminars
- Working with customers

Business correspondence

- Business correspondence (offer, inquiry, order, reminder, complaint)
- Internal business correspondence (reports, protocols, plans, minutes, agreements, notes)
- Occasional correspondence (congratulations, etc.)
- Personal correspondence (job application, CV, etc.)

Cross-cultural communication

- National identity and cross-cultural diversity
- Familiarisation with German-speaking regions and cross-cultural dialogue
- Reception of foreign guests
- Comparative business ethics

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Hrenko Podergajs, K. Kostanjevec, A. (2006) *Poslovno komuniciranje in interkulturni dialog – nemški jezik (Interno gradivo)*, DOBA Fakulteta, Maribor.
- Buscha, A., Linthout, G. (2007) *Geschäftskommunikation. Verhandlungssprache*. Hueber.
- Online Grammatikübungen [online].
- Übungen zum Passiv [online].
- Sätze: Konditionalsätze [online].
- Deutsch am Arbeitsplatz. Online-Übungen zur Kommunikation im Beruf [online].
- Deutsch im Beruf für die Mittelstufe. Am Telefon [online].
- Stil und Etikette – richtig telefonieren [online].
- Verhalten im Geschäftsleben – Business Knigge [online].
- Moderne Umgangsformen [online].
- Testen Sie Ihr Deutsch [online].
- Relevante Zeitungen
- Texte und Übungen, die Sie zum Thema finden (Ikone Unterrichtsmaterial)

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- obvladovanje kulture jezika in sporazumevanja v mednarodnem okolju
- sposobnost komunikacijske interakcije v poslovnih okoliščinah ob upoštevanju in razumevanju nacionalne identitete in interkulturnih posebnosti
- sposobnost razumevanja in uporabe strokovnega besedišča na področju poslovnega komuniciranja za uresničevanje poslovnih funkcij organizacije v mednarodnem okolju
- sposobnost samostojnega vodenja korespondence v jasnem, pravilnem in učinkovitem slogu
- obvladovanje komunikacijskih veščin za samostojno nastopanje in komuniciranje v globalni družbi
- sposobnost samostojnega in učinkovitega dela s strokovno literaturo in slovarji
- sposobnost uporabe sodobnih informacijskih virov
- sposobnost kritične refleksije in timskega dela
- pozitiven odnos do dela in odgovornost za delo

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka bo:

- zna predstaviti sebe in sodelavce v poslovni situaciji
- zna ustrezno reagirati v različnih poslovnih okoliščinah
- se usposobi za globalno razumevanje besedila in na podlagi tega zna na kratko predstaviti vsebino
- zna predstaviti podjetje v globalnem okolju in vse, kar je s podjetjem povezano
- zna pripraviti primerjavo izdelkov
- spozna konkretne napotke za vedenje v poslovnih okoliščinah pri telefoniranju
- obvladuje komunikacijo po telefonu v vseh okoliščinah
- obvladuje komunikacijo s strankami in zna situaciji primerno reagirati
- obvlada različne tipe pisne korespondence
- se usposobil za delo z besedilom

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- mastery of the language culture and communication in the international environment,
- ability to interact in business contexts, taking into account and understanding national identity and cross-cultural specifics,
- ability to understand and use professional vocabulary in business communication to fulfil the organisation's business functions in an international context,
- ability to manage correspondence autonomously in a clear, correct and effective style, mastering communication skills to act and communicate autonomously in a global society,
- ability to work independently and efficiently with specialist literature and dictionaries,
- ability to use modern information sources,
- ability of critical reflection and teamwork,
- positive attitude towards work and responsibility for work.

Intended learning outcomes:

The students will:

- be able to introduce themselves and their colleagues,
- be able to react appropriately in various business settings,
- be able to globally understand the text and, on that basis, be able to briefly present the content,
- be able to present their company and everything associated with their company in the global environment,
- be able to prepare a product comparison,
- be given concrete advice on phone behaviour in a business setting,
- master communication by phone in all circumstances,
- master communication with customers and be able to react appropriately to the situation,
- master different types of written correspondence,
- be qualified to work with texts,

- Zna predstaviti svojo deželo z vsemi značilnostmi in posebnostmi
- razvijal čut za interkulturno raznolikost
- obvladal protokol za sprejem gostov
- spoznal in usvoji pravila obnašanja v nemško-govorečem poslovnem svetu

- be able to present their country with all its characteristics and special features,
- develop a sense of cross-cultural diversity,
- master the protocol for the reception of guests,
- learn about and master behavioural rules in the German-speaking business world.

Metode poučevanja in učenja:

Learning and teaching methods:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)

Sodelovalno delo: timsko delo, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju

Individualno delo: študij literature in virov, refleksija, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju

Opređeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

Frontal teaching: lectures with students' active participation (webinar, explanation, discussion, case studies)

Team work: Team work in smaller groups, a written casework, study in virtual learning environment)

Individual work: study of literature, reflection, a written casework in the virtual learning environment

The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within a virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:		Delež (v %) / Weight (in %)	Assessment:
<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>			<u>Continuous knowledge assessment</u>
▪ Krajši pisni izdelki		25 %	▪ Shorter written assignments
▪ Daljši pisni izdelki		25 %	▪ Longer written assignments
▪ Sprotno ustno ocenjevanje		30 %	▪ Continuous oral assessment
▪ Drugo: ustni izpit		20 %	▪ Other: oral exam
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>			<u>Final knowledge assessment</u>
▪ Pisni izpit		50 %	▪ Written exam
▪ Ustni izpit		50 %	▪ Oral exam

Reference nosilca / Lecturer's references:

Profesorica nemškega jezika.

Predavateljica za nemški jezik

Vodenje tečajev nemškega jezika (skupinski, individualni, za podjetja, online tečaji).

Sodelovanje pri razvijanju novih tečajev za nemški jezik.

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Projektni menedžment in timsko delo
Course title:	Project Management and Teamwork

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	2.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	2nd	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

PMT

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

mag. Nuša Lazar

Jeziki /

Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Temeljno razumevanje organizacije in menedžmenta.

Prerequisites:

Basic understanding of organisations and management.

Vsebina:

Content (Syllabus outline):

- **definicija projekta**
 - določitev ciljev projekta
 - določitev vektorjev projekta
 - definiranje dimenzij projekta
 - definiranje aktivnosti projekta
- **vpliv sprememb na projekt in projektno okolje**
 - prepoznavanje deležnikov projekta
 - razumevanje vloge deležnikov
 - predstavitev projektnega načrta deležnikom projekta
 - uskladitev in potrditev projektnega načrta
 - razumevanje vsebine in oblike načrta obvladovanja tveganj
- **izvedba procesov planiranja**
 - izbira organizacijske sheme
 - strukturiranje projekta
 - priprava projektnega načrta
 - planiranje aktivnosti, nosilcev in rezultatov
 - ocena trajanja aktivnosti
 - določanje nosilca aktivnosti
 - določanje rezultata aktivnosti
 - povezovanje aktivnosti v mrežo
 - določanje kritične poti
 - uporaba orodja s področja projektnega vodenja

- **Project definition**
 - Determining project objectives
 - Determining project vectors
 - Determining project dimensions
 - Determining project activities
- **Effect of changes on the project and project environment**
 - Recognising project stakeholders
 - Understanding the role of stakeholders
 - Presenting the project plan to project stakeholders
 - Harmonisation and confirmation of the project plan
 - Understanding content and forms of the risk management plan
- **Implementation of planning processes**
 - Choosing the organisational scheme
 - Project structuring
 - Preparation of the project plan
 - Planning of activity, makers, and results
 - Activity duration assessment
 - Determining activity makers
 - Determining activity results
 - Connecting activities in the network
 - Determining the critical path
 - Use of project management tools

• pomen nadzora projekta • spremljanje teka projekta, sestanki, reševanje konfliktov • predstavitev dokumentov projektnega načrta • poročanje o stanju na projektu • pripravljanje sestankov • uporaba informacijskih virov • aktivnost ob zaključku projekta • predstavitev rezultatov projekta deležnikom • zaključno poročilo • poprojektne aktivnosti	• Importance of project supervision • Monitoring the course of the project, meetings, conflict resolution • Presentation of project plan documents • Reporting project progress • Preparing meetings • Using information sources • Activities accompanying the completion of the project • Presenting project results to stakeholders • Final report • Post-project activities
--	---

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Stare, A. (2020.). Projektni menadžment, skripta. Maribor: DOBA Fakultet.
- Project management institute, Inc.. (2013.). PMBOK - A guide to the project management body of knowledge. (5th ed.). Newtown Square: Project management institute.
- Belbin (b.d.). Belbin team roles.
- Forbes (2023.). Best Free Project Management Software 2023.
- Monday (2022.). Get inspired: 4 great project management examples.

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- **seznanili** se bodo s projektnim vodenjem kot orodjem za učinkovito realizacijo ciljev in s konceptualnimi osnovami ter sodobnimi tehnikami vodenja projektov
- **znali** bodo aplicirati znanje v procesih priprave in izvedbe projektov
- znali bodo **uporabljati** sodobne tehnologije za predstavljjanje projekta
- znali bodo **vrednotiti** sodobne metode predstavljjanja projekta
- znali bodo **uporabljati** sodobno orodje za načrtovanje projekta
- znali bodo **predstaviti** projekt in poročati o projektu
- sposobni bodo **analize, sinteze in predvidevanja** rešitev
- **sposobni** bodo samostojnega strokovnega dela
- **sposobni** bodo timskega dela

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka bo:

- znal določiti, kaj je projekt po šestih vektorjih in opisati dimenzije projekta
- znal določiti deležnike in opisati komunikacijo z njimi
- znal predstaviti zasnovo projekta deležnikom
- znal ločiti in določiti mehka in trda znanja, ki jih potrebuje projektni vodja in njihovo aplikacijo
- znal uporabiti proces planiranja vključno s tveganji
- za določeno obliko projekta bo znal izbrati primerno organizacijsko shemo
- znal bo strukturirati projekt
- znal bo naredi plan aktivnosti

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- **Learn** about project management as a tool for effective realisation of objectives and about the basic concepts and modern techniques of project management
- **Know** how to apply their knowledge to project preparation and implementation processes
- Know how to **use** modern technologies for project presentation
- Know how to **assess** modern technologies for project presentation
- Know how to **use** modern technologies for project planning
- Know how to **present** a project and report about it
- Be able to **analyse, synthesise, and anticipate** solutions
- Be **able** to engage in independent professional work
- Be **able** to engage in teamwork

Intended learning outcomes:

The student will:

- Be able to determine a project following the six vectors and describe project dimensions
- Be able to determine project stakeholders and describe communication with them
- Be able to present the project design to stakeholders
- Be able to separate and determine soft and hard skills required by project managers and how to apply them
- Be able to use the planning process, including risks
- Be able to choose the most appropriate organisational scheme for a specific type of a project
- Be able to structure a project

- znali bodo uporabiti sodobno orodje za načrtovanje projektov (MS Project v okviru Office 365)
- razumel bo, kako nadziramo projekt in komuniciramo z deležniki
- znal bo načrtovati sestanke in kakšen je njihov namen
- znal samostojno določiti in opisati cilje projekta
- znal bo pripraviti projektni načrt enostavnega projekta
- znal bo naštet in opisati vse dokumente enostavnega projektnega načrta
- poznal bo postopek uskladitve in potrditve projektnega načrta
- razumel in znal bo postaviti način spremljanja projekta
- znal bo predstaviti rezultate projekta
- znal bo načrtovati, voditi in pripraviti zapiske sestanka
- seznanil se bo z možnostjo uporabe informacijskih virov in tehnologij za podporo projekta

Metode poučevanja in učenja:

- Be able to prepare a plan of activities
- Be able to use modern tools for project planning (MS Project in Office 365)
- Understand how a project is supervised and how to communicate with stakeholders
- Be able to plan meetings and understand their purpose
- Be able to independently determine and describe project objectives
- Be able to prepare the project plan for a simple project
- Be able to list and describe all documents of a simple project plan
- Be familiar with the process of harmonisation and confirmation of the project plan
- Understand and be able to establish project monitoring
- Be able to present project results
- Be able to plan, manage, and prepare meeting notes
- Learn about the possibility of using information sources and technologies supporting the project

Learning and teaching methods:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)

Sodelovalno delo: projektno delo, timsko delo, delo v virtualnem učnem okolju

Individualno delo: naloge, študij literature in virov, razvojno in raziskovalno delo, refleksija, samoocenjevanje, javni nastop, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju.

Opređeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

Frontal instruction: lectures with active participation of students (explanation, discussion, problem-solving)

Collaborative group work: project work, teamwork, work in the virtual learning environment

Individual work: assignments, study of literature and resources, research and development work, reflection, self-assessment, public speaking, papers, work in the virtual learning environment

The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within the virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Continuous knowledge assessment</u>
Daljši pisni izdelki	40 %	Longer written assignments
Krajši pisni izdelki	30 %	Shorter written assignments
On-line test	30 %	Online test
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Final knowledge assessment</u>
Pisni izpit	30 %	▪ Written exam
Projektna naloga	70 %	▪ Project assignment

Reference nosilca / Lecturer's references:

- LAZAR, Nuša. Towards sustainable event planning : current state of play, best practices, and challenges creating sustainable events. *Agora International Journal of Economical Sciences*. 2023, vol. 17, no. 1, str. 56-69, ilustr. ISSN 2067-7669. <https://univagora.ro/jour/index.php/aijes/article/view/5763/1959>. [COBISS.SI-ID 159808259]
- RITONIJA, Nataša, LAZAR, Nuša, AŠANIN GOLE, Pedja, MAČEK, Anita, VUKASOVIČ, Tina. Professional skills in management and leadership, entrepreneurship and communication - The e-PROFMAN project. V: MOREIRA, António (ur.), SZUCS, András (ur.), MÁZÁR, Ildikó (ur.). *Re-Imagining Learning Scenarios : conference proceedings*. EDEN 2016 Annual Conference Budapest, Hungary 14-17 June 2016. Budapest: European Distance and E-Learning Network, 2016. Str. 796-802. ISBN 978-615-5511-10-3. [COBISS.SI-ID 512875568]

- LAZAR, Nuša. Towards sustainable event planning : current state of play, best practices, and challenges creating sustainable event. V: AŠKERC ZADRAVEC, Katarina (ur.). *EECME conference 2023 : Future Challenges of Management : conference abstracts : 5th Eastern European Conference of Management and Economics : hybrid conference : Slovenia, Ljubljana School of Business, May 25, 2023*. Ljubljana: Ljubljana School of Business, 2023. Str. 15. https://www.vspv.si/uploads/visoka_sola/bannerji_za_zamenjavo/2023-abstracts_proceedings.pdf. [COBISS.SI-ID 156555779]
- OVIN, Rasto, LAZAR, Nuša. Applied theory of market and social responsibility with contemporary challenges = Uporabna teorija tržne in družbene odgovornosti s sodobnimi izzivi. V: HRAST, Anita (ur.), PERKO, Igor (ur.), PICIGA, Darja (ur.). *IRDO Joint Conferences on Socially Responsible Society 2021, 10-11 June 2021, (Maribor, Slovenia, European Union, online performance) : conference proceedings of abstracts = Združeni konferenci IRDO: družbeno odgovorna družba 2021, 10.-11. junij 2021, (Maribor, Slovenija, Evropska unija, virtualna izvedba) : povzetki referatov predavateljev*. Elektronska izd. Ljubljana: Inštitut za razvoj družbene odgovornosti (IRDO): = Institute for the Development of Social Responsibility (IRDO), 2021. Str. 1-2. Zbirka Družbena odgovornost. ISBN 978-961-7141-00-9. <https://www.irdo.si/irdo2021/referati/abs-01-05-1a-ovinetal-abs-eng-slo.pdf>. [COBISS.SI-ID 69202947]
- RITONIJA, Nataša, LAZAR, Nuša, AŠANIN GOLE, Pedja, MAČEK, Anita, VUKASOVIČ, Tina. Professional skills in management and leadership, entrepreneurship and communication - The e-PROFMAN project. V: TEIXEIRA, António (ur.), SZUCS, András (ur.), MÁZÁR, Ildikó (ur.). *Re-imagining learning scenarios : book of abstracts : including the collection of "Sinergy" synopses*. Budapest: EDEN Secretariat, 2016. Str. 96. [COBISS.SI-ID 512876336]
- LAZAR, Nuša, GEORGIEVSKI, Bojan, ASLAN, Pinar. Project implementation and evaluation: the e-PROFMAN case study. V: AŠANIN GOLE, Pedja (ur.), ANDONOV, Dejan. *Linking business and communication : from a sparkle to a flame*. Maribor: Doba Business School, 2018. Str. 239-256. Book collection Lessons from economic and applied business and social studies. ISBN 978-961-6818-56-8. [COBISS.SI-ID 513025328]
- LAZAR, Nuša, STRMŠEK, Zvezdana. Virtual teamwork in education: a case study of DOBA Business School = Virtualno timsko delo v izobraževanju: študija primera DOBA Fakultete. V: AŠANIN GOLE, Pedja (ur.), MAČEK, Anita (ur.), OVIN, Rasto (ur.). *Research in theory and practice in contemporary business issues : monograph of the DOBA Business School 2020 = Raziskave v teoriji in praksi sodobnih poslovnih vprašanj : monografija DOBA fakultete 2020*. Brezplačna elektronska izd. Maribor: DOBA Business School: = DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije, 2020. Str. 174-186, tabele. Book collection Lessons from economic and applied business and social studies. ISBN 978-961-7061-09-3. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/raziskave/monografije>. [COBISS.SI-ID 42944003]
- MARHL, Marko, NEKREP, Andreja, FOŠNARIČ, Samo, GOLOB, Nika, HUS, Vlasta, REPNIK, Robert, AMBROŽIČ-DOLINŠEK, Jana, RAJŠP, Martina, LAZAR, Nuša. *Projekt Nadgradnja e-gradiv za predmet Spoznavanje okolja v 1., 2. in 3. razredu devetletne osnovne šole : končno poročilo*. [Ljubljana]: Nevron; Maribor: Pedagoška fakulteta, 2010. 18 f. [COBISS.SI-ID 18201352]
- LAZAR, Nuša. *Marketing innovation process - the DOBA Faculty case : lecture at ICD International Business School, Paris, March 16, 2017*. [COBISS.SI-ID 512955952]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 23. 4. 2024

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS	
Predmet:	Inovativni in inovacijski menedžment
Course title:	Inovation and Inovative Management

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	2.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	2nd	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

IIM

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

Estera Lah Poljak

Jeziki /

Languages:

Predavanja / Lectures:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Temeljno znanje s področja organizacije in menedžmenta.

Prerequisites:

Basic knowledge from the field of organisation and management.

Vsebina:

Inovativni in inovacijski menedžment

- novi pristopi in trendi v menedžmentu
- evolucijski poslovni model in vloga inovativnosti v njem

Ustvarjalnost in inoviranje

- razlike med inovativnostjo, inventivnostjo in ustvarjalnostjo
- vrste in primeri inovacij
- odprto in trajnostno inoviranje

Inovacijski proces

- faze, orodja in metode inovacijskega procesa
- tehnike in metode ustvarjalnega razmišljanja
- analiza potreb trga
- segmentacija
- tržna manifestacija (prodajno-marketingške strategije)
- načini in tehnike učinkovite predstavitve idej in projektov

Misleča (inovativna) okolja

- temeljne značilnosti mislečih okolijmedstrukturalni in participativni model
- metode in orodja za razvoj inovativnih okolij
- model 8 +1 poslovnih odnosov
- deležniki inovacijskega prostora

Content (Syllabus outline):

Innovation and innovative management

- New trends and approaches in management
- Evolutionary business model and the role of innovation

Creativity and innovation

- Differences in innovation, invention, and creativity
- Types and examples of innovations
- Open and sustainable innovation

Innovation process

- Phases, tools, and methods of the innovation process
- Creative thinking techniques and methods
- Market need analysis
- Segmentation
- Market manifestation (sales and marketing strategies)
- Methods and techniques of effective presentation of ideas and projects

Thinking (innovative) environments

- The main characteristics of thinking environments, inter-structural teams, and the participatory model
- Methods and tools for the development of innovative environments
- 8+1 model of business relationships
- Stakeholders in the innovation space

• inovativna kultura Vloga menedžerja • razlike med inovacijskim in inovativnim menedžerjem • celostni osebni razvoj • človeški, strukturni in socialni kapital • vloga inovacijskega menedžerja pri upravljanju posameznika in tima

• Innovative culture Role of managers • Differences between innovation and innovative manager • Comprehensive personal development • Human, structural, and social capital • The role of innovation managers in individual and team management

Temeljni literatura in viri / Readings:

• Bulc, V. in Lah Poljak, E. (2011, 2018) Priročnik za predmet Inovativni in inovacijski menedžment, Ljubljana, Vibacom. • Dieffenbacher, S. F. (2023) 'Types of Innovation: How the 4 Innovation Types Can Help your Business', digital Leadership. • Kovič, P. (2022) 'Kako do out-of-the box idej?', Svet kapitala - Delo. • Kylläinen, J. (2019) 'Types of Innovation – The Ultimate Guide with Definitions and Examples', Viima. • Lah Poljak (2023): Prezentacija prvega in drugega webinarja (interno gradivo), DOBA Fakulteta, Maribor. • Lah Poljak, E. (2021) 'Uspešne zgodbe podjetij kot navdih za trajnostno inoviranje', Doba znanja. • Lah Poljak, E. (2021) 'Inovativni menedžer danes: Celostni razvoj človeškega kapitala in trajnostno inoviranje', Doba znanja. • Peterlin, J. (2023): 'Zakaj svet potrebuje trajnostne vodje?' Združenje manager - MQ portal. • Puc, M., Klopčič, S., Bulc, V. (2022): Razvojna spirala slovenskih podjetij, Združenje manager - MQ portal. • Ugovšek, A. (2020) 'Kakšnih inovacij si želimo?', Glas gospodarstva plus, julij-avgust 2020, str. 97-98.
--

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence: • razumevanje vloge inovativnosti in ustvarjalnosti v evolucijskem modelu poslovnih sistemov • poznavanje razlik med inventivnostjo in inovativnostjo ter različnih vrst inovacij • usvojitev ključnih korakov inovacijskega procesa • razumevanje vloge menedžerja v upravljanju mislečega podjetja • poznavanje orodij za razvoj mislečih (inovativnih) okolij • analiziranje poslovnih primerov na osnovi evolucije poslovnih sistemov • načrtovanje izvedbe ideje do tržne manifestacije • organiziranje in vodenje medstrukturnega timskega dela • prepoznavanje lastnih ključnih sposobnosti, kreativnosti in odgovornosti

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies: • Understanding of the role of innovation and creativity in the evolutionary model of business systems • Understanding of the differences between invention and innovation and various types of innovation • Familiarity with the key stages of the innovation process • Understanding of the role of managers in managing a thinking company • Familiarity with the tools for the development of thinking (innovative) environments • Ability to analyse business examples on the basis of the evolution of business systems • Planning the implementation of an idea to the stage of market manifestation • Organising and managing inter-structural teamwork • Recognising own key abilities, creativity, and responsibility

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka bo: • sposoben prepoznati različne vrste inovacij v praksi in njihovo dodano vrednost • sposoben pripraviti inovacijski načrt za predstavitev izvirne ideje na trgu • usposobljen za timsko delo v medstrukturnem timu in za vodenje timov • sposoben interpretirati evolucijske faze posamezne organizacije v praksi • znal opisati lastnosti inovacijskega in inovativnega menedžerja v praksi

Intended learning outcomes:

The student will: • Be able to recognise various types of innovation in practice and their added value • Be able to prepare an innovation plan for the presentation of an original idea in the market • Be able to work in an inter-structural team and to manage teams • Be able to practically interpret evolutionary phases of an individual organisation • Be able to describe the characteristics of innovation and innovative managers in practice

- sposoben učinkovito predstaviti svojo idejo

- Be able to effectively present their own idea

Metode poučevanja in učenja:

Learning and teaching methods:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)
Sodelovalno delo: projektno delo, timsko delo, delo v virtualnem učnem okolju
Individualno delo: naloge, študij literature in virov, refleksija, samoocenjevanje, javni nastop, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju

Frontal instruction: lectures with active participation of students (explanation, discussion, problem-solving)
Collaborative group work: project work, teamwork, work in the virtual learning environment
Individual work: assignments, study of literature and resources, reflection, self-assessment, public speaking, papers, work in the virtual learning environment

Opređeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within the virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja

- krajši pisni izdelki
- sodelovanje v organiziranih oblikah pedagoškega dela
- daljši pisni izdelki
- javni nastop s predstavitvijo rezultatov

15

45

25

15

Končno preverjanje in ocenjevanje znanja

- Pisni izpit
- Projektna naloga

70

30

Continuous knowledge assessment

- Shorter written assignments
- Participation in organised forms of teaching
- Longer written assignments
- Public presentation of results

Final knowledge assessment

- Written exam
- Project assignment

Reference nosilca / Lecturer's references:

- *Circular insider : a speed date with circular economy frontrunners*. LAH POLJAK, Estera (urednik 2021). Ljubljana: Circular Change, 2021-. ISSN 2784-5656. [COBISS.SI-ID 67079427]
- LAH POLJAK, Estera. Inovativni menedžer danes : celostni razvoj človeškega kapitala in trajnostno inoviranje. DOBA. 06. maj 2021. ISSN 2712-4789. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/celostni-razvoj-cloveskega-kapitala-in-trajnostno-inoviranje>. [COBISS.SI-ID 62306307]
- LAH POLJAK, Estera. Uspešne zgodbe podjetij kot navdih za trajnostno inoviranje. DOBA. 20. september 2021. ISSN 2712-4789. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/clanek-profesorice-doba-fakultete-uspesne-zgodbe-podjetij-kot-navdih-za-trajnostno-inoviranje>. [COBISS.SI-ID 98248963]
- LAH POLJAK, Estera, GODINA KOŠIR, Ladeja, KORPAR, Niko. Kažipot prehoda v krožno gospodarstvo: primer Slovenije. V: OVIN, Rasto (ur.), AŠANIN GOLE, Pedja (ur.). *Trajnostno poslovanje v sodobni družbi : monografija Doba fakultete 2019 = Sustainable business in a modern society : 2019 monograph of the Doba Business School*. Elektronska izd. Maribor: Doba Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije: = Doba Business School, 2020. Str. 17-33, tabele, graf. prikazi. Zbirka Spoznanja iz ekonomskih ter uporabnih poslovnih in družbenih študij. ISBN 978-961-7061-05-5. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/raziskave/monografije>. [COBISS.SI-ID 513103408]
- BULC, Violeta, LAH POLJAK, Estera. Inovativnost kot temelj uravnoteženega trajnostnega razvoja : kako je na to pripravljen naš šolski sistem?. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*. 2009, letn. 1, št. 1. ISSN 1855-6175. http://journal.doba.si/letnik_1_%282009%29_st_1?aid=10. [COBISS.SI-ID 512467760]
- BULC, Violeta, LAH POLJAK, Estera (avtor, urednik), GODINA KOŠIR, Ladeja, ŠTEPIC, Mojca. *Manifest InJo-InCo 2008 : povzetki in nadgradnja izhodišč Konference o inovacijskem novinarstvu in komuniciranju - Stanford po Stanfordu 2008*. Ljubljana: IPRK - Inštitut za poslovno rast in kreativnost, 2008. 74 str., ilustr. ISBN 978-961-91873-1-9. [COBISS.SI-ID 242180608]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 15. 7. 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS	
Predmet:	Računovodstvo in finance
Course title:	Accounting and Finance

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	2.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	2nd	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

RIF

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
45	45	0	0	0	135	9

Nosilec predmeta / Lecturer:

mag. Nataša Pustotnik

Jeziki /

Languages:

Predavanja / Lectures:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Splošno srednješolsko znanje.

Vsebina:

1. Uvod v računovodstvo in finance
2. Izkaz poslovnega izida: poročanje o uspešnosti poslovanja
3. Bilanca stanja: poročanje o finančnem položaju
4. Izkaz denarnih tokov: plačilna sposobnost in njeno načrtovanje
5. Finančna analiza in ocenjevanje poslovnih partnerjev
6. Politika obratnega kapitala
7. Financiranje podjetja

Prerequisites:

General secondary school knowledge.

Content (Syllabus outline):

1. Introduction to accounting and finance
2. Income statement: reporting financial performance
3. Balance sheet: reporting financial position
4. Cash-Flow statement: liquidity and cash-flow forecast
5. Financial statement analysis and evaluation of business partners
6. Working capital policy
7. Financing the business

Temeljni literatura in viri / Readings:

1. Pustotnik, N. (2023): Prezentacije PPT za študijsko leto 2023/24
2. Pustotnik, N. (2023): Usmerjevalna besedila (razlaga vsebin) v spletnem okolju
3. Videoposnetki, ki so vključeni v usmerjevalna besedila v spletnem okolju
4. Webinarji, objavljeni v spletnem okolju
5. Računski zgledi – rešene vaje v spletnem okolju
6. Branko Mayr: Poslovne knjige; dostopno na: <https://akp.poslovodno-racunovodstvo.si/wp-content/uploads/2013/11/Poslovne-knjige.pdf>
7. Darinka Kamenšek: Primer seznama izvornih in izvedenih knjigovodskih listin – priloga notranjega akta v podjetju; dostopno na: <https://www.findinfo.si/medijsko-sredisce/v-srediscu/272688>
8. Tim Stobierski (članek): How to read & understand a cash flow statement (HBS Online) dostopno na: <https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-read-a-cash-flow-statement#cashflow>
9. A Managers's Guide to Finance & Accounting (HBS Online); e-knjiga je brezplačno dostopna na povezavi: <https://info.online.hbs.edu/finance-accounting-ebook>

Cilji in kompetence:

Objectives and competences:

- Razumevanje vloge računovodstva in financ v poslovnem sistemu - Poznavanje vsebine izkaza poslovnega izida in sposobnost ugotavljanja uspešnosti poslovanja podjetja - Poznavanje vsebine bilance stanja in sposobnost ocenjevanja premoženjskega in finančnega stanja podjetja - Razumevanje denarnih tokov podjetja in sposobnost osnovnega finančnega načrtovanja z vidika likvidnosti - Sposobnost analiziranja računovodskih izkazov s pomočjo finančnih kazalnikov - Razumevanje vloge obratnega kapitala v podjetju in obvladovanje posameznih elementov obratnega kapitala v praksi - Poznavanje glavnih virov financiranja podjetja in razumevanje prednosti in slabosti posamezne oblike financiranja	- Understanding the role of accounting and finance in the business system - Discuss the nature and purpose of the profit and loss statement and interpreting and evaluating performance of the business - Discuss the nature and purpose of the balance sheet and interpreting financial position of the business - Understanding of the company's cash flows and the ability to perform basic financial planning from a liquidity perspective - Ability to analyse financial statements using financial ratios - Discuss the purpose of working capital and the nature of the working capital cycle; explain the factors that have to be taken into account when managing each element of working capital - Identify the main sources of finance available to a business and explain the advantages and disadvantages of each
---	--

Predvideni študijski rezultati:

Znanje in razumevanje:

Po zaključku tega predmeta bo študent sposoben:

- Brati in razumeti vse tri temeljne računovodske izkaze
- Razumeti posledice sprejemanja različnih poslovnih odločitev in oceniti njihov vpliv na dobiček in na denarni tok podjetja
- Analizirati računovodske izkaze, oceniti potencialnega poslovnega partnerja (kupca ali dobavitelja) in sprejeti odločitev o poslovanju z njim
- Ugotoviti višino potrebnega obratnega kapitala za nemoteno poslovanje podjetja
- Poiskati in izbrati ustrezne vire financiranja glede na dejavnost in načrtovane aktivnosti podjetja

Intended learning outcomes:

Knowledge and understanding:

On completion of the course student will be able to:

- Read and understand all three basic financial statements
- Understand the consequences of making various business decisions and assess their impact on the company's profit and cash flow
- Analyse financial statements, evaluate a potential business partner (buyer or supplier) and make a decision on doing business with him
- Determine the amount of necessary working capital for smooth operations of the company
- Search for and select appropriate sources of financing based on the activity and planned activities of the company

Metode poučevanja in učenja:

- Webinarji
- Delo v manjših skupinah
- Individualno delo študenta
- Proučevanje in analiza primera
- Reševanje praktičnih nalog in primerov
- E-učenje

Learning and teaching methods:

- Webinars
- Team work
- Individual learning
- Case studies
- Solving practical exercises
- E-learning

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja:

- Krajši pisni izdelki
- Daljši pisni izdelek (timska naloga)
- Online test

40 %
20 %
40 %

Continuous knowledge assessment:

- Shorter written assignments
- Longer written assignment
- Written test

Končno preverjanje in ocenjevanje znanja:

- Pisni izpit
- Izpitni pogoji (naloga)

70 %
30 %

Final knowledge assessment:

- Written exam
- Other: Longer written assignment

Reference nosilca / Lecturer's references:

Nataša Pustotnik je magistrica znanosti na področju podjetništva, univerzitetna diplomirana ekonomistka, certificirana poslovodna računovodkinja in podjetniška svetovalka. Zaposlena je kot direktorica svetovalnega podjetja Palma in drugi d.n.o. Izvoljena je v naziv višja predavateljica za računovodstvo ter v naziv predavateljica za gospodarsko in finančno matematiko in predava na Gea College - Fakulteti za podjetništvo, Visoki šoli za računovodstvo in finance in GEA College - Centru višjih šol ter še na nekaterih drugih višjih šolah. Na višjih in visokih šolah predava že vse od leta 2000 in je tudi članica senata na Visoki šoli za računovodstvo in finance. Izvedla je tudi več delavnic za podjetja in za različna strokovna združenja.

- PUSTOTNIK, Nataša. Notranje poročanje o trženjski funkciji = Internal reporting for marketing function. *Poslovodno računovodstvo*. [Tiskana izd.]. mar. 2015, letn. 8, št. 1, str. 62-84, ilustr. ISSN 1855-4032. [COBISS.SI-ID [1024233293](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. Vloga analize posrednih stroškov pri odločanju = Analyzing indirect costs for decision making. V: BERGANT, Živko (ur.). *Zbornik referatov*. Ljubljana: Visoka šola za računovodstvo, 2013. Letn. 6, št. 4, str. 85-102, tabele. Poslovodno računovodstvo, letn. 6, št. 4. ISSN 1855-4032. [COBISS.SI-ID [1024205901](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. Prispevek k splošnim načelom poročanja o nadziranju za notranje poročanje = The principles of reporting in accounting control systems for internal reporting. V: BERGANT, Živko (ur.). *Splošna načela notranjega poročanja : zbornik*. Ljubljana: Zveza ekonomistov Slovenije, 2011. Str. 141-155. ISBN 978-961-6231-70-1. [COBISS.SI-ID [1024125517](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. Primerjalna analiza kupcev = Comparative analysis of customers. V: BERGANT, Živko (ur.). *Zbornik referatov*. 5. Konferenca o analizi poslovanja, Ljubljana, 16. maj 2019. Ljubljana: Inštitut za poslovno računovodstvo: Visoka šola za računovodstvo in finance, 2019. Letn. 12, št. 2, str. 47-66, ilustr. Poslovodno računovodstvo, Letn. 12, št. 2, maj 2019. ISSN 1855-4032. [COBISS.SI-ID [1024366413](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. Neračunovodske informacije z vidika trajnostnega razvoja združbe = Nonfinancial information in terms of sustainable development. V: BERGANT, Živko (ur.). *Zbornik referatov*. Ljubljana: ABC revizija, 2016. Letn. 9, št. 2, str. 46-68, ilustr. Poslovodno računovodstvo, letn. 9, št. 2. ISSN 1855-4032. [COBISS.SI-ID [1024262989](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. ABC metoda razporejanja stroškov na praktičnih primerih = Activity-based costing on practical cases. V: BERGANT, Živko (ur.). *Zbornik referatov*. Ljubljana: ABC revizija, 2015. Letn. 8, št. 2, str. 17-44. Poslovodno računovodstvo, letn. 8, št. 2. ISSN 1855-4032. [COBISS.SI-ID [1024236109](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. Notranje poročanje po mestih odgovornosti = Internal reporting for responsibility centers. V: BERGANT, Živko (ur.). *Zbornik referatov*. Ljubljana: ABC revizija, 2014. Letn. 7, št. 3/4, str. 77-108, ilustr. Poslovodno računovodstvo, letn. 7, št. 3-4. ISSN 1855-4032. [COBISS.SI-ID [1024228685](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. Prispevek k splošnim načelom notranjega poročanja o trženjski funkciji = The principles of internal reporting for marketing function. V: BERGANT, Živko (ur.). *Načela notranjega poročanja po področjih notranjega poročanja : zbornik*. Ljubljana: Zveza ekonomistov Slovenije, 2012. Str. 49-68, graf. prikazi. ISBN 978-961-6231-74-9. [COBISS.SI-ID [1024177741](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. *Računovodsko spremljanje projektov iz evropske kohezijske politike*. [COBISS.SI-ID [1024377677](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. *Branje in razumevanje bilanc za podjetnike : hitra šola financ II*. [COBISS.SI-ID [1024377165](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. *Knjigovodska šola : interno izobraževanje za zaposlene SAOP, d.o.o.* [COBISS.SI-ID [1024376653](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. *Knjigovodski praktikum : modul 1 do 4*. [COBISS.SI-ID [1024376909](#)]
- PUSTOTNIK, Nataša. *Knjigovodstvo in evropski projekti*. [COBISS.SI-ID [1024377421](#)]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 31. 5. 2023

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS	
Predmet:	Raziskave trga za potrebe marketinga
Course title:	Market Research for the Needs of Marketing

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi – 1. bolonjska stopnja	/	2.	/
Marketing, social media and PR - 1st cycle	/	2nd	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

RTM

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
45	45	0	0	0	135	9

Nosilec predmeta / Lecturer:

dr. Tina Vukasović

Jeziki /

Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Prerequisites:

Splošno srednješolsko znanje.

General secondary school knowledge.

Vsebina:

Content (Syllabus outline):

1. Uvod v raziskovanje a. Vloga in pomen raziskovanja v poslovnem odločanju b. Raziskovalna etika 2. Koraki raziskovalnega procesa a. opredelitev raziskovalnega problema in ciljev raziskave, b. načrtovanje raziskave, c. načrtovanje vzorca in zbiranje informacij, d. analiza informacij, e. predstavitev ugotovitev, f. predstavitev odločitev. 3. Zbiranje podatkov a. Primarni podatki b. Metode in tehnike zbiranja podatkov c. Načrtovanje vprašalnika d. Merjenje e. Anketiranje f. Veljavnost in zanesljivost podatkov g. Vzorčni načrt h. Verjetnostni vzorec in neverjetnostni vzorec i. Velikost vzorca j. Sekundarni podatki k. Presoja primernosti in uporabnosti 4. Analiza podatkov a. Osnovna analiza podatkov b. Kvantitativne in kvalitativne metode c. Raziskovalno poročilo in predstavitev rezultatov	1. Introduction to research a. Role and importance of research in business decision-making b. Research ethics 2. Research process steps a. Defining the research problem and establishing research objectives b. Designing the research c. Planning the sample and data collection d. Analysing the data e. Presenting results f. Presenting decisions 3. Data collection a. Primary data b. Data collection methods and techniques c. Questionnaire planning d. Measuring e. Surveying f. Data validity and reliability g. Sample plan h. Probability sample and nonprobability sample i. Sample size j. Secondary data k. Suitability and applicability assessment 4. Data analysis a. Basic data analysis b. Quantitative and qualitative methods c. Research report and presentation of results
--	--

Temeljni literatura in viri / Readings:

Knjige:

- Vukasović T. (2020). Osnove raziskav trga. Doba Epis d.o.o.
- Kumar R. (2011): Research methodology: A Step by step guide for beginners. 3rd Edition. Sage. London. Poglavlja: Poglavlja: 1, 2, 6., 10., 13 http://www.sociology.kpi.ua/wp-content/uploads/2014/06/Ranjit_Kumar-Research_Methodology_A_Step-by-Step_G.pdf
- Sileyew, K. L. (2019). Research design and methodology. Intech Open. <https://www.intechopen.com/books/cyberspace/research-design-and-methodology>
- Vukasović T. (2020). Tržne raziskave. Prosojnice objavljene v BB.

Video gradivo:

- Predavanje profesorja dr. Graham R. Gibbsa z naslovom "The ethics of social research" <https://www.youtube.com/watch?v=BQeUuxIzsfU>
- Predavanje profesorja dr. Graham R. Gibbsa z naslovom "The Pros and Cons of Interviewing" <https://www.youtube.com/watch?v=4PbB2sAq-PQ>
- Predavanje profesorja dr. Graham R. Gibbsa z naslovom "Question types and piloting" <https://www.youtube.com/watch?v=vjailyWAcIQ>
- Predavanje profesorja dr. Graham R. Gibbsa z naslovom "Questionnaire layout and question wording" <https://www.youtube.com/watch?v=BZLVI5zae2E>
- Predavanje profesorja dr. Graham R. Gibbsa z naslovom "Ratings and scales" https://www.youtube.com/watch?v=_aOhcGf8EcY

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- spoznali faze raziskovalnega procesa
- spoznali vlogo, pomen in uporabo informacij raziskovanja v poslovnem odločanju
- usposobljeni bodo za opredelitev raziskovalnega problema
- razumeli pomen načrtovanja izvedbe raziskave
- usposobljeni za zbiranje, urejanje in analizo potrebnih podatkov
- poznali razliko med sekundarnimi in primarnimi podatki
- razumeli pomen vzorčenja in velikosti vzorca
- usposobljeni za analizo pridobljenih podatkov s pomočjo različnih kvantitativnih in kvalitativnih metod
- sposobni pripraviti poročilo in predstavitev raziskave
- razvijali kreativnost in natančnost

Predvideni študijski rezultati:

Znanje in razumevanje:

Študent/-ka bo:

- spoznal osnovne metode za analizo podatkov ter načine za iskanje informacij
- spoznal vlogo in pomen raziskovanja v poslovnem odločanju
- znal opredeliti problem in sestaviti načrt raziskave
- znal opredeliti cilje in izvesti raziskave
- znal zbrati dovolj natančne in nepristranske podatke
- znal zbrane podatke kvantitativni in kvalitativno analizirati
- znal rezultate raziskave primerno predstaviti

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- Learn about the phases of the research process
- Learn about the role, importance, and use of information – research in the business decision-making process
- Ability to define the research problem
- Understand the importance of planning the implementation of a research
- Qualified to collect, edit, and analyse the required data
- Familiarity with the difference between secondary and primary data
- Understand the importance of sampling and sample size
- Qualified to analyse the obtained data with the help of various qualitative and quantitative methods
- Ability to prepare a report and present the research results
- Develop creativity and accuracy

Intended learning outcomes:

Knowledge and understanding:

The student will:

- Learn about the basic methods of data analysis and ways of searching for information
- Learn about the role and importance of research in business decision-making
- Be able to define the problem and prepare the research plan
- Be able to define objectives and implement research
- Be able to collect accurate and unbiased data
- Be able to analyse the collected data qualitatively and quantitatively
- Be able to present the research results

- razumel pomen načrtovanja trženjskih raziskav v poslovnem odločanju

Metode poučevanja in učenja:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)
Sodelovalno skupinsko delo: seminarske vaje (projektno delo, timsko delo)
Individualno delo: individualne aktivnosti (naloge, študij literature in virov, razvojno in raziskovalno delo, refleksija, samoocenjevanje, javni nastop, pisni izdelki)
Študij v virtualnem okolju: sodelovalne in individualne aktivnosti (naloge, forum, klepetalnica, študij gradiva)
 Opredeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

- Understand the importance of planning marketing research in business decision-making

Learning and teaching methods:

Frontal instruction: lectures with active participation of students (explanation, discussion, problem-solving)
Collaborative group work: tutorial (project work, teamwork)
Individual work: individual activities (assignments, study of literature and resources, research and development work, reflection, self-assessment, public speaking, papers)
Studying in the virtual environment: collaborative and individual activities (assignments, forum, chat room, studying the material)
 The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within the virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt):		Type (examination, oral, coursework, project):
<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Continuous knowledge assessment</u>
Krajši pisni izdelki	50 %	Shorter written assignments
Daljši pisni izdelki	50 %	Longer written assignments
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Final knowledge assessment</u>
Pisni izpit	60 %	Written exam
Seminarska naloga	40 %	Seminar paper

Reference nosilca / Lecturer's references:

- LJUBIČIČ, Kristina, VUKASOVIČ, Tina. Manipulation in the world of marketing. *Ymer*. Apr. 2022, vol. 21, iss. 4, str. 495-506, ilustr. ISSN 0044-0477. <http://ymerdigital.com/uploads/YMER210476.pdf>, DOI: 10.37896/YMER21.04/49. [COBISS.SI-ID 106850307]
- VIDMAR, Urška, VUKASOVIČ, Tina. Identifying elements for a successful approach to applying projects. *International journal of management, knowledge and learning*. [Tiskana izd.]. 2018, vol. 7, iss. 2, str. 217-243, 247-248, tabele. ISSN 2232-5107. <https://www.issbs.si/press/ISSN/2232-5697/7-2.pdf>, <https://doaj.org/toc/2232-5697>, <https://econpapers.repec.org/article/isvjouijm/>. [COBISS.SI-ID 39842053]
- VUKASOVIČ, Tina. Understanding the consumers' personal characteristics as the starting point for targeted marketing. *Management*. [Spletna izd.]. spring 2020, vol. 15, no. 1, str. 29-41. ISSN 1854-4231. https://www.hippocampus.si/ISSN/1854-4231/15_1.pdf. [COBISS.SI-ID 53647619]
- VUKASOVIČ, Tina, JALEN, Nataša. Predlog marketinškog plana za ulazak novog brenda prehrambenih dodataka na tržište = Marketing plan proposal for the entry of a food supplement brand into the market. *Serbian Journal of Engineering Management*. 2018, vol. 3, no. 2, str. 36-50, ilustr. ISSN 2466-4693. [COBISS.SI-ID 39738117]
- VUKASOVIČ, Tina, SLUGA, Anita. The importance of after-sales activities in the marketing of medical products through public procurement. *Ymer*. Apr. 2022, vol. 21, iss. 4, str. 64-80, ilustr. ISSN 0044-0477. <http://ymerdigital.com/uploads/YMER210408.pdf>, DOI: 10.37896/YMER21.04/07. [COBISS.SI-ID 104079363]
- VIDMAR, Urška, VUKASOVIČ, Tina. Conceptual model of a successful project application developed on the basis of qualitative research results. V: DERMOL, Valerij (ur.). *Integrated economy and society: diversity, creativity and technology : proceedings of the MakeLearn and TIIM International Conference, 16-18 May 2018, Naples, Italy*. Bangkok; Celje; Lublin: ToKnowPress, 2018. Str. [1-11], ilustr. MakeLearn. ISBN 978-961-6914-23-9. ISSN 2232-3309. <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-23-9/papers/ML2018-020.pdf>. [COBISS.SI-ID 39510277]
- VUKASOVIČ, Tina, DUVNJAK, Matej. Analysis of consumer satisfaction as the basis for preserving the company's competitive position in the market. V: DERMOL, Valerij (ur.). *Integrated economy and society: diversity, creativity and technology : proceedings of the MakeLearn and TIIM International Conference, 16-18 May 2018, Naples, Italy*. Bangkok; Celje; Lublin: ToKnowPress, 2018. Str. [1-5], preglednici.

- MakeLearn. ISBN 978-961-6914-23-9. ISSN 2232-3309. <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-23-9/papers/ML2018-194.pdf>. [COBISS.SI-ID 39509253]
- VUKASOVIČ, Tina, FILIPAN, Mario. Marketing strategy on the entry of selected enterprise on international market. V: BEVANDA, Vuk (ur.). *Leadership & management : Integrated politics of research and innovations : conference proceedings*. Belgrade: Association of Economists and Managers of the Balkans [etc.], 2018. Str. 466-470. ISBN 978-86-80194-15-8. DOI: 10.31410/limen.2018.466. [COBISS.SI-ID 39924997]
 - VUKASOVIČ, Tina, LJUBIČIĆ, Kristina. Marketing manipulation in the 21st century. V: BEVANDA, Vuk (ur.). *Conference proceedings*. Belgrade: Association of Economists and Managers of the Balkans, 2021. Str. 103-112, ilustr. ISBN 978-86-80194-51-6. <https://www.itema-conference.com/archive/>, DOI: 10.31410/ITEMA.2021.103. [COBISS.SI-ID 107524099]
 - VUKASOVIČ, Tina, SLUGA, Anita. New marketing mix element for marketing of medical devices. V: DERMOL, Valerij (ur.). *Expanding horizons: business, management and technology for better society : proceedings of the MakeLearn and TIIM International Conference : 20-22 May 2020, online conference*. Bangkok; Celje; Lublin: ToKnowPress, 2020. Str. 193-199, ilustr. MakeLearn. ISBN 978-961-6914-26-0. ISSN 2232-3309. <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-26-0/42.pdf>, <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-26-0.pdf>. [COBISS.SI-ID 21257475]
 - VUKASOVIČ, Tina. Consumer media habits analysis in the selected market. V: DERMOL, Valerij (ur.). *Economy for a new normal : digitalisation and human relations in business and education : proceedings of the MakeLearn and TIIM International Conference : 20-21 May 2021 : online conference*. Celje: ToKnowPress, 2021. Str. 29. MakeLearn. ISBN 978-961-6914-27-7. ISSN 2232-3309. <https://toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-27-7/3.pdf>. [COBISS.SI-ID 67488003]
 - VUKASOVIČ, Tina, SLUGA, Anita. After-sales activities and their importance in the marketing of medical products. V: AŠANIN GOLE, Pedja (ur.), VUKASOVIČ, Tina (ur.). *The future of global business and marketing: how will smart companies deal with challenges and opportunities? : reviewed extended abstracts of the 10th International Scientific Conference of the DOBA Business School*. Free electronic ed. Maribor: DOBA Business School: = DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije, 2020. Str. 95-97. Book collection Lessons from economic and applied business and social studies. ISBN 978-961-7061-08-6. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/raziskave/monografije>. [COBISS.SI-ID 35671299]
 - VUKASOVIČ, Tina, MIHAČ, Vlado. Distribution channels and trends in online and direct sales and marketing of hotel accommodation = Distribucijski kanali in trendi v spletni in neposredni prodaji ter trženju hotelskih nastanitev. V: AŠANIN GOLE, Pedja (ur.), MAČEK, Anita (ur.), OVIN, Rasto (ur.). *Research in theory and practice in contemporary business issues : monograph of the DOBA Business School 2020 = Raziskave v teoriji in praksi sodobnih poslovnih vprašanj : monografija DOBA fakultete 2020*. Brezplačna elektronska izd. Maribor: DOBA Business School: = DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije, 2020. Str. 125-134, ilustr. Book collection Lessons from economic and applied business and social studies. ISBN 978-961-7061-09-3. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/raziskave/monografije>. [COBISS.SI-ID 42921475]
 - VUKASOVIČ, Tina. Novi trendi v marketingu in komuniciranju s potrošniki. *DOBA*. 10. junij 2021. ISSN 2712-4789. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/clanek-profesorice-doba-fakultete-novi-trendi-v-marketingu-in-komuniciranju-s-potrosniki>. [COBISS.SI-ID 105596931]
 - VUKASOVIČ, Tina. Novi trendi v nakupnem vedenju potrošnikov. *DOBA*. 29. april 2020. ISSN 2712-4789. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/izr-prof-dr-tina-vukasovic-novi-trendi-v-nakupnem-vedenju-potrosnikov>. [COBISS.SI-ID 16383747]
 - VUKASOVIČ, Tina. Poslovni trženjski izzivi in rešitve za podjetja. *DOBA*. 31. avgust 2020. ISSN 2712-4789. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/izr-prof-dr-tina-vukasovic-poslovni-trzenjski-izzivi-in-resitve-za-podjetja>. [COBISS.SI-ID 27992323]
 - VUKASOVIČ, Tina. *Marketing : učno gradivo - predavanja in vaje : 2021-2022*. Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije, [2021]. 1 USB ključ (1 PDF datoteka ([391] str.)), ilustr. [COBISS.SI-ID 81513731]
 - VUKASOVIČ, Tina. *Novi trendi v marketingu in komuniciranju s potrošniki : interaktivno usposabljanje v organizaciji Smart akademije DOBA, Maribor, 22. - 29. junij*. [COBISS.SI-ID 70981635]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 13. 7. 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Menedžment izdelkov, storitev in blagovnih znamk
Course title:	Product, Service and Brand Management

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi – 1. bolonjska stopnja	/	2.	/
Marketing, social media and PR - 1 st cycle	/	2nd	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

ISB

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
45	45	0	0	0	135	9

Nosilec predmeta / Lecturer:

dr. Tina Vukasović

Jeziki /

Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Prerequisites:

Temeljna znanja s področja ekonomike, marketinga ter menedžmenta.

Basic knowledge from the fields of economics, marketing, and management.

Vsebina:

Content (Syllabus outline):

1. Opredelitev izdelka v marketingu
2. Različne pojavne oblike izdelka
3. Koncept vrednosti (uporabna vrednost, cena)
4. Sestavine izdelka v ožjem in širšem pomenu
5. Stopnje življenjskega cikla izdelka
6. Proces razvoja novega izdelka
7. Management znamk izdelkov

1. Definition of a product in marketing
2. Various manifestations of a product
3. The concept of product value (applicable value, price)
4. Product components in the narrower and broader sense
5. Product life cycle stages
6. Development process of a new product
7. Product brand management

Temeljni literatura in viri / Readings:

Obvezna literatura:

- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson Education. Poglavlja: 1., 2., 7., 8., 9., 15., 16., 17
- Wright, A. (2020.). 42 Buyer Persona Questions to Inspire Your Research. Pristup na: <https://amywright.me/buyer-persona-questions/>
- Vukasović, T. (2023). Prosojnice_Temeljni tržni koncepti
- Vukasović, T. (2023). Prosojnice_Trženjski splet
- Vukasović T. (2023). Prosojnice_Blagovna znamka
- Vukasović T. (2023). Prosojnice_Segmentiranje in pozicioniranje na trgu porabnikov
- Vukasović, T. (2023.). Prosojnice_Značilnosti generacij potrošnikov
- Vukasović, T. (2023.). Prosojnice_Vživite se v svojega kupca (kako definirati ključnega kupca).

Cilji in kompetence:

Objectives and competences:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- poznavanje in oblikovanje konceptov menedžmenta izdelkov, storitev in blagovnih znamk v marketingu,

- Familiarity with and designing of the concepts of product, service and brand management in marketing

- spoznali, razumeli in uporabljali koncept različnih pojavnih oblik izdelka,
- spoznali, razumeli in uporabljali koncept vrednosti (uporabna vrednost, cena) izdelka,
- spoznali, razumeli in uporabljali analizo in diagnozo izdelkov (živiljenjski cikel izdelkov, portfolio izdelkov),
- spoznali, razumeli in uporabljali aktivnosti (inovacija, modifikacija in eliminacija) v zvezi z izdelki
- sposobnost obvladovanja sprememb in prilagajanja potrebam in zahtevam trga potrošnikov na podlagi stalnega evalviranja izdelkov, storitev in blagovnih znamk
- sposobnost razumevanja pomembnosti procesa menedžmenta izdelkov, storitev in blagovnih znamk za sprejemanje trženjskih odločitev v praksi
- usposobljenost za analizo, sintezo in samostojno oblikovanje rešitev trženjskih problemov podjetja/organizacije
- poznavanje procesa razvoja izdelkov, storitev, značilnosti menedžmenta izdelkov, storitev in sposobnost uporabe metod in orodij, ki omogočajo učinkovito načrtovanje, oblikovanje in uvedbo izdelkov, storitev na trg
- poznavanje procesa menedžmenta izdelkov, storitev in blagovnih znamk
- sposobnost uporabe pridobljenih znanj in veščin pri analizi, načrtovanju, udejanjanju in nadzoru odločitev na področju menedžmenta izdelkov, storitev in blagovnih znamk
- razvili prilagodljivost, iniciativnost in izvirnost
- razvili sposobnost vodenja timov in timskega dela

Predvideni študijski rezultati:

- Learn about, understand, and use the concept of various manifestations of a product
- Learn about, understand, and use the concept of product value (applicable value, price)
- Learn about, understand, and use product analysis and diagnosis (product life cycle, product portfolio)
- Learn about, understand, and use activities (innovation, modification, and elimination) in relation to products
- The ability to master changes and to adapt to market needs and customer requirements on the basis of continuous evaluation of products, services, and brands
- The ability to understand the importance of the product, service and brand management process for making marketing decisions
- The ability to analyse, synthesise, and independently shape solutions to marketing problems of a company/organisation
- Familiarity with the product and services development process, characteristics of brand and service management, and the ability to use methods and tools that enable efficient planning, design, and launch of products and services to the market
- Familiarity with the product, service and brand management process
- The ability to use the acquired knowledge and skills in analysing, planning, implementing, and supervising decisions in the field of product, service and brand management
- Develop adaptability, initiative, and originality
- Develop the ability of managing teams and teamwork

Intended learning outcomes:

Študent/-ka bo:

- spoznal, razumel in uporabljal različna izhodišča opredeljevanja izdelka in storitve
- razumel koncept ravni izdelkov
- razumel in uporabljal različne klasifikacijske sheme izdelkov
- razvil veščine za uporabo znanja s področja razvoja novih izdelkov
- spoznal spremembe na področju menedžmenta izdelkov, storitev in blagovnih znamk v 21. Stoletju
- razumel stopnje življenjskega cikla izdelka in posamezne strategije
- sposoben uporabe pridobljenih znanj in veščin pri določanju strategij življenjskega cikla izdelka
- poznal proces menedžmenta blagovnih znamk
- razvil veščine za uporabo znanja s področja razvoja novih izdelkov in blagovnih znamk
- sposoben uporabe pridobljenih znanj in veščin pri analizi, načrtovanju, udejanjanju in nadzoru odločitev na področju razvoja izdelkov in blagovnih znamk

The student will:

- Understand, know, and use various starting points for defining products and services
- Understand the concept of product levels
- Understand and use various product classification schemes
- Develop the skills that are needed to utilise the knowledge from the field of development of new products
- Learn about changes in product, service and brand management in the 21st century
- Understand the stages of the product life cycle and individual strategies
- Be able to use the acquired knowledge and skills in determining product life cycle strategies
- Be familiar with the brand management process
- Develop the skills that are needed to utilise the knowledge from the field of development of new products and brands
- Be able to use the acquired knowledge and skills in analysing, planning, implementing, and supervising decisions in the field of product and brand development

Metode poučevanja in učenja:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)
Sodelovalno skupinsko delo: seminarske vaje (projektno delo, timsko delo)
Individualno delo: individualne aktivnosti (naloge, študij literature in virov, raziskovalno delo, refleksija, samoocenjevanje, javni nastop, pisni izdelki)
Študij v virtualnem okolju: sodelovalne in individualne aktivnosti (naloge, forum, klepetalnica, študij gradiva)
Sodelovanje gostujočega predavatelja
 Opredeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

Learning and teaching methods:

Frontal instruction: lectures with active participation of students (explanation, discussion, problem-solving)
Collaborative group work: tutorial (project work, teamwork)
Individual work: individual activities (assignments, study of literature and resources, development work, reflection, self-assessment, public speaking, papers)
Studying in the virtual environment: collaborative and individual activities (assignments, forum, chat room, studying the material)
Visiting lecturer
 The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within the virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Continuous knowledge assessment</u>
- Krajši pisni izdelki - Daljši pisni izdelki - Test	30 % 40 % 30 %	- Shorter written assignments - Longer written assignments - Test
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Final knowledge assessment</u>
- Pisni izpit - Seminarska naloga	60 % 40 %	- Written exam - Seminar paper

Reference nosilca / Lecturer's references:

- KALAR, Matej, VUKASOVIČ, Tina. Stališča potrošnikov do nakupa električnih avtomobilov in njihovega vpliva na okolje v Sloveniji = Consumers attitudes towards the purchase intention of electric cars and their impact on the environment in Slovenia. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*. 2021, letn. 13, št. 2, str. [29-45]. ISSN 1855-6175. <https://journal.doba.si/OJS/index.php/jimb/article/view/JIBM.2021.13.2>, DOI: [10.32015/JIBM.2021.13.2.3](https://doi.org/10.32015/JIBM.2021.13.2.3). [COBISS.SI-ID 101480707]
- PEČANIN, Željka, VUKASOVIČ, Tina. Factors influencing consumer purchase behaviour when buying superfoods = Dejavniki nakupnega vedenja potrošnikov pri nakupu superživil. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*. 2022, letn. 14, št. 1, 12 str. ISSN 1855-6175. <https://journal.doba.si/OJS/index.php/jimb/article/view/296/251>, DOI: [10.32015/JIBM.2022.14.1.4](https://doi.org/10.32015/JIBM.2022.14.1.4). [COBISS.SI-ID 115064835]
- POVŠE, Tina, VUKASOVIČ, Tina. Nakupno vedenje kupca inovativnega izdelka in izzivi prilagajanja prodajnih aktivnosti = Challenges of adapting sales activities to the purchase behaviour of the customer of an innovative product. *Mednarodno inovativno poslovanje : strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*. 2021, letn. 13, št. 2, str. [9-28]. ISSN 1855-6175. <https://journal.doba.si/OJS/index.php/jimb/article/view/JIBM.2021.13.2.2>, DOI: [10.32015/JIBM.2021.13.2.2](https://doi.org/10.32015/JIBM.2021.13.2.2). [COBISS.SI-ID 101452547]
- VUKASOVIČ, Tina. Covid-19 pandemic influence on consumer buying behaviour. *International journal of management, knowledge and learning*. [Spletna izd.]. 2021, vol. 10, str. 65-74, ilustr. ISSN 2232-5697. <https://toknowpress.net/ISSN/2232-5697/10.65-74.pdf>, DOI: [10.53615/2232-5697.10.65-74](https://doi.org/10.53615/2232-5697.10.65-74). [COBISS.SI-ID 70157059]
- VUKASOVIČ, Tina. Knowledge as an important factor in the process of creating brand equity. *International journal of innovation and learning*. 2020, vol. 28, no. 2, str. 139-158, ilustr. ISSN 1471-8197. [COBISS.SI-ID 40098309]
- VUKASOVIČ, Tina. Spremembe v nakupnem vedenju potrošnikov v "novi realnosti". *DOBA*. 23. junij 2021. ISSN 2712-4789. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/red-prof-dr-tina-vukasovic-spremembe-v-nakupnem-vedenju-potrosnikov-v-novi-realnosti>. [COBISS.SI-ID 105592835]

- VUKASOVIČ, Tina. Spremembe v zavedanju in pojmovanju blagovnih znamk v visokem šolstvu. *DOBA*. 26. maj 2021. ISSN 2712-4789. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/spremembe-v-zavedanju-in-pojmovanju-blagovnih-znamk-v-visokem-solstvu>. [COBISS.SI-ID 105595139]
- VUKASOVIČ, Tina. The importance of knowledge management in the process of brand equity. V: BEVANDA, Vuk (ur.). *Selected papers*. Belgrade: Association of economists and managers of the Balkans, 2020. Str. 1-8, tabele. Selected papers. ISBN 978-86-80194-27-1. ISSN 2683-6149. https://mediacontent.limen-conference.com/2020/06/LIMEN_2019_DRAFT-Selected-Papers.pdf. [COBISS.SI-ID 28337155]
- VUKASOVIČ, Tina. Kako spoznati potrošnika in ga prepričati, da postane naš zvest potrošnik?. *DOBA*. 13. maj 2020. ISSN 2712-4789. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/izr-prof-dr-tina-vukasovic-kako-spoznati-potrosnika-in-ga-prepricati-da-postane-nas-zvest-potrosnik>. [COBISS.SI-ID 16151811]
- SLUGA, Anita, VUKASOVIČ, Tina. *Poprodajne aktivnosti kot konkurenčna prednost pri trženju izdelkov preko javnih naročil*. 1. izd. Dolga Poljana: Perfectus, svetovanje in izobraževanje, 2019. Zbirka Znanstvene monografije, Podzbirka Marketing in prodaja. ISBN 978-961-94549-7-8. http://www.andrejrasspor.com/perfectus_zalozba. [COBISS.SI-ID 300701440]
- VUKASOVIČ, Tina. *Koncepti sodobnega trženja*. Harlow: Pearson, cop. 2020. VIII, 202 str., ilustr. ISBN 978-1-839-61084-4. [COBISS.SI-ID 40330501]
- VUKASOVIČ, Tina. *Osnove raziskave trga*. El. izd. Maribor: Doba Epis, cop. 2020. 1 spletni vir (1 datoteka PDF (37 str.)), graf. prikazi, tabele. ISBN 978-961-6818-58-2. <https://blackboard.doba.si/webapps/login/>. [COBISS.SI-ID 28408579]
- VUKASOVIČ, Tina. *Management blagovnih znamk in globalni trgi : učno gradivo - predavanja in vaje : podiplomski študijski program Management znanja : 2021/2022*. Celje: [Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije, 2021]. 1 USB ključ (1 PDF datoteka ([372] str.)), ilustr. [COBISS.SI-ID 81517827]
- VUKASOVIČ, Tina. *Menadžment proizvoda, usluga i robnih marki : e-učno gradivo : predavanja i vježbe*. Maribor: DOBA Fakulteta, 2020/2021. <https://blackboard.doba.si/>. [COBISS.SI-ID 59082755]
- VUKASOVIČ, Tina. *Razvoj izdelkov in blagovnih znamk : e-učno gradivo : predavanja in vaje*. Maribor: DOBA Fakulteta, 2020/2021. 1 spletni vir. <https://blackboard.doba.si/>. [COBISS.SI-ID 37228035]
- VUKASOVIČ, Tina. *Razvoj proizvoda i robnih marki : e-učno gradivo : predavanja i vježbe*. Maribor: DOBA Fakulteta, 2020/2021. 1 spletni vir. <https://blackboard.doba.si/>. [COBISS.SI-ID 37229315]
- VUKASOVIČ, Tina. *Osnove managementa blagovnih znamk : učno gradivo - predavanja in vaje : 2018-2019*. Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije, 2018-2019. 254 str., ilustr. [COBISS.SI-ID 39806469]
- VUKASOVIČ, Tina. *Novi trendi v marketingu in komuniciranju s potrošniki : interaktivno usposabljanje v organizaciji Smart akademije DOBA, Maribor, 22. - 29. junij*. [COBISS.SI-ID 70981635]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 12. 7. 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS	
Predmet:	Globalni marketing
Course title:	Global Marketing

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi – 1. bolonjska stopnja	/	2.	/
Marketing, Social media and Public relations - 1st cycle	/	2nd	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

GMA

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

dr. Rihtaršič Tanja

Jeziki /

Languages:

Predavanja / Lectures:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Poznavanje temeljev marketinga in ekonomije.

Prerequisites:

Knowledge of the fundamentals of marketing and the economy.

Vsebina:

1. Globalni trg – razumevanje mednarodnega okolja
2. Ključni motivi podjetja, da internacionalizira svoje poslovanje
3. Analize globalnih priložnosti
4. Izbira novih trgov
5. Strategije sodelovanja na globalnem trgu
6. Oblikovanje marketing miksa za globalni trg
7. Organizacija, vodenje in kontrola globalnega marketinga

Content (Syllabus outline):

1. Global market – understanding the international environment
2. The key motives of companies to internationalise their business
3. Analyses of global opportunities
4. Choosing new markets
5. Cooperation strategies in the global market
6. Designing the marketing mix for the global market
7. Organisation, management, and control of global marketing

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Hollensen, S.: Global marketing. 6. izd. London: Pearson Education limited, 2013
- Rowles, D.: Digital Branding. Kogan Page, 2014 (izbrana poglavja)

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- spoznali in razumeli teorijo in prakso mednarodnega marketinga
- sposobni analize, sinteze in predvidevanja rešitev na področju globalnega marketinga
- sposobni prepoznavanja globalnih priložnosti na trgu
- seznanili se bodo z medkulturnimi posebnostmi globalnega marketinga in tržnega komuniciranja
- razumeli pomembnost izbire različnih mednarodnih trgov

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- Learn about and understand the theory and practice of international marketing
- The ability to analyse, synthesise and forecast solutions in global marketing
- The ability to recognise global opportunities in the market
- Learn about the intercultural specifics of global marketing and marketing communication

- spoznali, primerjali in sposobni razvoja strategij v podjetju za uspešno globalno poslovanje
- sposobni obvladovanja marketinških izzivov na globalnem trgu
- poznali in razumeli razvoj digitalnega marketinga
- razvili sodelovalne in komunikacijske kompetence ter sposobni strpnega sprejemanja in upoštevanja tvornih kritik in pripomb
- sposobni organizirati, izvajati in nadzorovati globalne marketinške aktivnosti

- Understand the importance of choosing different international markets
- Learn about, compare and are able to develop company strategies for successful global business
- The ability to master marketing challenges in the global market
- Learn about and understand the development of digital marketing
- Develop collaborative and communication skills and accept and consider constructive criticism and comments
- The ability to organise, implement and monitor global marketing activities

Predvideni študijski rezultati:

Znanje in razumevanje:

Študent/-ka bo:

- Spoznal, prepoznal in obvladal osnovne pojme, dejavnike sprememb in temeljne razlike med lokalnim in globalnim marketingom
- Spoznal in obvladal analizo konkurenčnosti podjetja, panoge ali države ter konkurenčnih prednosti.
- Spoznal načine mednarodnega organiziranja podjetja in prepoznal znanja in veščine, potrebne za uspešno globalno udejstvovanje
- Spoznal in uporabljal merila za izbiro načina vstopa podjetja na globalne trge
- Razvil sposobnost načrtovanja, priprave in izvajanja dobičkonosnih globalnih marketinških aktivnosti

Intended learning outcomes:

Knowledge and understanding:

Študent/-ka bo:

- Learn about, recognise and master the basic concepts, change factors, and the main differences between local and global marketing
- Learn about and master the competitive analysis, branch or country analysis, and competitive advantages
- Learn about international organisation of business and recognise the skills and knowledge needed for successful global operations
- Learn about and use criteria for choosing how a business enters global markets
- Develop the ability to plan, prepare and implement profitable global marketing activities

Metode poučevanja in učenja:

Razlaga in diskusija na webinarjih
Multimedijske predstavitve
Študijski primeri (tiskani in video)
Delo v skupinah (seminarske naloge, projektno in timsko delo)
Delovanje na konkretnem praktičnem projektu v poslovnem okolju.
Individualno in timsko delo v BB

Learning and teaching methods:

Explanation and discussion at webinars
Multimedia presentations
Case studies (printed and video)
Group work (seminar papers, project work, and teamwork)
Work on a concrete practical example in the business environment
Individual and teamwork in BB

Načini ocenjevanja:

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt)

Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja

- krajši pisni izdelki
- daljši pisni izdelki
- pisni izpit

Končno preverjanje in ocenjevanje znanja

- Pisni izpit
- Seminarska naloga

Delež (v %) /

Weight (in %)

Assessment:

Type (examination, oral, coursework, project)

Continuous knowledge assessment

- Shorter written assignments
- Longer written assignments
- Onlin test

Final knowledge assessment

- Written exam
- Seminar paper

Reference nosilca / Lecturer's references:

- RIHTARŠIČ, Tanja. *Etično potrošništvo v mednarodnem poslovanju*. Škofja Loka: Študentska konferenca FREM'08, 20. 11. 2008. [COBISS.SI-ID [512779138](#)]
- RIHTARŠIČ, Tanja. *Etično potrošništvo v mednarodnem poslovanju - pravična trgovina*. V: *Znanje: teorija in praksa*. Koper: Fakulteta za management, 2008. Str. 387-395. [COBISS.SI-ID [512783746](#)]
- RIHTARŠIČ, Matjaž, RIHTARŠIČ, Tanja. Globalizacija i internacionalizacija poslovanja - strane direktne investicije u BiH. *Zbornik radova iz preduzetništva*. 2010, god. 3, str. 25-36, graf. prikazi. ISSN 1840-4006. [COBISS.SI-ID [512836226](#)]
- RIHTARŠIČ, Tanja. Management znanja, pogoj za poslovno uspešnost, poslovna uspešnost, pogoj za nova delovna mesta. V: PETKOVIĆ, Darko (ur.). *Zbornik radova : Techno-Educa 2010 : tema: Inovativnošću i kompetencijama do novih radnih mjesta = Proceedings : topic: innovation and competencies to new jobs*. Zenica: Univerzitet, Centar za inovativnost, 2010. Str. 99-105. [COBISS.SI-ID [512835970](#)]
- ARH, Tatjana. *Vstop nove blagovne znamke na slovenski trg*. Ljubljana: [T. Arh], 2010. 45 f., graf. prikazi. [COBISS.SI-ID [512800130](#)]
- RIHTARŠIČ, Matjaž, RIHTARŠIČ, Tanja, VIDIC, Franci. Analysis of country's attractiveness for direct foreign investment. V: ANTONČIČ, Boštjan (ur.). *Conference proceedings. Advances in Business-Related Scientific Research Conference - ABSRC 2013, Venice, Italy, March 20-22, 2013*. Piran: Gea College - Faculty of Entrepreneurship, 2013. Str. [1-11]. ISBN 978-961-269-957-4. [COBISS.SI-ID [513119362](#)]
- RIHTARŠIČ, Matjaž, RIHTARŠIČ, Tanja. Foreign direct investment : chance for growing. V: ZEČIĆ, Dževad (ur.). *Ekonomska politika i poslovanje malih i srednjih preduzeća : zbornik radova = Economic policy and small & medium enterprises : proceedings*. Zenica: Ekonomski fakultet, 2013. Str. 39-48. Zbornik radova iz preduzetništva, 2013. ISSN 1840-4006. [COBISS.SI-ID [513259394](#)]
- RIHTARŠIČ, Matjaž, RIHTARŠIČ, Tanja. Empirical analyses of CEE country attractiveness for foreign direct investment. V: CHODNICKA, Patrycja (ur.), KARKOWSKA, Renata (ur.), OLSZAK, Małgorzata (ur.). *Towards contemporary issues in the financial system*. Warsaw: Wydiał Zarządzania, 2014. Str. 121-135. ISBN 978-83-63962-74-6. [COBISS.SI-ID [513344898](#)]
- VUJANOVIĆ, Slađana. *Vstop nove blagovne znamke na slovenski trg*. Ljubljana: [S. Vujanović], 2014. 61 f., graf. prikazi. [COBISS.SI-ID [513334914](#)]
- BARANAŠIĆ, Uroš. *Strategija vstopa na srbski trg : podjetje Mikrocop, d. o. o.* Ljubljana: [U. Baranašić], 2015. 63 f., graf. prikazi. [COBISS.SI-ID [513376386](#)]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 16. 5. 2025

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Digitalni marketing
Course title:	Digital Marketing

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi – 1. bolonjska stopnja	/	2.	/
Marketing, social media and PR – 1 st cycle	/	2nd	/

Vrsta predmeta / Course typeFFF

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

DMA

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
45	45	0	0	0	135	9

Nosilec predmeta / Lecturer:

Domen Savič

Jeziki /

Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Temeljna znanja s področja marketinga.

Prerequisites:

Fundamental knowledge from the field of marketing.

Vsebina:

1. Uvod v E-marketing
2. Okolje E-marketinga
3. Poznavanje elektronskih trgov
4. Strateški E-marketing
5. E-marketing splet
6. Upravljanje odnosov s strankami
7. Nekatera področja uporabe E-marketinga

Content (Syllabus outline):

1. Introduction to e-marketing
2. The e-marketing environment
3. Knowledge of electronic markets
4. Strategic e-marketing
5. E-marketing mix
6. Customer relationship management
7. Individual application fields of e-marketing

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Herrman, J. (2019) We're Stuck With the Tech Giants. But They're Stuck With Each Other. The New York Times Magazine
- 9 Successful Digital Marketing Case Studies
- 20 best digital marketing case studies of 2018 to inspire in 2019
- How To Define A User Persona
- Megan Graham., 2019. Facebook launches new safety tools for advertisers as criticism continues over false political ads.
- Sean Cole., 2019. Three keys to Coca-Cola's success on social media
- Wordstream., 2019. Social Media Marketing for Businesses
- Sonia Gregory., 2019. 19 Important Digital Marketing Metrics for Measuring Success
- Tereza Litsa., 2018. How to measure a multi-channel marketing strategy
- Strategic Communication: How to Develop Strategic Messaging and Positioning
- How to Develop a Communication Strategy
- Ultimate Tool Kit: Free Communication Strategy Templates, Examples, and Expert Tips
- The Attention Economy
- The Attention Economy: Why do tech companies fight for our attention?
- The Attention Economy 2
- Attention Shoppers!

- The coronavirus, the attention economy and far-right junk news
- The production of information in the attention economy
- The Attention Economy and the Law

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- razumeli internet, splete in ostale tehnologije e-poslovanja
- razumeli porabnike in kupce v e-trženju
- poznali primarno in sekundarno raziskovanje v e-trženju
- znali ovrednotiti strategije upravljanja trženjskih odnosov pri uporabi e-tehnologij
- poznali pravne in etične vsebine, ki se nanašajo na internet in e-tehnologije
- znali izdelati e-trženjski načrt podjetja
- razvili spretnost vrednotenja in izvajanja trženjski načrtov z uporabo elektronskih medijev
- se usposobili za razumevanje analitičnega dela procesa planiranja elektronskega trženja
- si razvili prilagodljivost, iniciativnost, iznajdljivost in izvirnost

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- understand the Internet, web and other e-commerce technologies,
- understand consumers and buyers in e-marketing,
- understand primary and secondary research in e-marketing,
- ability to evaluate marketing relationship management strategies when using e-technologies,
- familiarity with the legal and ethical issues related to the Internet and e-technologies,
- ability to draw up an e-marketing plan for a company,
- develop the skills of evaluating and implementing marketing plans using electronic media,
- trained to understand the analytical part of the e-marketing planning process,
- develop flexibility, initiative, resourcefulness and originality.

Predvideni študijski rezultati:

Znanje in razumevanje:

Študent/-ka bo:

- spoznal pomen e-marketinga
- ugotovil možnosti in prednosti za razvoj e-marketinga
- spoznal obnašanje potrošnikov v kontekstu e-oblik poslovanja
- razumel ključne dejavnike za razvoj e-marketinga iz okolja
- seznanil se z upravljanjem znanj za potrebe e-marketinga
- pridobil znanja o uporabi baz podatkov in skladišč podatkov
- spoznal različne tehnološko pogojene pristope k e-marketingu
- razumel določanje strategije ciljnih trgov
- znal izvesti strateško analizo vključno z analizo povpraševanja, konkurence in posrednikov
- znal sprejemati odločitve s področja pozicioniranja
- spoznal prakso in koncepte določanja cen, prodajnih poti, komuniciranja in izdelka za elektronski marketing
- razumel pomen trženja na osnovi odnosov in njegove prednosti
- spoznal pristope k implementaciji CRM strategij
- spoznal integracijo spleta z drugimi oblikami neposrednega trženja
- spoznal e-trgovino na drobno
- seznanil se z novimi storitvami v e-marketingu
- spoznal pomen medorganizacijskega e-marketinga

Intended learning outcomes:

Knowledge and understanding:

The students will:

- learn about the importance of e-marketing,
- identify opportunities and advantages for the development of e-marketing,
- understand consumer behaviour in the context of e-commerce,
- understand the key environmental factors for the development of e-marketing,
- learn about knowledge management for e-marketing,
- acquire knowledge on the use of databases and data warehouses,
- learn about different technology-driven approaches to e-marketing,
- understand how to define a target market strategy,
- be able to carry out strategic analysis including analysis of demand, competition and agents,
- be able to make positioning decisions,
- understand the practice and concepts of pricing, sales channels, communication and product for e-marketing,
- understand the importance of relationship marketing and its benefits,
- understand approaches to implementing CRM strategies,
- understand the integration of the Internet with other forms of direct marketing,
- learn about e-retailing,
- learn about new services in e-marketing,

	learn about the importance of business-to-business e-marketing.
--	---

Metode poučevanja in učenja:

Learning and teaching methods:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)
Sodelovalno skupinsko delo: seminarske vaje (projektno delo, timsko delo)
Individualno delo: individualne aktivnosti (naloge, študij literature in virov, razvojno in raziskovalno delo, refleksija, samoocenjevanje, javni nastop, pisni izdelki)
Študij v virtualnem okolju: sodelovalne in individualne aktivnosti (naloge, forum, klepetalnica, študij gradiva)
Sodelovanje gostujočega predavatelja

Frontal instruction: lectures with active participation of students (explanation, discussion, problem-solving)
Collaborative teamwork: tutorial (project work, teamwork)
Individual work: individual activities (assignments, study of literature and resources, research and development work, reflection, self-assessment, public speaking, papers)
Studying in the virtual environment: collaborative and individual activities (assignments, forum, chat room, studying the material)
Visiting lecturer

Opređeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within the virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:	Delež (v %) / Weight (in %)	Assessment:
Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt):		Type (examination, oral, coursework, project):
<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Continuous knowledge assessment</u>
Krajši pisni izdelki	30 %	Shorter written assignments
Daljši pisni izdelki	70 %	Longer written assignments
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Final knowledge assessment</u>
Pisni izpit	60 %	Written exam
Seminarska naloga	40 %	Seminar paper

Reference nosilca / Lecturer's references:

- SAVIČ, Domen. Facebookov goreči smetnjak podatkov. *Monitor*. [Tiskana izd.]. dec. 2021, letn. 31, št. 12, str. 54-55, ilustr. ISSN 1318-1017. <https://www.monitor.si/clanek/facebookov-goreci-smetnjak-podatkov/212124/>. [COBISS.SI-ID 86135811]
- SAVIČ, Domen. Nova digitalna os zla. *Monitor*. [Tiskana izd.]. jun. 2018, letn. 28, št. 6, str. 28-33, ilustr. ISSN 1318-1017. [COBISS.SI-ID 4596680]
- SAVIČ, Domen. Podatkovno sužnjelastništvo. *Monitor*. [Tiskana izd.]. maj. 2018, letn. 28, št. 5, str. 32-33, ilustr. ISSN 1318-1017. [COBISS.SI-ID 4595912]
- SAVIČ, Domen. Črna kronika slovenske informacijske družbe. *Monitorpro : nove tehnologije za poslovni svet*. 2015, letn. 6, št. 4, str. 13-15, ilustr. ISSN 1855-9476. [COBISS.SI-ID 4060616]
- SAVIČ, Domen. Na senčni strani informacijskih tehnologij. *Monitorpro : nove tehnologije za poslovni svet*. 2015, [letn. 6], št. 2, str. 16-19, ilustr. ISSN 1855-9476. [COBISS.SI-ID 3988936]
- MARTINEC, Vesna (oseba, ki intervjuja), NOVAK, Luka (intervjuvanec), SAVIČ, Domen (intervjuvanec). *Direktiva o avtorskih pravicah na enotnem digitalnem trgu*. Ljubljana: Radiotelevizija Slovenija javni zavod, 2019. 1 spletni vir (1 zvočna datoteka (28 min, 13 sek)). Radijska tribuna. <https://4d.rtvsllo.si/arhiv/radijska-tribuna/174607797>. [COBISS.SI-ID 49716227]
- KALIN GOLOB, Monika (intervjuvanec), SAVIČ, Domen (intervjuvanec). *(Ne)kultura komuniciranja na spletu : [oddaja Turbulenca, TV Slovenija 1, 2. 12. 2015]*. [COBISS.SI-ID 33720925]
- SAVIČ, Domen (diskutant), VOBIČ, Igor (diskutant), BAGOLA, Aljoša (diskutant). *Socialna omrežja v politiki : radijska oddaja Studio ob 17h, RTV SLO, Radio Slovenija, 21.01.2013 ob 17:00*. Ljubljana, 2013. <http://tvslo.si/predvajaj/socialna-omrezja-v-politiki/ava2.156448071/>, <http://www.rtvsllo.si/radioprvi/novica/9735>. [COBISS.SI-ID 31801437]

- DOBRANIČ, Filip (diskutant), ŠARF, Pika (diskutant), KOREN OŠLJAK, Katja (diskutant), MASTEN, Aljoša (diskutant), SAVIČ, Domen (diskutant, avtor). *Informacijska družba : kje smo in kam gremo? : okrogla miza, Kreativni center Poligon, 1. 12. 2019, Ljubljana*. [COBISS.SI-ID 2180942]
- HREN, Tadej (diskutant), PAHOR, Marko (diskutant), ŠARF, Pika (diskutant), SAVIČ, Domen. *Kriptovalute, blockchain, zasebnost : okrogla miza v okviru dogodka Cryptoparty Slovenija, Kreativni center Poligon, 1. 3. 2018, Ljubljana*. [COBISS.SI-ID 2041678]
- STANČIČ, Zoran, GYÖRKÖS, József, BEŠTER, Janez, ŠPETIČ, Aleš, DOLENC, Franc, ZUPANČIČ, Dušan, SAVIČ, Domen, TURK, Marjan. *Vizija razvoja digitalne družbe : javni posvet Ministrstva za izobraževanje, znanost in šport ter Slovenskega internetnega foruma, 24. april, 2014. povezovalac Marjan Turk. 2014*. [COBISS.SI-ID 17808406]
- NOVAK, Saša (intervjuvanec), RATEJ, Maja (intervjuvanec), DACINGER, Renata (intervjuvanec). *Informacijska družba v medijih : intervju : okrogla miza Znanost v medijih, Center Poligon, Ljubljana : YouTube, San Bruno, 9. 2. 2016*. <http://www.drzavljan.si/4biti-informacijsko-druzbo-v-zobe/znanost-v-medijih/>. [COBISS.SI-ID 29284903]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 12. 7. 2022

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS	
Predmet:	Oglaševalske akcije
Course title:	Advertising Campaigns

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	2.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	2nd	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

OAK

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

Mojca Cvajdik

Jeziki /

Languages:

Predavanja / Lectures:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Temeljna znanje s področja marketinga, komuniciranja in medijev.

Prerequisites:

Fundamental knowledge from the field of marketing, communication and media.

Vsebina:

- temelji komuniciranja in komunikacijskih modelov v marketingu
- vloga oglaševanja v širšem družbenem kontekstu
- vloga in zakonitosti različnih medijev v oglaševanju
- preučevanje in analiza javnosti v oglaševalskem okolju
- analiza različnih medijskih učinkov v oglaševalskih akcijah
- etika oglaševanja, mehanizmov regulacije in samoregulacije oglaševanja

Content (Syllabus outline):

- Foundations of communication and communication models in marketing
- The role of advertising in the wider social context
- The role and patterns of different media in advertising
- The study and analysis of the public in the advertising environment
- Analysis of different media effects in advertising campaigns
- Ethics of advertising, mechanisms of regulation and self-regulation of advertising

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Albrecht G.M., Green M., Hoffman L. (2023). Principles of Marketing. Openstax. (Dostop: <https://openstax.org/details/books/principles-marketing>)
- Burnett J. (2011). Introducing Marketing. Global Text Project. (Dostop: <https://collection.bccampus.ca/textbooks/introducing-marketing-global-text-project-171/>)
- Cvajdik, M. (2024). Zbrane prosojnice webinarjev in kratkih posnetkov@Blackboard. Doba Fakulteta Oseli P. (2018). Vživite se v svojega kupca. Mladi podjetnik. (Dostop: <https://mladipodjetnik.si/podjetniski-koticek/ustanovitev-podjetja/user-persona-vzivite-se-v-svojega-kupca>)
- Pranjič K. (2029). Znete li tko je vaša ciljana persona - te kako je definirati (Dostop: <https://www.cx.hr/korisnicko-iskustvo/znete-li-tko-je-vasa-ciljana-persona-te-kako-je-definirati/>)
- Sinovčič D., (2022). Kako napisati kvalitetan i jasan brief za marketinške agencije. (Dostop: <https://tockanai.hr/poduzetnik/edukacija/kako-napisati-kvalitetan-i-jasan-brief-za-marketinske-agencije-57839/>)

- Vodik., (2020). Kako do popolnega marketinškega brifa. (Dostop: <https://www.vodik-marketing.si/kako-do-popolnega-marketinskega-briefa/>)
- Vukasović T., Söke H. (2016). Izhodišča za pripravo spletne oglaševalske akcije, Doba Fakulteta. (Dostop: <https://journal.doba.si/ojs/index.php/jimb/article/view/79/94>)

Cilji in kompetence:

- Študent bo znal identificirati in opisati različne tipe in metode oglaševalskih akcij.
- Študent bo znal učinkovito določiti ciljno skupino za določen izdelek ali storitev.
- Študent bo razumel in znal opisati ključne elemente učinkovitega oglaševalskega brifa.
- Študent bo znal formulirati jasne in merljive cilje oglaševalske akcije.
- Študent bo znal ustvariti ustrezno sporočilo oglaševalske akcije, ki odraža postavljene cilje.
- Študent bo znal izbrati ton komunikacije, ki je primeren za izbrano ciljno skupino.
- Študent bo znal izbrati in utemeljiti izbor primernih oglaševalskih sredstev.
- Študent bo znal izbrati in utemeljiti izbor ustreznih komunikacijskih kanalov.
- Študent bo sposoben samostojno razviti in predstaviti komunikacijski načrt za oglaševalsko akcijo.

Predvideni študijski rezultati:

Učni izid:

Po uspešnem zaključku predmeta Oglaševalske akcije bo študent sposoben samostojno načrtovati, oblikovati in implementirati učinkovito oglaševalsko kampanjo, ki temelji na razumevanju različnih oglaševalskih strategij, ciljnih skupin in komunikacijskih kanalov. Študent bo znal analizirati tržne potrebe, določiti cilje oglaševalske akcije, razviti ustrezno sporočilo in izbrati optimalne medije za njegovo širjenje, pri tem pa upoštevati etične in pravne okvire oglaševanja. Prav tako bo sposoben kritično oceniti učinkovitost oglaševalske akcije in predlagati izboljšave za prihodnje projekte.

Študent bo s pridobljenim znanjem lahko samostojno pripravil ali pa tesno sodelovali in usmerjal delo oglaševalske agencije, ko bo v podjetju šlo za pripravo in izvedbo oglaševalskih aktivnosti.

Objectives and competences:

- The student will be able to identify and describe different types and methods of advertising campaigns.
- The student will be able to effectively determine the target audience for a specific product or service.
- The student will understand and be able to describe the key elements of an effective advertising brief.
- The student will be able to formulate clear and measurable objectives for an advertising campaign.
- The student will be able to create an appropriate message for the advertising campaign that reflects the set goals.
- The student will be able to choose a tone of communication that is suitable for the selected target group.
- The student will be able to select and justify the choice of appropriate advertising media.
- The student will be able to select and justify the choice of appropriate communication channels.
- The student will be capable of independently developing and presenting a communication plan for an advertising campaign.

Intended learning outcomes:

Learning Outcome:

Upon successful completion of the course Advertising Campaigns, the student will be capable of independently planning, designing, and implementing an effective advertising campaign based on an understanding of various advertising strategies, target groups, and communication channels. The student will be able to analyze market needs, set advertising campaign objectives, develop an appropriate message, and select the optimal media for its dissemination, while considering the ethical and legal frameworks of advertising. Additionally, the student will be able to critically evaluate the effectiveness of the advertising campaign and suggest improvements for future projects.

With the acquired knowledge, the student will be able to independently prepare or closely collaborate and guide the work of an advertising agency when it comes to the preparation and execution of advertising activities in a company.

Metode poučevanja in učenja:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)
Sodelovalno skupinsko delo: seminarske vaje (projektno delo, timsko delo)
Individualno delo: individualne aktivnosti (naloge, študij literature in virov, razvojno in raziskovalno delo, refleksija, samoocenjevanje, javni nastop, pisni izdelki)
Študij v virtualnem okolju: sodelovalne in individualne aktivnosti (naloge, forum, klepetalnica, študij gradiva)
Sodelovanje gostujočega predavatelja: Opredeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

Learning and teaching methods:

Frontal instruction: lectures with active participation of students (explanation, discussion, problem-solving)
Collaborative teamwork: tutorial (project work, teamwork)
Individual work: individual activities (assignments, study of literature and resources, research and development work, reflection, self-assessment, public speaking, papers)
Studying in the virtual environment: collaborative and individual activities (assignments, forum, chat room, studying the material)
Visiting lecturer: The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within the virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Continuous knowledge assessment</u>
- individualni pisni izdelek - timski pisni izdelki	25% 75%	- individual written works - team written assignment
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Final knowledge assessment</u>
- individualni pisni izdelek - online izpit	50% 50%	- individual written work - online exam

Reference nosilca / Lecturer's references:

Cvajdik, M. (2002). *Otroci kot pomemben segment porabnikov: diplomsko delo*. [M. Cvajdik]

Svojo karierno pot je začela leta 2000 v podjetju Henkel Slovenija na oddelku marketinga, kjer je delovala kot Brand manager ter Category manager za blagovne znamke Fa, Schauma, Vademecum, Gliss Kur, Schwarzkopf, Solea in druge. Leta 2012 se je zaposlila v podjetju Paloma, kjer je ustvarila številne zgodbe uspešnih izdelkov iz papirja. V letu 2007 je stopila na samostojno podjetniško pot, kot svetovalka na področju strateškega marketinga za različna podjetja, kar počne še danes.

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 10. 5. 2024

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS¹

Predmet:	Strategije družbenih medijev in marketing
Course title:	Social Media Strategies and Marketing

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi – 1. bolonjska stopnja	/	3.	/
Marketing, Social media and Public relations - 1st cycle	/	3rd	/

Vrsta predmeta / Course type Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code: SDM

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer: Mateja Planjšek Kristanič

Jeziki / Predavanja / Lectures: Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian
Language: Vaje / Tutorial: Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

/

Prerequisites:

/

Vsebina:

- Zgodovina, razvoj in značilnosti družbenih medijev
- Glavni akterji na področju družbenih medijev in njihov vpliv na družbo
- Koncepti trženja preko družbenih medijev
- Praktična uporaba družbenih medijev v trženjske namene
- Vključevanje družbenih medijev v sodobni marketinški spletni koncept
- Analitika in merjenje učinkovitosti trženja preko družbenih medijev
- Priprava vsebinskega nastopa na družbenih omrežjih
- Priprava strategije nastopa na družbenih medijih

Content (Syllabus outline):

- History, development, and characteristics of social media
- The main actors in the field of social media and their impact on society
- Social media marketing concepts
- Practical use of social media for marketing purposes
- Integrating social media into the modern marketing mix
- Analytics and measuring the effectiveness of marketing through social media
- Preparation of content for social media
- Preparation of social media strategies

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Mateja P. Kristanič. (2023) Gradivo za predmet Strategije družbenih medijev in marketing. DOBA Fakulteta
- We're all connected: The power of the social media ecosystem.
- Facebook blog: <https://newsroom.fb.com/>
- Twitter blog: https://blog.twitter.com/official/en_us.html
- Instagram blog: <https://business.instagram.com/blog>
- YouTube blog: <http://youtube-global.blogspot.com/>
- TikTok blog: <https://www.tiktok.com/business/en/blog>
- LinkedIn blog: <https://blog.linkedin.com/>

Cilji in kompetence:

Objectives and competences:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- poznavanje zgodovine in razvoja družbenih medijev, njihovo vlogo v sodobni družbi in marketinškem spletu;
- poznavanje aktualnih trendov na področju družbenih omrežij;
- sposobnost analiziranja družbenih omrežij, kot so Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok, YouTube ...;
- razumevanje, kako prek omenjenih skupnosti povečati prepoznavnost blagovne znamke, pospešiti prodajo, ustvariti nove prodajne in komunikacijske kanale ter vključiti kupce v oblikovanje blagovne znamke;
- sposobnost samostojne uporabe orodij za analizo družbenih medijev in pripravo strategije nastopa na družbenih medijih;
- sposobnost analize komunikacijskih kanalov, konkurence in dogajanja na družbenih medijih;
- sposobnost vzpostavitve metrike za merjenje učinkovitosti družbenih medijev;
- sposobnost analize učinkovitosti družbenih medijev;
- razumevanje vključevanja družbenih medijev v sodobne trženske procese;
- sposobnost vodenja skupnosti na družbenih medijih.

Predvideni študijski rezultati:

Po zaključku tega predmeta bo študent sposoben:

- razumeti vpletenosti družbenih medijev v življenje potrošnikov;
- samostojno pripraviti strateški nastop blagovne znamke na družbenih medijih;
- samostojno pripraviti vsebinski nastop blagovne znamke na družbenih omrežjih;
- voditi komunikacijo na družbenih medijih;
- samostojno voditi napredno Facebook, Instagram, LinkedIn in YouTube oglaševanje, vključno z vzpostavitvijo in analizo spletnih metrik.

Metode poučevanja in učenja:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)

Sodelovalno delo: projektno delo, timsko delo, delo v virtualnem učnem okolju

Individualno delo: naloge, študij literature in virov, razvojno in raziskovalno delo, refleksija, samoocenjevanje, javni nastop, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju

Sodelovanje gostujočega predavatelja

Opredeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

Students will acquire the following general and subject-specific competencies in the course:

- Knowledge of the history and development of social media, their role in modern society and the marketing mix;
- Knowledge of current trends in the field of social networks;
- Ability to analyze social networks such as Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok, YouTube, etc.;
- Understanding how to increase brand awareness, accelerate sales, create new sales and communication channels, and involve customers in brand design through these communities;
- Ability to independently use tools for the analysis of social media and the preparation of a strategy for appearing on social media;
- Ability to analyze communication channels, competition and events on social media;
- Ability to establish metrics to measure the effectiveness of social media;
- Ability to analyze the effectiveness of social media;
- Understanding the involvement of social media in modern marketing processes;
- Ability to develop a community on social media.

Intended learning outcomes:

Upon completion of this course, the student will be able to:

- Understand the involvement of social media in the lives of consumers;
- Independently prepare a strategic plan of brand placement on social media;
- Independently prepare content/brand appearance on digital social platforms;
- Manage communication on social media;
- Independently manage advanced Facebook, Instagram, LinkedIn and YouTube advertising, including the establishment and analysis of web metrics.

Learning and teaching methods:

Frontal instruction: lectures with active participation of students (explanation, discussion, problem-solving)

Collaborative group work: project work, teamwork, work in the virtual learning environment

Individual work: assignments, study of literature and resources, research and development work, reflection, self-assessment, public speaking, papers, work in the virtual learning environment

Visiting lecturer

The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within the virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja:</u> • krajši pisni izdelki • daljši pisni izdelki	65 % 35 %	<u>Continuous knowledge assessment:</u> • Shorter written assignments • Longer written assignments
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja:</u> • pisni izpit	100 %	<u>Final knowledge assessment:</u> • Written exam

Reference nosilca / Lecturer's references:

2017 London School of Public Relation – mednarodno certificirana diploma
2018-2019 Direktorica projektov v oglaševalski agenciji Medijski guruji
2020 Upravljaec družbenih omrežij
2020 - Urednica in lastnica spletnega portala VIBE247.Net

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Nevromarketing
Course title:	Neuromarketing

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	3.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	3rd	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

NMA

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	/	/	/	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

dr. Anida Rajapakse

Jeziki /
Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:
Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

/

Prerequisites:

/

Vsebina:

1. Osnove in temeljna načela nevromarketinga in kognitivne nevroznanosti
2. Zaznavni, spoznavni in emocionalni procesi, ki vplivajo na odločitve in nakupno vedenje potrošnikov (racionalni vs. intuitivni procesi, zavestni vs. nezavedni procesi, ključni sistemi/mehanizmi v možganih, ki so povezani z zaznavanjem, presojanjem in odločanjem potrošnikov)
3. Orodja in tehnike za raziskovanje in merjenje odzivov potrošnikov na dražljaje (eye-tracking, EEG, fMRI itd.)
4. Primerjava raziskovalnih orodij in tehnik kognitivne nevroznanosti s klasičnimi orodji in tehnikami trženjskega raziskovanja (ankete, intervjuji, fokusne skupine)
5. Uporaba spoznanj kognitivne nevroznanosti v marketingu (razvoj embalaže in pozicioniranje izdelkov v trgovini, priprava učinkovitih oglasov in sporočil, razvoj novih izdelkov itd.)
6. Nevromarketing in etika

Content (Syllabus outline):

1. Foundations and basic principles of neuromarketing and cognitive neuroscience
2. Perceptual, cognitive and emotional processes that influence consumer decisions and behaviour (rational vs. irrational processes, conscious vs. unconscious processes, key systems/mechanisms of the human brain related to consumer perception, judgement and decision making)
3. Tools and techniques for research and measurement of consumer responses to stimuli (eye-tracking, EEG, fMRI etc.)
4. The comparison of tools and techniques used in the discipline of cognitive neuroscience with the classical tools and techniques of market research (surveys, interviews, focus group discussions)
5. The application of the findings of cognitive neuroscience in the field of marketing (packaging, shelf-display, setting-up efficient advertisements and messages, development of new products etc.)
6. Neuromarketing and ethics

Temeljni literatura in viri / Readings:
Knjige

- Krajina, A. (2018) Interpretation of online consumer behaviour from the consumer neuroscience perspective - cross generational study. Brno: MUNI Press.
- Piórkowska, M, Wrobel, M. (2017) 'Basic Emotions', in Zeigler-Hill, V. and Shackelford, T. (eds.) Encyclopedia of Personality and Individual Differences. Springer International Publishing.

Žurnali

- Sadedil, S., Bozkurt, I., Uraltas, K., Tas, C., (2016) 'Comparison of Conventional Marketing Researches and Neuromarketing Researches in Regard to the Efficiency of Marketing Messages: "The Effects of Dissuasive Messages on the Cigarette Packages to Smoking Habits"', The Journal of Neurobehavioral Sciences, 3(3), pp. 101 – 109.
- Gani, M. O., Reza, Sh., Rabi, R., Reza, Sm., (2015) 'Neuromarketing: Methodologies of Marketing Science',
- Krajina, A., Husić-Mehmedović, M. and Koštrebić, K. (2021) 'Can You See How it Smells? What Eye Tracking Can Tell us about the Shelf Management of Luxury Perfumes', South East European Journal of Economics and Business, 16(1), pp. 93 – 106.

Spletni članki

- Dooley, R. (2005) *What is 'neuromarketing'? A discussion and agenda for future research.*
- The Science of Persuasion. (nn) *Neuromarketing vs. Traditional Market Research: Less Bias, More Insight.*
- iMotions. (2017) *Facial Expression Analysis: The Complete Pocket Guide.*

Cilji in kompetence:

- Celovito razumevanje procesov, dejavnikov in mehanizmov, ki vplivajo na zaznavanje, presojanje, doživljanje in vedenje potrošnikov
- Analiza in argumentacija različnih pristopov za merjenje in napovedovanje zaznavanja, presojanja, doživljanja in vedenja potrošnikov
- Poznavanje temeljnih orodij/tehnik merjenja nevrofiziološke aktivnosti in evalvacija potenciala teh orodij kot podlage za sprejemanje poslovnih odločitev na področju marketinga
- Sposobnost uporabe in kritične refleksije spoznanj kognitivne nevroznanosti pri načrtovanju in vrednotenju marketinških projektov
- Razumevanje pomena informacijskih tehnologij in njihove uporabe za uresničevanje marketinških ciljev
- Sposobnost kritične presoje in sinteze spoznanj različnih disciplin za sprejemanje marketinških odločitev

Predvideni študijski rezultati:

Znanje in razumevanje:

Po opravljenem predmetu bo študent:

- poznal zaznavne, spoznavne in emocionalne procese ter mehanizme in razumel njihovo vlogo pri sprejemanju nakupnih odločitev;
- poznal temeljne principe/spoznanja nevromarketinga o odzivanju možganov na marketinške dražljaje ter o vplivanju na potrošnike;
- razumel razlike/podobnosti ter prednosti/pomanjkljivosti uporabe klasičnih orodij trženjskega raziskovanja in sodobnih raziskovalnih orodij kognitivne nevroznanosti za potrebe marketinga;
- znal načrtovati in argumentirati izbiro klasičnih in sodobnih raziskovalnih orodij za potrebe obravnave konkretnega marketinškega izziva;
- razumel etične dileme nevromarketinga.

Objectives and competences:

- Holistic understanding of the processes, factors and mechanisms that influence consumer perception, judgement, feelings and behaviour
- Analysis and argumentation of various approaches for measuring and predicting consumer perception, judgement, feelings and behaviour
- Being familiar with the basic tools/techniques for measuring neurophysiological activity and being able to evaluate these tools as a foundation for business decisions in the field of marketing
- Being able to apply and critically reflect on the findings of cognitive neuroscience while planning and evaluating marketing projects
- Understanding the role of information technologies and their use in the process of achieving the marketing goals
- Being able to critically evaluate and synthesize the findings from various disciplines for marketing decisions

Intended learning outcomes:

Knowledge and understanding:

After the course the student will:

- recognise perceptual, cognitive and emotional processes and mechanisms and understand their role for making consumer decisions;
- recognise the basic principles/findings of neuromarketing regarding the brain's responses to various marketing stimuli and regarding the influence on consumers;
- understand the similarities/differences and advantages/disadvantages of using classical market research tools and the contemporary research tools of cognitive neuroscience for the purpose of marketing;
- be able to plan and defend the choice of classical and contemporary research tools for the purpose of solving particular marketing challenge;
- understand the ethical dilemmas of neuromarketing.

Metode poučevanja in učenja:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)
Timsko delo: timsko delo v virtualnem učnem okolju, sovrstniška evaluacija
Individualno delo: naloge, študij literature in virov, pisni izdelki, delo v virtualnem učnem okolju
Sodelovanje gostujočega predavatelja

Learning and teaching methods:

Frontal lectures: virtual lectures with active involvement of students (explanations, discussion, solving practical examples)
Team work: team work in virtual learning environment, peer evaluation
Individual work: assignments, literature review and in-depth study, written papers, usage of virtual learning environment
Quest lecturer

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Continuous knowledge assessment</u>
▪ Krajši pisni izdelki	60 %	▪ Shorter written assignments
▪ Daljši pisni izdelki	40 %	▪ Longer written assignments
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Final knowledge assessment</u>
▪ Pisni izpit	60 %	▪ Written exam
▪ Projektna naloga	40 %	▪ Project assignment

Reference nosilca / Lecturer's references:

- MLADENOVIC, Dušan, RAJAPAKSE, Anida. Knowledge sharing on social media: state of the art in 2018. *Journal of business economics and management*. 2020, vol. 21, iss. 1, str. 44–63, ilustr. ISSN 2029-4433. <https://journals.vilniustech.lt/index.php/JBEM/article/view/11407/9451>, DOI: [0.3846/jbem.2019.11407](https://doi.org/10.3846/jbem.2019.11407). [COBISS.SI-ID [145433859](https://cobiss.si/145433859)]
- MLADENOVIC, Dušan, RAJAPAKSE, Anida, MILOJEVIC, Ivana. Motives for writing online reviews in post-vacation phase. *International journal of culture, tourism and hospitality research*. 2019, vol. 13, iss. 2, str. 244-256, ilustr. ISSN 1750-6182. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCTHR-12-2018-0169/full/pdf?title=motives-for-writing-online-reviews-in-post-vacation-phase>, DOI: [10.1108/IJCTHR-12-2018-0169](https://doi.org/10.1108/IJCTHR-12-2018-0169). [COBISS.SI-ID [145446915](https://cobiss.si/145446915)]
- RAJAPAKSE, Anida. From the attention to the recall : looking behind online consumer response. *Behaviour & information technology*. 2022, vol. 41, iss. 16, str. 3399-3414, ilustr. ISSN 1362-3001. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0144929X.2021.1988146>, DOI: [10.1080/0144929X.2021.1988146](https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1988146). [COBISS.SI-ID [144755459](https://cobiss.si/144755459)]
- RAJAPAKSE, Anida, HUSIC-MEHMEDOVIC, Melika, KOŠTREBIĆ, Kemal. Can you see how it smells? : what eye tracking can tell us about the shelf management of luxury perfumes. *South East European journal of economics and business*. 2021, vol. 16, iss. 1, str. 93-106, ilustr. ISSN 2233-1999. <https://sciendoc.com/article/10.2478/jeb-2021-0008>, DOI: [10.2478/jeb-2021-0008](https://doi.org/10.2478/jeb-2021-0008). [COBISS.SI-ID [144765699](https://cobiss.si/144765699)]
- RAJAPAKSE, Anida. *Interpretation of online consumer behaviour from the consumer neuroscience perspective : cross generational study*. 1st ed. Brno: Masarykova univerzita, 2019. 1 spletni vir (1 datoteka PDF (190 str.)), ilustr. ISBN 978-80-210-9110-8. <https://munispace.muni.cz/library/catalog/view/1157/3347/862-1/0#preview>, <https://doi.org/10.5817/CZ.MUNI.M210-9110-2018>, DOI: [10.5817/CZ.MUNI.M210-9110-2018](https://doi.org/10.5817/CZ.MUNI.M210-9110-2018). [COBISS.SI-ID [144662019](https://cobiss.si/144662019)]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 2. 4. 2024

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Ustvarjanje vsebin in pripovedovanje zgodb
Course title:	Content Creation and Storytelling

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi – 1. bolonjska stopnja	/	3.	/
Marketing, social media and PR – 1 st cycle	/	3rd	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

UPZ

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	40	0	0	0	90	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

Maruša Grah

Jeziki /

Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

/

Prerequisites:

Vsebina:

- Osnove sporočanja
 - Koncepti in veščine (jezikovnega, vizualnega in poslovnega) komuniciranja
 - Vrste poslovnega komuniciranja (ustno in pisno poslovno ter neverbalno; interno, tržno, krizno in komuniciranje z javnostmi ter mediji)
 - Etika, kultura in estetika v poslovnem komuniciranju
 - Upravljanje z ugledom
 - Na vajah spoznano prakticirajo
- Osnove kreativnosti
 - Opredelitve ustvarjalnosti (kot način mišljenja, kot osebnostna lastnost, kot sposobnost, kot vedenje...)
 - Faze ustvarjalnega procesa (preparacija, inkubacija, iluminacija, verifikacija)
 - Vrste mišljenja, povezane z ustvarjalnostjo (konvergentno-divergentno, racionalno-iracionalno, realistično-domišljjsko, abstraktno-konkretno, analitično-sintetično...)
 - Vpliv drugih duševnih procesov in lastnosti na ustvarjalnost (čustev, motivov, inteligentnosti, učenja, kognitivnega stila, vrednot, prepričanj, verovanj, stereotipov...)

Content (Syllabus outline):

- Fundamentals of communication
 - Concepts and skills of (linguistic, visual and business) communication
 - Types of business communication (oral and written business and non-verbal communication; internal, marketing, crisis communication and communication with the public and the media)
 - Ethics, culture and aesthetics in business communication
 - Reputation management
 - Application of the learned content on practical examples
- Fundamentals of creativity
 - Definitions of creativity (as a way of thinking, as a personality trait, as a skill, as a behaviour, etc.)
 - Phases of the creative process (preparation, incubation, illumination, verification)
 - Types of thinking related to creativity (convergent-divergent, rational-irrational, realistic-imaginative, abstract-concrete, analytical-synthetic, etc.)
 - Influence of other mental processes and traits on creativity (emotions, motives, intelligence, etc.)

e. Prakticiranje kreativnega mišljenja 3. Kreativno sporočanje a. Pripovedovanje zgodb kot najučinkovitejša metoda kreativnega sporočanja b. Uporaba kreativnega sporočanja v načrtovanju, razvijanju, uporabi in vrednotenju kreativnih strategij za uporabo v različnih medijih c. Oglaševanje in publiciteta kot najpogostejša uporabnika kreativnega sporočanja d. Uporaba različnih vizualnih in pisnih sredstev glede na slog, ciljno skupino, posamezen medij, funkcijo, kategorijo... e. Primeri najboljših domačih in mednarodnih praks kot vir inspiracije	learning, cognitive style, values, beliefs, convictions, stereotypes, etc.) e. Practising creative thinking 3. Creative communication a. Storytelling as the most effective method of creative communication b. Applying creative communication to the planning, development, application and evaluation of creative strategies for use in different media c. Advertising and publicity as the most frequent users of creative communication d. Use of different visual and written media according to style, target audience, specific medium, function, category, etc. e. Examples of national and international best practices as a source of inspiration
---	--

Temeljni literatura in viri / Readings:

1. Digital Marketing Institute, 2022: What Is Inbound Marketing? Dostopno na: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/what-is-inbound-marketing>
2. Marketing Insider Group, 2022: What is Content Marketing, Really? Dostopno na: <https://marketinginsidergroup.com/content-marketing/what-is-content-marketing/>. [Dostopano: 16.8.2023]
3. HubSpot, 2020: Business Strategy: Transforming Funnels to Flywheels to Grow Better. Dostopno na: <https://www.youtube.com/watch?v=-rFDImjglo0>.
4. HubSpot: The Flywheel. How the flywheel drives business growth and customer delight. Dostopno na: <https://www.hubspot.com/flywheel>. [Dostopano: 16.8.2023]
5. Grah.M., 2023. Slide deck Webinar 1.
6. Hbr.org, 2014: The Irresistible Power of Storytelling as a Strategic Business Tool. Dostopno na: <https://hbr.org/2014/03/the-irresistible-power-of-storytelling-as-a-strategic-business-tool>. [Dostopano: 16.8.2023]
7. Greater Good, Berkeley, 2013: How Stories Change the Brain. Dostopno na: https://greatergood.berkeley.edu/article/item/how_stories_change_brain. [Dostopano: 16.8.2023]
8. Maestro, 2021: The Neurobiology of Why Your Learner's Brain Responds to Great Storytelling. Dostopno na: <https://maestrolearning.com/blogs/how-your-brain-responds-to-great-storytelling/>. [Dostopano: 16.8.2023]
9. TEDx, 2017. The magical science of storytelling | David JP Phillips | TEDxStockholm. Dostopno na: <https://youtu.be/Nj-hdQMa3uA>.
10. Kurt Vonnegut on the Shapes of Stories. Dostopno na: <https://www.youtube.com/watch?v=9-84vuR1f90>.
11. Bbc.com, 2018: Every story in the world has one of these six basic plots. Dostopno na <https://www.bbc.com/culture/article/20180525-every-story-in-the-world-has-one-of-these-six-basic-plots>.
12. Grah.M., 2023. Slide deck Webinar 2.
13. TED-Ed. What makes a hero? - Matthew Winkler. Dostopno na: <https://www.youtube.com/watch?v=Hhk4N9A0oCA>.
14. Socialmediaexaminer.com, 2019: Creating Stories That Stick: How Marketers Can Win With Story. Dostopno na: <https://www.socialmediaexaminer.com/creating-stories-that-stick-how-marketers-can-win-with-story-kindra-hall/>. [Dostopano: 16.8.2023]
15. Grah.M., 2023. Slide deck Webinar 3.
16. Dreamit, 2021: The SECRET Ingredient to The PERFECT PITCH: How to tell a compelling STORY | Dose 035. Dostopno na: <https://www.youtube.com/watch?v=p9yinbA2b4g>.
17. Simon Sinek: How great leaders inspire action. Dostopno na: <https://www.youtube.com/watch?v=7zFeuSagktM>.
18. Grah.M., 2023. Slide deck Webinar 4.

Cilji in kompetence:

Študentje bodo pridobili pri predmetu naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- razumeli teoretične koncepte poteka komuniciranja
- razumeli teoretične koncepte kreativnega razmišljanja
- sposobni kritične refleksije in vrednotenja primerov dobre, kreativne prakse
- obvladali trženske komunikacije na drugačen, izstopajoč, ustvarjalen način
- sposobni konceptualiziranja komunikacijskih izzivov podjetja
- znali uporabiti nekatere tehnike, metode, postopke, procese za vzpodbujanja kreativnosti
- sposobni prepoznavanja trendov v komuniciranju
- razvili osebne in medosebne kompetence za vzpodbujanje ustvarjalnega sporočanja v vsakdanji službeni praksi
- razvili sposobnosti za timsko delo

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka bo:

- spoznal in razumel bo osnovne pojme in izbrane teorije na glavnih področjih (jezikovnega, vizualnega in poslovnega) komuniciranja in komuniciranja z javnostmi
- obvladal potek in namen posameznih vrst sporočanja ter spoznal kulturo in etiko komuniciranja
- spoznal in razumel osnovne pojme in izbrane teorije na glavnih področjih kreativnega razmišljanja
- spoznal faze ustvarjalnega procesa
- spoznal vrste mišljenja, povezane z ustvarjalnostjo
- spoznal in razumel pomen in potek ustvarjanja in pripovedovanja zgodb
- spoznal pomen in potek kreativne strategije od načrta do izvedbe in nadzora ter ga znal uporabljati
- spoznal in znal uporabljati osnove oglaševanja in odnosov z mediji (publicitete)
- spoznal in razumel posamezna sredstva komuniciranja, slog komuniciranja, medij komuniciranja
- spoznal, kaj delajo najboljši na svojem področju
- znal oblikovati različna besedila
- znal uporabljati sredstva za oblikovanje oglasnih besedil
- razumel in znal uporabljati razmerja med jezikovnimi in nejezikovnimi sredstvi v oglasnih besedilih
- poznal tipe oglasnih besedil
- znal oblikovati oglasna besedila

Objectives and competences:

During the course, students develop the following general and subject-specific competencies:

- understanding of the theoretical concepts of communication,
- understanding of the theoretical concepts of creative thinking,
- ability to critically reflect on and evaluate examples of good, creative practice,
- mastery of marketing communication in a different, distinctive, creative way,
- ability to conceptualise corporate communication challenges,
- ability to apply certain techniques, methods, procedures, processes to encourage creativity,
- ability to identify trends in communication,
- develop personal and interpersonal competencies to facilitate creative communication in everyday working practice,
- develop teamwork skills.

Intended learning outcomes:

The students will:

- know and understand the basic concepts and selected theories in the main areas of (linguistic, visual and business) communication and public relations,
- master the process and purpose of individual types of communication and learn about the culture and ethics of communication,
- know and understand the basic concepts and selected theories in the main areas of creative thinking,
- understand the stages of the creative process,
- learn about the types of thinking associated with creativity,
- know and understand the importance and process of creativity and storytelling,
- learn about the importance and process of creative strategy from plan to execution and control and be able to use it,
- know and be able to apply the basics of advertising and media relations (publicity),
- know and understand the different means of communication, communication styles, the medium of communication,
- understand what the best in their field do,
- be able to produce a variety of texts,
- know how to use the tools for designing advertising texts,
- understand and be able to use the relationship between linguistic and non-linguistic means in advertising texts,
- know the types of advertising texts,
- know how to format advertising texts.

Metode poučevanja in učenja:

Frontalno delo: predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, reševanje primerov)
Sodelovalno skupinsko delo: seminarske vaje (projektno delo, timsko delo)
Individualno delo: individualne aktivnosti (naloge, študij literature in virov, razvojno in raziskovalno delo, refleksija, samoocenjevanje, javni nastop, pisni izdelki)
Študij v virtualnem okolju: sodelovalne in individualne aktivnosti (naloge, forum, klepetalnica, študij gradiva)
Sodelovanje gostujočega predavatelja
 Opredeljene metode poučevanja in učenja so pri študiju na daljavo ustrezno podprte s sodobnimi informacijsko-komunikacijskimi orodji in dopolnjene z učinkovitimi pristopi poučevanja in učenja v virtualnem učnem okolju.

Learning and teaching methods:

Frontal instruction: lectures with active participation of students (explanation, discussion, problem-solving)
Collaborative teamwork: tutorial (project work, teamwork)
Individual work: individual activities (assignments, study of literature and resources, research and development work, reflection, self-assessment, public speaking, papers)
Studying in the virtual environment: collaborative and individual activities (assignments, forum, chat room, studying the material)
Visiting lecturer
 The teaching and learning methods that are employed in distance learning are supported by modern information and communication tools and supplemented with effective teaching and learning approaches within the virtual learning environment.

Načini ocenjevanja:

Delež (v %) /
Weight (in %)

Assessment:

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt):	Delež (v %) / Weight (in %)	Type (examination, oral, coursework, project):
<u>Sprotno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Continuous knowledge assessment</u>
Krajši pisni izdelki	25 %	Shorter written assignments
Daljši pisni izdelki	55 %	Longer written assignments
Test	20 %	Test
<u>Končno preverjanje in ocenjevanje znanja</u>		<u>Final knowledge assessment</u>
Pisni izpit	50 %	Written exam
Seminarska naloga	50 %	Seminar paper

Reference nosilca / Lecturer's references:

- JONSSON, Monica (intervjuvanec). Ali je coaching lahko izhod v krizi. *HRM : strokovna revija za ravnanje z ljudmi pri delu*. jun. 2009, letn. 7, št. 29, str. 72-74. ISSN 1581-7628. [COBISS.SI-ID 39957346]
- GRAH, Maruša. *Regionalizacija kot trženjska strategija ohranjanja globalne identitete blagovne znamke na primeru glasbene televizije MTV : diplomsko delo*. Ljubljana: [M. Grah], 2005. 76 f., graf. prik. <http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Grah-Marusa.PDF>, <https://repozitorij.uni-lj.si/IzpisGradiva.php?id=7861>. [COBISS.SI-ID 24391005]
- Je članica Upravnega odbora in vodja B2B središča pri Društvu za marketing Slovenije, krovni strokovni organizaciji za marketing v Sloveniji. Poganja jo inherentna prepletenost marketinškega arzenala ter človeškega potenciala. Kot direktorica marketinga je delovala v visokotehnoloških B2B okoljih in regionalnih medijskih podjetjih, kot marketinški taktik pa tako v zagonskih podjetjih kot srednje velikih in večjih organizacijah. Trenutno razvija vrednost produkta e2grow, celovitega ogrodja za izgradnjo vzdržnih navad visoko učinkovitih ekip. Skoraj 9 let je vodila področje strateškega marketinga pri Syrii digital marketplaces (del avstrijske medijske skupine Styria Media Group), kjer je skrbela za dve od najbolj prepoznanih domačih digitalnih blagovnih znamk bolha.com in MojeDelo.com.

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 10. 5. 2024

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet: Praktično izobraževanje v delovnem okolju

Course: Internship

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	3.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	3rd	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni/Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

PRI

Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
0	0	0	0	320	12

Nosilec predmeta / Lecturer:

Nina Turčin

Predavanja / Lectures: Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Vaje / Tutorial: Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

/

Prerequisites:

/

Vsebina:

Študenti v okviru strokovne prakse opravljajo delo v neposrednem delovnem okolju in sicer skladno z vsebino študijskega programa.

Študenti si:

- Izberejo podjetje oz. delovno organizacijo
- Izberejo mentorja v delovni organizaciji
- Pripravijo načrt strokovne prakse
- Opravljajo prakso
- Napišejo poročilo o opravljeni praksi

Študenti se na tak način seznajajo s poslovnimi, delovnimi in informacijskimi procesi in vsebinami v konkretnem podjetju oz. delovni organizaciji, pridejo v kontakt z notranjimi in zunanjimi udeleženci podjetja, spoznavajo raznolikost delovnih mest in nalog. Obenem razvijajo odgovornost do dela in reflektirajo o lastnem napredku – strokovnem in osebnostnem.

Content (Syllabus outline):

In the context of 320 hours of work placement, students work in an actual work environment in accordance with the content of the study programme.

Students:

- Choose the company or organisation
- Choose the mentor in the organisation
- Prepare the work placement plan
- Carry out work placement
- Prepare a report on completed work placement

In this way, students learn about business, work and information processes and content in a specific company or organisation, come into contact with the company's internal and external participants, and learn about the diversity of jobs and tasks. At the same time, they develop responsibility for work and reflect on their own progress – professional and personal.

Temeljni literatura in viri / Readings:

Knjige in učbeniki/Books and textbooks:

- Interno gradivo Praktično izobraževanje v delovnem okolju

Cilji in kompetence:

Študenti bodo pridobili naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- razumevanje organiziranosti in delovanja podjetij oz. organizacij;

Objectives and competences:

Students develop the following general and subject-specific competencies during the course:

- understanding the organisation and functioning of companies and organisations,
- the ability of working independently,

• sposobnost samostojnega opravljanja strokovnega dela; • sposobnost povezovanja usvojenih teoretičnih znanj s predmetnih področij marketinga z neposrednimi izzivi v delovnem okolju; • sposobnost zaznavanja potencialne problematike v delovnem okolju in iskanje rešitev; • sposobnost analize in sinteze informacij; • razvoj komunikacijskih sposobnosti in pripravljenost na sodelovalno delo; • prevzemanje odgovornosti za lastno delo; • sposobnost timskega dela; • sposobnost kritične /samo/refleksije; • razvoj prilagodljivosti, iniciativnosti in odgovornosti ter pozitivnega odnosa do dela.	• the ability to link the acquired theoretical knowledge in the subject area of Marketing with direct challenges in the work environment, • ability to detect potential problems in the work environment and search for solutions, • the ability to analyse and synthesise information, • communication skills and willingness for collaborative work, • assuming responsibility for their own work, • teamwork skills, • ability to engage in critical (self) reflection, • adaptability, self-initiative and responsibility, and a positive work attitude.
--	---

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka bo: • znal samostojno uporabiti znanja in kompetence, pridobljene tekom študija v študijskem programu • pridobil nova praktična znanja za delo v delovnem okolju; • znal samostojno opravljati posamezne delovne naloge v podjetju oz. organizaciji; • znal opredeliti in razumeti delovne procese v podjetju oz. organizaciji; • znal samostojno sprejemati odločitve na delovnem mestu; • znal opredeliti vloge zaposlenih v podjetju; • znal konstruktivno delovati v timu.

Intended learning outcomes:

The student will: • be able to independently use the skills and competencies acquired during the course of their studies in the study programme, • acquire new practical skills to work in a work environment, • be able to perform individual tasks in the company or organisation independently, • be able to identify and understand work processes in a company or organisation, • be able to independently make decisions in the workplace, • be able to define the roles of employees in the company, • be able to act constructively in a team.

Metode poučevanja in učenja:

Individualno delo: individualne aktivnosti v podjetju oz. organizaciji Sodelovalno delo: delo s koordinatorjem praktičnega izobraževanja, delo z mentorjem in ostalimi posamezniki, vključenimi v praktično izobraževanje	Individual work: individual activities in the company or organisation Collaborative work: work with the coordinator of work placement, work with the mentor and other people included in work placement
---	---

Načini ocenjevanja:	Delež (v %) / Weight (in %)	Assessment:
Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt): • daljši pisni izdelki	100 %	Type (examination, oral, coursework, project): • Longer written assignments

Reference nosilca / Lecturer's references:

Nosilka praktičnega izobraževanja je predavateljica. Študent ima mentorja v podjetju, ki mora imeti vsaj visokošolsko izobrazbo, in ima dolgoletne izkušnje na svojem delovnem področju. The course holder of work placement is the lecturer. The student has a mentor in the company who has completed at least higher education and has long-term experience in their field of work. • TURČIN, Nina. Zakaj za nas niste le številka? Ker smo najboljša fakulteta v podpori študentom. DOBA. 21. marec 2022. ISSN 2712-4789. https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/zakaj-za-nas-niste-le-stevilka. [COBISS.SI-ID 136100867]

- TURČIN, Nina. *Leveling skills and competencies through online training : predavanje na konferenci 7th InterUni2024 – Forum for Internationalization of Higher Education, 1.- 5. 10. 2024, Poljska.* [COBISS.SI-ID [213728003](#)]
- TURČIN, Nina. *VR4SKILLS Project: Enhancing the Skills of Universities' Administrative Staf : predstavitev na EURIE 2024 CONFERENCE, February 28, 2024, Istanbul.* [COBISS.SI-ID [190892291](#)]
- TURČIN, Nina. *The role of networks in the development of international collaboration projects : sodelovanje v panelni diskusiji na EURIE 2024 CONFERENCE, February 28, 2024, Istanbul.* [COBISS.SI-ID [190895875](#)]
- TURČIN, Nina. *VR4SKILLS project: enhancing the skills of universities' administrative staff : predstavitev na EURIE 2024 – Eurasia Higher Education Summit, 27.- 29. februar 2024, Istanbul.* [COBISS.SI-ID [214055427](#)]
- AZAR, Zeynep, TURČIN, Nina. *How to design blended course : workshop sessions at 34th Annual Businet Conference, 9th to 11th March 2022, Vilamoura, Portugal.* [COBISS.SI-ID [100905475](#)]
- TURČIN, Nina, CERULUS, Sven. *Internationalisation@Home : workshop sessions at 34th Annual Businet Conference, 9th to 11th March 2022, Vilamoura, Portugal.* [COBISS.SI-ID [100911363](#)]
- TURČIN, Nina, BARREZEELE, Griet. *Virtual is not individual - Do I have to be lonely in a virtual environment? : workshop sessions at 35th Annual Businet Conference, 9th to 12th November, Mainz, Germany.* [COBISS.SI-ID [130182915](#)]
- TURČIN, Nina. *International innovation Hackathon : workshop session at the 32nd Annual Businet Conference, 9th November 2018, Tallinn, Estonia.* [COBISS.SI-ID [119277571](#)]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 19. 5. 2025

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Zaključna strokovna naloga
Course title:	Final thesis

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Visokošolski strokovni program prve stopnje Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi	/	3.	/
Bachelor Programme Marketing, Social media and Public relations - 1 st cycle	/	3rd	/

Vrsta predmeta / Course type

Obvezni / Compulsory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

ZSN

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
0	0	0	0	0	300	12

Nosilec predmeta / Lecturer:

Mentorji pri posameznih predmetih

Jeziki /

Predavanja / Lectures:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Languages:

Vaje / Tutorial:

Slovenski, angleški, hrvaški, srbski/Slovene, English, Croatian, Serbian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Opravljene študijske obveznosti po programu. Študent lahko v skladu s Pravilnikom o diplomiranju v prvostopenjskih visokošolskih strokovnih študijskih programih prijavi temo zaključne strokovne naloge kljub določenim manjkajočim študijskim obveznostim, ki pa jih mora zaključiti pred zagovorom zaključne strokovne naloge.

Prerequisites:

Completed study obligations under the programme. In accordance with the Rules on Graduation in First Cycle Programmes, students may register the topic of their diploma thesis despite certain missing study obligations, which they must complete prior to the defence of their diploma thesis.

Vsebina:

- Izbor obravnavane teme
- Formulacija problema, postavitev relevantnih raziskovalnih vprašanj in hipotez
- Odločanje o pristopu k problematiki in izboru delovne strategije
- Priprava dispozicije zaključne strokovne naloge:
 - Oprelitev obravnavane problematike in teoretičnih izhodišč
 - Oprelitev pristopa k zastavljeni problematiki raziskovanja
 - Oprelitev metod in tehnik obravnavanja problematike za doseganje ciljev naloge
 - Oprelitev členjenosti vsebine
 - Oprelitev literature in virov
- Prijava teme in mentorja zaključne strokovne naloge
- Vzorčenje in zbiranje podatkov
- Študij literature in virov
- Izdelava zaključne strokovne naloge

Content (Syllabus outline):

- Selection of the discussed topic
- Formulating the problem, defining relevant research questions and hypotheses
- Deciding on the approach to the issue and the selection of the strategy
- Preparation of the proposal of the diploma thesis:
 - Determining the research problem and theoretical starting points
 - Determining the approach to the posed issue of research
 - Determining research methods and techniques of the research problem for achieving the objectives of the thesis
 - Determining the distribution of content
 - Determining references
- Registering the topic and supervisor of the diploma thesis
- Sampling and data collection
- Studying references
- Preparation of the diploma thesis

- Priprava predstavitve zaključne strokovne naloge in zagovor

- Preparation of the presentation of the diploma thesis and the defence

Temeljni literatura in viri / Readings:

- Turk, E. (2011) Prosojnice – Kako iščemo znanstveno literaturo?
- Prevolnik Rupel, V. (2012) Priročnik za analizo podatkov. DOBA Fakulteta: Maribor.
- Ivanjko, Š. (2007): Raziskovanje in pisanje del, Kamnik: Cubus image.(1.teden).
- Izbor glede na temo in vsebino zaključne strokovne naloge
- Navodila za pripravo pisnih nalog na DOBA Fakulteti
- Elektronski viri/e-source:
- Izbor glede na temo in vsebino zaključne strokovne naloge

Cilji in kompetence:

Študenti bodo pridobili naslednje splošne in predmetno-specifične kompetence:

- sposobnost prepoznavanja konkretnih problemov v poslovnem okolju na področju programa
- sposobnost reševanja konkretne problematike s pomočjo usvojenega teoretičnega znanja
- sposobnost oblikovanja izvirnih idej, konceptov in rešitev določenih problemov
- samostojnost in usmerjenost v reševanje problemov;
- razvoj kritične presoje;
- sposobnost uporabe raziskovalnih metod;
- zmožnost obvladovanja sistematičnega iskanja informacij in virov;
- sposobnost analize in sinteze informacij;
- sposobnost partnerskega dela;
- sposobnost povezovanja različnih znanj ter pomena uporabe strokovne literature;
- sposobnost samostojnega učenja;
- sposobnost uporabe informacijske tehnologije.

Predvideni študijski rezultati:

Študent/-ka bo:

- izvedel manjšo raziskavo na izbrano temo v obliki zaključne strokovne naloge;
- oblikoval relevantno raziskovalno vprašanje na temelju predstavljenega kompleksnega problema;
- znal izluščiti rešitev teoretičnega problema in oblikoval predloge za reševanje kompleksnejših empiričnih problemov;
- izbral ključne koncepte in teorije v bibliografskih bazah in pripravil okvir raziskave;
- izvedel celoten raziskovalni postopek na podlagi kvalitativnih in kvantitativnih metod raziskovanja;
- znal ustrezno vzorčiti ter aplicirati izbrano metodo pridobivanja podatkov;
- znal povezati pridobljeno znanje z različnih predmetnih področij programa s konkretnim poslovnim okoljem
- izpeljal korektno in zanimivo predstavitev ugotovitev raziskave.

Objectives and competences:

Students develop the following general and subject-specific competencies during the course:

- the ability to recognise concrete problems in the business environment in the field of the programme,
- the ability to solve concrete problems with the help of the gained theoretical knowledge,
- the ability to shape original ideas, concepts and solutions to specific problems,
- independence and problem-solving orientation,
- the development of critical judgement,
- the ability to use research methods,
- the ability to master systematic searching for information and sources,
- the ability to analyse and synthesise information,
- teamwork skills,
- the ability to connect different knowledge and the importance of using specialised literature,
- the ability of independent learning,
- the ability to use information technologies.

Intended learning outcomes:

The students will:

- prepare a smaller research on the chosen topic in the form of a diploma thesis,
- prepare a relevant research question on the basis of the presented complex problem,
- be able to extract the solution to a theoretical problem and prepare proposals for solving complex empirical problems,
- choose the key concepts and theories from bibliographic databases and prepare the framework of the study,
- implement the whole research procedure on the basis of qualitative and quantitative research methods,
- be able to correctly sample and apply the chosen data acquisition method,
- be able to connect the gained knowledge with different courses of the programme with the concrete business environment,
- be able to present study results correctly and in an interesting manner.

Metode poučevanja in učenja:

Individualno delo: individualne aktivnosti (študij literature in virov, razvojno in raziskovalno delo, refleksija)

Sodelovalno delo: delo z mentorjem in ostalimi posamezniki, vključenimi v raziskovalne aktivnosti

Individual work: individual activities (study of literature and resources, research and development work, reflection)

Collaborative work: work with the supervisor and other individuals included in research activities

Načini ocenjevanja:

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt):

- daljši pisni izdelki
- ustni izpraševanje

Delež (v %) /
Weight (in %)

80
20

Assessment:

Type (examination, oral, coursework, project):

- Longer written assignments
- Oral

Reference nosilca / Lecturer's references:

Reference mentorja zaključne strokovne naloge so razvidne iz Cobissa.

Mentor zaključne strokovne naloge je habilitiran visokošolski učitelj, lahko pa tudi visokošolski sodelavec, ki mora imeti najmanj univerzitetno izobrazbo oz. zaključeno 2. bolonjsko stopnjo.

- TURČIN, Nina. *International innovation Hackathon : workshop session at the 32nd Annual Businet Conference, 9th November 2018, Tallinn, Estonia*. [COBISS.SI-ID [119277571](#)]
- TURČIN, Nina, BARREZEELE, Griet. *Virtual is not individual - Do I have to be lonely in a virtual environment? : workshop sessions at 35th Annual Businet Conference, 9th to 12th November, Mainz, Germany*. [COBISS.SI-ID [130182915](#)]
- TURČIN, Nina. Zakaj za nas niste le številka? Ker smo najboljša fakulteta v podpori študentom. DOBA. 21. marec 2022. ISSN 2712-4789. <https://www.fakulteta.doba.si/doba-znanja/zakaj-za-nas-niste-le-stevilka>. [COBISS.SI-ID [136100867](#)]
- TURČIN, Nina. *Leveling skills and competencies through online training : predavanje na konferenci 7th InterUni2024 – Forum for Internationalization of Higher Education, 1.- 5. 10. 2024, Poljska*. [COBISS.SI-ID [213728003](#)]
- TURČIN, Nina. *R4SKILLS Project: Enhancing the Skills of Universities' Administrative Staf : predstavitev na EURIE 2024 CONFERENCE, February 28, 2024, Istanbul*. [COBISS.SI-ID [190892291](#)]
- TURČIN, Nina. *The role of networks in the development of international collaboration projects : sodelovanje v panelni diskusiji na EURIE 2024 CONFERENCE, February 28, 2024, Istanbul*. [COBISS.SI-ID [190895875](#)]
- TURČIN, Nina. *VR4SKILLS project: enhancing the skills of universities' administrative staff : predstavitev na EURIE 2024 – Eurasia Higher Education Summit, 27.- 29. februar 2024, Istanbul*. [COBISS.SI-ID [214055427](#)]

Vir bibliografskih zapisov: vzajemna baza podatkov COBISS.SI/COBIB.SI, 16. 5. 2025