

**UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS**

**Predmet:** Spletno komuniciranje in odnosi z javnostmi  
**Course title:** Web Communications and Public Relations

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Informatika v sodobni družbi, visokošolski strokovni in univerzitetni študijski program prve stopnje	-	Drugi ali tretji	Četrta ali šesta
Informatics in Contemporary Society, first cycle Professional Study Programme and Academic Study programme	-	Second or third	Fourth or sixth

**Vrsta predmeta / Course type**

Izbirni / Elective

**Univerzitetna koda predmeta / University course code:**

1-ISD-VS,UN-IP-SKOZJ-2016-10-01

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
30	-	45	-	-	105	6

**Nosilec predmeta / Lecturer:**

**Jeziki /**

**Languages:**

**Predavanja /**

**Lectures:**

**Vaje / Tutorial:**

Slovenski, angleški / Slovene, English

Slovenski, angleški / Slovene, English

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

Pogoj za vključitev v delo je vpis v 2. oz. 3. letnik študija.  
Študent/študentka mora pred pristopom k izpitu pripraviti in zagovarjati seminarsko nalogo.

**Prerequisites:**

Condition for participation is enrollment into 2<sup>nd</sup> or 3<sup>rd</sup> year of study.  
Prior to the exam, the student has to prepare and defend seminar work.

**Vsebina:**

- Uvod: predstavitev predmeta, njegovih ciljev in kompetenc, predstavitev literature in dodatnih virov za študij ter principa samostojnega iskanja virov.
- Sodobne teorije komuniciranja.
- Zgodovinski in družbeni pregled razvoja interneta: tehnološki razvoj medija in njegova umestitev v družbeni kontekst.
- Ključne lastnosti spleta: spoznavanje lastnosti interaktivnosti; vmesniki,

**Content (Syllabus outline):**

- Introduction: the course, its objectives and competencies, presentation of literature and additional resources for the study and the principle of individual sources research.
- Modern theories of communication.
- Historical and Social Survey of Internet development: technological development of the media and its placement in a social context.

- programska orodja, spletne platforme.
- Osnove integriranega tržnega komuniciranja: osnovni pojmi trženja in odnosov z javnostmi; modeli načrtovanja tržnega komuniciranja.
  - Psihologija trženja: spoznavanje psiholoških teorij ter struktur za analizo potrošnika in načrtovanje trženja; spoznavanje faz nakupnega procesa.
  - Posebnosti spletnega integriranega tržnega komuniciranja: predstavitev koncepta integriranega on-line in off-line komuniciranja, s poudarkom na njihovem načrtovanju in analizi.
  - Pomen spletnih iskalnikov: mesto spletnih iskalnikov v sodobnem spletnem komuniciranju.
  - Družbeni e-mediji: družbeni kontekst družbenih e-medijev ter njihovo mesto v vsakdanjem življenju; posebnosti poslovnega komuniciranja preko družbenih medijev.
  - Spletno oglaševanje: klasifikacija in poslovni modeli spletnega oglaševanja; kontekstualno oglaševanje.
  - Odnosi z javnostmi na spletu in preko mobilnih platform: pregled posebnosti odnosov z javnostmi preko e-medijev in mobilnih platform.

- Key features of the internet: learning about the characteristics of interactivity, interfaces, software tools, web-based platforms.
- Basics of integrated marketing communication: basic concepts of marketing and public relations, marketing communication planning models.
- Marketing Psychology: understanding the psychological theories and structures for the analysis of consumer and marketing planning, familiarization with phase purchase process.
- Specialties of online integrated marketing communication: presentation of the concept of integrated on-line and off-line communication, focusing on their design and analysis.
- The importance of search engines: web site search engines in the modern online communication.
- Social Media: The social context of social media and their place in everyday life; specifics of business communication through social media.
- Online advertising: business models and the classification of online advertising, contextual advertising.
- Public relations online and on mobile platforms: a review of specifics of public relations through e-media and mobile platforms.

### Temeljni literatura in viri / Readings:

- Ule, Mirjana in Kline, Miro (1996): Psihologija tržnega komuniciranja. Ljubljana (FDV).
- Caywood, Clarke L. (1997): The Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Communications. Boston: McGraw-Hill.

### Cilji in kompetence:

*Učna enota prispeva k razvoju naslednjih splošnih in predmetno-specifičnih kompetenc:*

#### *Splošne kompetence:*

- sposobnost fleksibilne uporabe znanja v praksi
- poznavanje spletnih poslovnih modelov
- zmožnost za prepoznavanje in izkoriščanje priložnosti, ki jih ponuja spletna tehnologija
- poznavanje in razumevanje

### Objectives and competences:

*The instructional unit contributes to the development of the following general and subject-specific competences:*

#### *General competences:*

- ability for flexible use of knowledge in practice
- knowledge of online business models
- ability to identify and exploit opportunities offered by web technology
- knowledge and understanding of the interaction between information

interakcij med informacijsko komunikacijsko tehnologijo in posameznikom

*Predmetno-specifične kompetence:*

- razumevanje različnih pogledov na komuniciranje in njihova aplikacija na praktično poslovno okolje
- sposobnost spoznavanja in uporabe aktualnih tehnoloških konceptov in praks ključnih informacijsko komunikacijskih tehnologij
- razumevanje poslovnega, komunikacijskega in marketinškega konteksta, v katerem so uporabljene tehnične rešitve

and communication technology and individuals

*Subject-specific competences:*

- understanding the different perspectives on communication and their application to practical business environment
- ability to use current knowledge and technology concepts and practices of key information and communication technologies
- understanding of business, communication and marketing context in which technical solutions are used

**Predvideni študijski rezultati:**

Znanje in razumevanje:

*Študent/študentka:*

- razume različne poglede na komuniciranje in analizira vlogo in pomen komuniciranja v poslovnem modelu
- ima sposobnost spoznavanja in uporabe aktualnih tehnoloških konceptov in praks ključnih informacijsko komunikacijskih tehnologij
- razume osnovne trženjske pristope in jih zna aplicirati pri izvedbi enostavnih poslovnih projektov
- pri načrtovanju spletnih aplikacij, produktov ali projektov zna uporabiti koncepte psihologije potrošnika ter ustrezno usmerjati razvoj
- pozna sodobne oblike spletnega oglaševanja in trženja ter njihove posebnosti ter je sposoben voditi najenostavnejše oblike odnosov z javnostmi na spletu

**Intended learning outcomes:**

Knowledge and understanding:

*The Student:*

- understands various views on communication and can analysis role and meaning of communication in business environment
- has capability of understanding and usage of contemporary technological concepts and practical use of key information and communication technologies
- understands basic marketing approaches and is able to apply them in execution of simple business projects
- is able to use consumer psychology concepts in planning web applications, products or projects and can guide development accordingly
- is acquainted with contemporary models of web advertising and marketing and its specialties and is able to develop basic forms of public relations on the web

**Metode poučevanja in učenja:**

- *predavanja* z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, vprašanja, primeri, reševanje problemov)
- *seminarske vaje* (predelava opisanih konceptov s praktičnim prikazom, povezava z lastnimi izkušnjami in njihovo osmišljanje, projektno delo, timsko delo, metode kritičnega mišljenja, diskusija)

**Learning and teaching methods:**

- *lectures* with active student participation (explanation, discussion, questions, examples problem solving)
- *seminars* (reflexion about experiences, project work, team work, method of critical thinking, discussion)

Delež (v %) /

Weight (in %)

**Načini ocenjevanja:****Assessment:**

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt):	Delež (v %) / Weight (in %)	Type (examination, oral, coursework, project):
<ul style="list-style-type: none"> <li>• seminarska naloga na vajah</li> <li>• pisni izpit</li> </ul>	35	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tutorial work</li> <li>• written exam</li> </ul>
	65	