

**OBRAZEC 5 – ZA PRIPRAVO PROGRAMOV
VIŠJEGA STROKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA**

ŠTUDIJSKI PROGRAM: Digitalni marketing	
<ul style="list-style-type: none"> PREDLOG <u>ČISTOPIS</u> <p><i>(ustrezno podčrtajte)</i></p>	

1. PODATKI O PREDLAGATELJU

Predlagatelj	GEA College – Center višjih šol, d. o. o.
Naslov	Dunajska cesta 156, Ljubljana
Kontaktna oseba	mag. Nataša Makovec
Telefon	030 650 668
E-naslov	natasa.makovec@gea-college.si

2. SPLOŠNI PODATKI O ŠTUDIJSKEM PROGRAMU

Ime študijskega programa	DIGITALNI MARKETING				
Naziv strokovne izobrazbe <i>(moška in ženska oblika naziva)</i>	STROKOVNJAK DIGITALNEGA MARKETINGA / STROKOVNJAKINJA DIGITALNEGA MARKETINGA				
Okrajšava naziva strokovne izobrazbe	str. dig. mark.				
Vrsta študijskega programa	Višješolski študijski program višjega strokovnega izobraževanja				
Programska skupina po stroškovni zahtevnosti <i>(ustrezno obkrožite):</i>	1.	2.	3.	4.	
Razvrstitev po KLASIUS-SRV	1	6	1	0	1
Razvrstitev po KLASIUS-P16	0	4	1	4	
Raven kvalifikacije	SOK	6			
	EOK	5			
	EOVK	Kratki cikel			
Študijski program je <i>(ustrezno podčrtajte):</i> - spremenjen oziroma dopolnjen* - prenovljen in nadomešča obstoječi program* - <u>nov</u>	<div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> * </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> * </div>				
Sprejet na Strokovnem svetu Republike Slovenije za poklicno in strokovno izobraževanje (številka in datum seje): <i>(Rubriko izpolnite samo za čistopis programa.)</i>					203. seja; 17.11.2023

** (Vpišite ime programa, identifikacijsko številko programa, številko in datum seje strokovnega sveta, na kateri je bil sprejet, številko uradnega lista, v katerem je bil objavljen.)*

3. POKLICNI STANDARDI, NA PODLAGI KATERIH JE PROGRAM PRIPRAVLJEN

Poklicni standard	Sprejet na Strokovnem svetu RS za poklicno in strokovno izobraževanje (številka in datum seje)	Objavljen v Uradnem listu Republike Slovenije št. _____ ali v bazi NRP – št. sklepa ministra _____
STROKOVNI SODELAVEC/STROKOVNA SODELAVKA ZA DIGITALNI MARKETING	200. seja; 21. 4. 2023	Sklep ministra 604-11/2023/2

4. SESTAVLJAVCI ŠTUDIJSKEGA PROGRAMA IN KATALOGOV ZNANJA

Vrsta dokumenta / Sestavina študijskega programa	Avtorji (ime, priimek, strokovni ali akademski naziv, inštitucija)
Splošni del programa	dr. Andrej Pompe, univ. dipl. ekon., Formitas, d. o. o. dr. Marjeta Horjak, univ. dipl. ekon., Marjeta Horjak, s. p. mag. Nataša Makovec, univ. dipl. ekon., GEA College – Center višjih šol, d. o. o.
Strokovna terminologija v tujem jeziku	dr. Sonja Trampuš, prof. angl., Šola za alfa jezike, Sonja Trampuš, s. p. mag. Nika Zalaznik, prof. angl., ARS Dictum, Nika Zalaznik, s. p.
Poslovno komuniciranje in organizacija dela	Simona Zagorc, univ. dipl. soc. ped., Svetovanje, razvoj in izobraževanje, s. p. Polona Zupančič, univ. dipl. ekon., Sedi.5 Podjetniško svetovanje, d. o. o.
Informacijska in statistična orodja v marketingu	Matej Zdovc, univ. dipl. inž. el., Šola za hortikulturo in vizualne umetnosti Celje Slavko Frelj, dipl. org. inf., PRONET, Kranj, d. o. o.
Klasični in digitalni marketing	mag. Tamara Buhin, univ. dipl. ekon., Optiprint, d. o. o. mag. Mojca Korošec, univ. dipl. soc., Javno podjetje Uradni list Republike Slovenije, d. o. o.
Vedenje potrošnikov v digitalnem svetu	mag. Katja Kerin Rozman, univ. dipl. ekon., JUB, d. o. o. dr. Tanja Rihtaršič, dipl. ekon., Violeta, d. o. o.
Ekonomika storitev in vodenje projektov	dr. Petra Cajnko, prof. mat. in fil., Fakulteta za naravoslovje in matematiko, Univerza v Mariboru dr. Samo Božič, univ. dipl. inž. str., A-soft, d. o. o.
Digitalno pravo in etičnost poslovanja	Maja Lajevec, univ. dipl. prav., Maja Lajevec, s. p. Izvršba in stečajni, pravno svetovanje in izobraževanje mag. Dean Premik, univ. dipl. prav., Državni zbor Republike Slovenije
Kanali digitalnega komuniciranja	Živa Deu, univ. dipl. pol., Atlantic Grupa, d. d. mag. Janja Berložnik Šuler, univ. dipl. kom., LANARA Consulting, d. o. o.

Vrsta dokumenta / Sestavina študijskega programa	Avtorji (ime, priimek, strokovni ali akademski naziv, inštitucija)
Vsebinski marketing in tekstopisje	Irena Potočar Papež, univ. dipl. ped., prof. slov., Peresa, s. p. mag. Branka Bizjak Zabukovec, univ. dipl. ekon., Futura DDB, d. o. o.
Delovanje spletne strani in iskalnih omrežij	dr. Denis Tomše, univ. dipl. org. del., MLC – Fakulteta za management in pravo Ljubljana dr. Džangir Kolar, univ. dipl. ekon., Nomago, d. o. o.
Spletna analitika	dr. Denis Tomše, univ. dipl. org. del., MLC – Fakulteta za management in pravo Ljubljana dr. Džangir Kolar, univ. dipl. ekon., Nomago, d. o. o.
Digitalna prodaja in poprodajne aktivnosti	Maja Blažeka, dipl. ekon., Sch-Group Invest, d. o. o. dr. Marjeta Horjak, univ. dipl. ekon., Marjeta Horjak, s. p.
Podatkovna analitika v digitalnem marketingu	dr. Petra Cajnko, prof. mat. in fil., Fakulteta za naravoslovje in matematiko, Univerza v Mariboru Jernej Huber, univ. dipl. inž. rač. in inf., Ministrstvo za zdravje
Osnove postavitve spletne strani	dr. Denis Tomše, univ. dipl. org. del., MLC – Fakulteta za management in pravo Ljubljana mag. Peter Zupančič, dipl. družb. inf., 1A Internet, d. o. o.
Osnove razvoja spletnih aplikacij	dr. Džangir Kolar, univ. dipl. ekon., Nomago, d. o. o. dr. Marjan Brelih, dipl.org., Resalta, d. o. o.
Avdiovideo vsebine	Matjaž Tomažič, univ. dipl. obl., Kontrastika, d. o. o. Andrej Srebrnjak, inž. mep., samozaposlen v kulturi, intermedijski umetnik
Grafični in spletni design	Zdenko Potočar, univ. dipl. org., Ekonomska šola Novo mesto Matjaž Tomažič, univ. dipl. obl., Kontrastika, d. o. o.
Praktično izobraževanje	mag. Mojca Korošec, univ. dipl. soc., Javno podjetje Uradni list Republike Slovenije, d. o. o. mag. Nataša Makovec, univ. dipl. ekon. GEA College – Center višjih šol, d. o. o.

5. KRATKA UTEMELJITEV PREDLOGA

Višješolski študijski program Digitalni marketing (v nadaljevanju program) je nastal na podlagi poklicnega standarda Strokovni sodelavec/strokovna sodelavka za digitalni marketing in je skladen z Izhodišči za pripravo višješolskih študijskih programov in Zakonom o višjem strokovnem izobraževanju (Uradni list RS, št. 86/04 in 100/13). Za področje digitalnega marketinga še ni ustreznega višješolskega programa.

Napredne digitalne tehnologije omogočajo spreminjanje obstoječih in oblikovanje novih poslovnih modelov, razvoj novih izdelkov in storitev, tudi na področju marketinga, ki je ena izmed bolj pomembnih funkcij vsakega podjetja. Priča smo vedno hitrejšemu razvoju digitalne tehnologije in razkorak med dejansko usposobljenostjo, znanjem in kompetencami ljudi in zaposlenih je vedno večji tudi na področju marketinga.

Internet in drugi digitalni mediji ponujajo ogromno možnosti marketinškega komuniciranja in potrebna so nova znanja, predvsem iz spletne analitike in razumevanja delovanja marketinga v digitalnem svetu. Program poleg specifičnih znanj iz digitalnega marketinga ponuja temeljna znanja iz komuniciranja v slovenskem in tujem jeziku, informatike, statistike, ekonomike in

vodenja projektov ter znanja iz t. i. »klasičnega marketinga«. Diplomantom bodo tako omogočeni temeljno poslovno znanje in veščine, oplemeniteni s specialnimi znanji iz področja digitalnega marketinga.

Slovenija postopno postavlja v ospredje digitalno preobrazbo svojega gospodarstva in javnega sektorja, kot je razvidno iz njenega zakonodajnega in regulativnega okvira ter Načrta za okrevanje in odpornost. Splošni okvir digitalne preobrazbe je določen v strategiji Digitalna Slovenija 2030, ki je združila vse sektorske strategije. Ima štiri stebre: (i) kompetence in ekosistem za digitalno vključenost, (ii) varne in trajnostne digitalne infrastrukture, (iii) digitalne tehnologije in digitalna preobrazba podjetij ter (iv) digitalizacija javnih storitev. Strategija za digitalno preobrazbo gospodarstva v obdobju 2021–2030 iz januarja 2022 je eden od reformnih ukrepov v Načrtu Slovenije za okrevanje in odpornost, ki je usklajen z digitalnimi ambicijami EU do leta 2030 (vir: Indeks digitalnega gospodarstva in družbe (DESI) 2022, dostopno na: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/sl/policies/desi-slovenia>).

V središče strategije Digitalna Slovenija 2030 sta postavljena posameznik in okolje, v katerem živi, kot načela strategije pa izpostavljamo načela Evropske deklaracije o digitalnih pravicah in načelih (ljudje v središču, solidarnost in vključenost, svoboda izbire, sodelovanje, varnost in zaščita, trajnost) in posebej poudarjamo še splošno zavedanje o pomenu digitalne preobrazbe, internet kot strateško orodje digitalne preobrazbe, zaščito svobodnega odprtega interneta, zasledovanje medsektorskih sinergijskih razvojnih učinkov, uporabo slovenskega jezika in ohranjanje kulturne identitete, spodbujanje raziskav in razvoja digitalnih tehnologij in njihove uporabe, strateško avtonomijo in enotni digitalni trg, demokratično digitalno družbo in doseganje razvojnih ciljev Slovenije z digitalno preobrazbo (vir: Digitalna Slovenija 2030, Vlada Republike Slovenije, dostopno na: https://www.gov.si/assets/ministrstva/MDP/Dokumenti/DSI2030-potrjena-na-Vladi-RS_marec-2023.pdf).

Slovenija se po indeksu DESI (Digital Economy and Society Index) v letu 2022 uvršča na 11. mesto med 27 državami članicami EU. Relativni napredek države se na splošno sklada s povprečjem EU. Digitalna preobrazba je postopoma postala prednostna naloga države, saj vlaga v javne politike, ki poudarjajo pomen tehnologije in digitalne pismenosti za digitalno podprto državo in družbo. Za izkoriščanje možnosti nove informacijske tehnologije so potrebni delavci z boljšimi digitalnimi spretnostmi in znanji, ki jih lahko v svojem poklicnem življenju še naprej razvijajo s preusposabljanjem in izpopolnjevanjem (vir: Indeks digitalnega gospodarstva in družbe (DESI) 2022, dostopno na: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/sl/policies/desi-slovenia>).

Program bo prispeval k dvema stebroma, in sicer bo vplival predvsem na poslovanje, posredno pa tudi na večanje digitalnih veščin prebivalstva.

Tudi analiza internih podatkov LinkedIna kaže, da so znanja iz digitalnega marketinga in delovna mesta na področju upravljanja družbenih medijev zelo iskana. Polovica od 10 najboljših delovnih mest, objavljenih na LinkedInu, je v digitalnem ali medijskem prostoru. Najbolj iskani so strokovnjaki za digitalni marketing, predvsem z znanji digitalne strategije, iskalnega marketinga, optimizacije spletne strani in marketinga na družbenih omrežjih (Vir: LinkedIn, The Most Valuable Digital Marketing Skills to Have in Your LinkedIn Profile This Year, 30. 12. 2022, dostopno na: <https://www.linkedin.com/business/marketing/blog/trends-tips/the-most-valuable-skills-to-have-on-your-linkedin-profile-this-year>).

Raziskava mednarodnega podjetja Robert Half, Talent Solutions glede trendov zaposlovanja na področju marketinga ugotavlja, da je marketing (oglaševanje, mediji in založništvo) eno izmed 5 področij, kjer bodo največ zaposlovali. Kar 94 % anketiranih je izjavilo, da je največji izziv najti strokovnjaka na področjih digitalnega marketinga, digitalnega designa in produkcije ter projektnega vodenja. V omenjeni raziskavi so marketinški direktorji in kreativni direktorji poudarili, da je največja prioriteta za leto 2022 ta, da se izboljša uporabniška izkušnja, zaznavanje blagovne znamke in da se implementirajo digitalne marketinške strategije (Vir: Robert Half, Talent Solutions, The Demand for Skilled Talent, 2023 hiring and employment trends, dostopno na: <https://www.roberthalf.com/employment-trends-demand-for-skilled-talent>).

Forbes v članku z naslovom *Job trends we are seeing in the current Economy*, objavljen leta 2021, navaja, da bodo podatki na področju marketinga, e-poslovanja in managementa tvegani vedno bolj pomembni za analizo in kot pomoč pri sprejemanju poslovnih odločitev (Vir: Forbes, Job Trends We Are Seeing In The Current Economy, dostopno na:

<https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2021/04/06/job-trends-we-are-seeing-in-the-current-economy/?sh=30233f3821af>).

Program je nastal v tesni povezavi z delodajalci, ki iščejo kadre z aktualnimi znanji iz digitalnega marketinga, ki pa se morajo graditi na temeljih t. i. klasičnega marketinga in poznavanja poslovanja. Predmetnik in kataloge znanja smo preverili pri delodajalcih in vključili vse relevantne predloge. Glede na vse zgoraj navedeno program izraža zelo aktualne potrebe gospodarstva. Program je pripravljen v skladu s trenutno metodologijo in novimi izhodišči za pripravo višješolskih študijskih programov, je modularno zasnovan, ovrednoten s 120 kreditnimi točkami po sistemu ECTS.

Program je sestavljen iz 4 obveznih modulov prvega letnika, in sicer: Komunikacija in informatika v marketingu, Digitalni marketing in vedenje potrošnikov, Ekonomski in pravni vidik poslovanja ter Družbena omrežja. V drugem letniku sledita obvezna modula Spletna stran in analitika in Digitalna prodaja in podatkovna analitika, nato pa imajo študentje možnost izbire med dvema izbirnima moduloma, in sicer Multimedija in Razvoj digitalnih rešitev. Sledi modul Odprtega kurikula, ki vključuje 2 predmeta, kar predstavlja odlično možnost za dopolnjevanje temeljnih vsebin s trenutno aktualnimi temami. Pomembna sestavina programa je tudi praktično izobraževanje, ki pomembno dopolnjuje vsebine in znanja na predmetnem nivoju. Študijski program se tako izvaja v šoli in del pri delodajalcu.