

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

KANALI DIGITALNEGA KOMUNICIRANJA

2. SPLOŠNI CILJI PREDMETA

Splošni cilji predmeta so:

- razviti sposobnost za samostojno spremljanje razvoja stroke in uvajanja novosti v praksi;
- naučiti se uporabljati različna orodja in metrike za uspešno digitalno komuniciranje;
- spoznati vplive digitalnega komuniciranja na ciljne skupine;
- razvijati samoiniciativnost, profesionalizem ter etično držo.

Specifično strokovno usmerjeni cilji so:

- uporabiti pomembne pojme digitalnega komuniciranja;
- razlikovati med plačljivimi in neplačljivimi načini digitalnega komuniciranja;
- implementirati zakonitosti komuniciranja na različnih družbenih omrežjih;
- razviti različne možnosti marketinškega ciljanja;
- pripraviti različne t. i. »digitalne persone«;
- načrtovati splet kanalov digitalnega komuniciranja za dosego ciljev digitalne strategije.

3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

1. načrtovanje različnih kanalov digitalnega komuniciranja skladno s cilji digitalne strategije;
2. upravljanje z družbenimi omrežji;
3. implementiranje osnovnih oglaševalskih orodij;
4. izvajanje merjenja uspešnosti digitalnega komuniciranja.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
1. Načrtovanje različnih kanalov digitalnega komuniciranja skladno s cilji digitalne strategije:	

<ul style="list-style-type: none"> • pojasni vlogo digitalnega komuniciranja; • razlikuje kanale digitalnega komuniciranja; • opiše specifike posameznih kanalov za digitalno komuniciranje; • pojasni vlogo posameznih kanalov v različnih fazah nakupa (marketinškega lijaka); • ustrezno utemelji in ovrednoti uporabo izbranih kanalov; • predstavi pomen vizualnih sporočil in loči osnovna grafična orodja, naprave in programe. 	<ul style="list-style-type: none"> • samostojno izbere ustrezne kanale digitalnega komuniciranja in njim pripadajoče formate komuniciranja; • na podlagi primera strategije izdela načrt nabora kanalov za digitalno kampanjo ter pripravi medijski »brif«; • na konkretnem primeru pripravi analizo digitalnega in vizualnega komuniciranja ter določi orodja, programe in naprave, ki so bili potrebni za to.
<p>2. Upravljanje z družbenimi omrežji:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • opiše družbena omrežja širokega dosega; • opredeli pomembne pojme s področja družbenih omrežij; • definira zakonitosti posameznih družbenih omrežij; • pojasni, kaj je optimizacija kampanje za doseg, promet, vpletenost in dvig prepoznavnosti blagovne znamke. 	<ul style="list-style-type: none"> • izvede postopek vzpostavitve poslovnega uporabniškega računa; • na primeru t. i. »digitalne persone« pripravi načrt komunikacije; • pripravi organsko objavo; • izdela oglas; • napiše prodajno e-sporočilo; • izdela analizo kakovosti komunikacije na primeru izbranega družbenega omrežja.
<p>3. Implementiranje osnovnih oglaševalskih orodij:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • razlikuje med plačljivim in neplačljivim digitalnim komuniciranjem; • opiše pomembna orodja v digitalnem komuniciranju; • definira ključne pojme s področja plačljivega digitalnega komuniciranja; • razloži metrike za merjenje uspešnosti plačljivega digitalnega komuniciranja. 	<ul style="list-style-type: none"> • na konkretnem primeru izvede digitalno kampanjo z uporabo različnih oglaševalskih orodij; • izdela analizo uspešnost digitalne kampanje na podlagi podatkov iz oglaševalskega orodja.
<p>4. Izvajanje merjenja uspešnosti digitalnega komuniciranja:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • opiše orodja za vodenje in merjenje uspešnosti digitalnega komuniciranja; • opiše ključne metrike za merjenje uspešnosti; • utemelji pomen uporabe orodij za merjenje uspešnosti digitalnega komuniciranja. 	<ul style="list-style-type: none"> • izdela analizo uspešnosti digitalnega komuniciranja in jo predstavi v strnjeni obliki, v pisni in grafični obliki.

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 70 (40 ur predavanj, 20 ur seminarских vaj, 10 ur laboratorijskih vaj).

Število ur samostojnega dela študenta: 150 (študij literature, študij primerov, priprava pisnih besedil, predstavitev, izvedba javnega nastopa ipd.).