

## KATALOG ZNANJA

### 1. IME PREDMETA

#### VSEBINSKI MARKETING IN TEKSTOPISJE

### 2. SPLOŠNI CILJI PREDMETA

Splošni cilji predmeta so:

- razvijati zavest o pomenu komuniciranja v slovenskem jeziku in negovanju dosledne uporabe slovenskega jezika;
- naučiti se uporabljati različne vire in nova spletna orodja pri kreiranju vsebinskega marketinga in ostalih tekstov;
- usposobiti se za kontinuirano spremljanje razvoja trendov na področju vsebinskega marketinga in tekstopisja;
- pridobiti in razviti lastne kompetence za učinkovito kreativno pisanje.

Specifično strokovno usmerjeni cilji so:

- uporabiti pisne komunikacijske veščine in različne metode ter oblike komuniciranja, značilne za vsebinski marketing;
- uporabiti učinkovita jezikovna orodja za motiviranje bralca oziroma potencialnega poslovnega partnerja;
- kritično uporabiti orodja umetne inteligence pri vsebinskem marketingu in tekstopisju;
- uporabiti ustvarjalno in inovativno pisno izražanje v različnih besedilnih vrstah in za različne komunikacijske kanale.

### 3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

1. načrtovanje kreativnega in ustvarjalnega pisanja;
2. načrtovanje in oblikovanje marketinških besedil;
3. izdelovanje in vrednotenje besedil za vsebinski marketing.

### 4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<b>1. Načrtovanje kreativnega in ustvarjalnega pisanja:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• opredeli pravila in različne načine pisnega, ustnega, nebesednega,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• izdelava načrt komunikacijskega procesa;</li><li>• izdelava načrt za kreativno pisanje;</li></ul>

<p>elektronskega in marketinškega komuniciranja;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vrednoti pomen skladnosti zapisanega in prebranega besedila;</li> <li>• opredeli vsebinski marketing;</li> <li>• utemelji vidike prepričljivega pisnega komuniciranja;</li> <li>• navede značilnosti inovativnega pisnega komuniciranja in »zgodbarjenja« (ang. storytelling);</li> <li>• utemelji faze kreativnega marketinškega besedila;</li> <li>• poimenuje možne ovire ter motnje tovrstnega komuniciranja;</li> <li>• pojasni vlogo in pomen digitalnega komuniciranja v poslovnem okolju;</li> <li>• obrazloži prednosti digitalnega vsebinskega marketinga in objav kreativnih besedil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• izdelava osnutka zgodbe za izbran izdelek ali storitev;</li> <li>• izdelava načrta objav v digitalnih medijih;</li> <li>• izdelava načrta vsebinskega marketinga (glede vsebine, nagovora, načina distribucije, načina zbiranja kontaktov itn.);</li> <li>• določi načine za razvoj lastne kreativnosti in kompetenc za učinkovito in ustvarjalno pisanje.</li> </ul>
<p><b>2. Načrtovanje in oblikovanje marketinških besedil:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• predstavi postopek, tehnike in metode kreativnega pisanja, pri čemer pojasni možnost uporabe orodij umetne inteligence;</li> <li>• opredeli pogoje za ustvarjalno pisanje;</li> <li>• pojasni dejavnike razvoja divergentnega mišljenja in njegove metode;</li> <li>• našteje značilnosti dobrih in učinkovitih marketinških besedil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• izdelava načrta in koordinira korake za pripravo besedil za različne akcije digitalnega marketinga;</li> <li>• napiše osnutek besedila za objavo na različnih digitalnih kanalih ter se vživi v vlogo bralca besedila in besedilo testira;</li> <li>• ustvari okolje za razvoj kreativnih sposobnosti.</li> </ul>
<p><b>3. Izdelovanje in vrednotenje besedil za vsebinski marketing:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ovrednoti pomen vsebinskega marketinga in kreativnega pisanja v poslovne namene ter možnost uporabe orodij umetne inteligence;</li> <li>• opredeli komunikacijske kanale za vsebinski marketing;</li> <li>• opiše digitalne komunikacijske kanale, primerne za kreativni in vsebinski marketing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sestavi besedila za namene vsebinskega marketinga in jih objavi na ustreznem komunikacijskem kanalu za konkretne namene vsebinskega marketinga;</li> <li>• izdelava analizo kakovosti, ustreznosti in učinkovitosti vsebinskega marketinga na konkretnih primerih.</li> </ul>

## 5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 60 (15 ur predavanj, 25 ur seminarских vaj, 20 ur laboratorijskih vaj).

Število ur samostojnega dela študenta: 150 ur (študij literature, delo z besedilom, študij primerov, analiza konkretnih primerov iz prakse, priprava pisnih besedil, predstavitev ipd.).