

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet: Tržno komuniciranje
Course title: Marketing Communication

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Mediji in novinarstvo / Media and Journalism	Program nima smeri / Program has a single course	prvi / first	drugi / second
Druga stopnja / Second Level			

Vrsta predmeta / Course type

obvezni / mandatory

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

TKom / MCom

Predavanja / Lectures	Seminar / Seminar	Vaje / Tutorial	Klinične vaje / Practical exercises	Druge oblike študija / Other forms of study	Samost. delo / Individ. work	ECTS
20		15			145	6

Nosilec predmeta / Lecturer:

prof. dr. Tina Vukasovič / Prof. Tina Vukasovič, PhD

**Jeziki /
Languages:****Predavanja /
Lectures:** slovenski, angleški / Slovenian, English**Vaje / Tutorial:** slovenski, angleški / Slovenian, English**Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:**

Poznavanje osnov komuniciranja, ki jih študent pridobi v okviru študija na prvi (bolonjski) stopnji.

Prerequisites:

Knowledge of the basics concepts of communication acquired by the student in the course of study at the first (Bologna) level.

Vsebina:

- Uvod: predstavitev predmeta, njegovih ciljev in kompetenc, predstavitev literature in dodatnih virov za študij ter principa samostojnega iskanja virov.
- Trženjski koncepti.
- Digitalno okolje: poslovanje v povezanem svetu.
- Digitalni potrošniki.
- Trženjski splet in tržno-komunikacijski splet.
- Sodobne teorije komuniciranja.

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
- Marketing concepts
- Digital environment: doing business in a connected world
- Digital consumers
- Marketing mix and marketing communication mix
- Modern theories of communication

- Osnove integriranega tržnega komuniciranja.
- Digitalni trendi v tržnem komuniciranju.
- Obravnava novih dognanj ali aktualnih trendov na izbranem področju.

- Basics of integrated marketing communication
- Digital trends in marketing communication
- Consideration of new findings or current trends in the chosen field

Temeljni literatura in viri / Readings:

Fill, Chris, and Turnbull, Sarah. 2023. *Marketing Communications*. Edition. Harlow: Pearson Education Limited.

Vukasovič, Tina. 2024. *Strateško trženje v poslovnem okolju*. Ljubljana: B2 Visoka šola za poslovne vede. Dosegljivo na / Available at:

https://www.vspv.si/uploads/vukasovic_tina_stratesko_trzenje_v_poslovnem_okolju_1.pdf

Korošec, Martin. 2020. *Digitalni marketing od A do Ž*. Brežice: Primus.

Cilji in kompetence:

Cilj predmeta je, da študenti v povezavi z drugimi predmeti spoznajo in razumejo pojme in koncepte iz področij trženja, natančneje s področij tržnega komuniciranja.

Kompetence:

- sposobnost oblikovanja kompleksnih in izvirnih idej, konceptov in rešitev določenih problemov;
- razvoj komunikacijskih sposobnosti in spretnosti za komuniciranje na različnih ravneh v medkulturnem okolju;
- sposobnost nadgradnje temeljnega znanja z namenom oblikovanja kvalitetnih medijskih vsebin;
- sposobnost kompleksne analize medijskih vsebin in tehnik;
- obvladovanje zahtevnih znanj in tehnik za produkcijo različnih tipov medijskih vsebin;
- sposobnost razumevanja, obvladovanja in povezovanja kompleksnih medijskih informacij;
- sposobnost medijskega komuniciranja v različnih kulturnih okoljih.

Objectives and competences:

The objective of the course is to make students familiar with and understand the concepts and concepts in the fields of marketing and marketing communication.

Competences:

- The ability to design complex and original ideas, concepts and solutions of certain problems
- Development of communication skills and communication skills at different levels in an intercultural environment
- The ability to upgrade the basic knowledge in order to create quality media content
- The ability of performing a complex analysis of media content and techniques
- Mastering intricate knowledge and techniques for the production of various types of media content
- The ability to understand, master and link complex media information
- The ability of media communication in different cultural environments

Predvideni študijski rezultati:

Študent/študentka:

- sposobnost konceptualnega razmišljanja na obravnavano tematiko in razvoj lastnih tržnih principov pri komuniciranju na trgu;

Intended learning outcomes:

Students:

- Gain the ability to think conceptually on the subject and to develop your own marketing

- sposobnost uporabe ustreznih komunikacijskih orodij za učinkovito komunikacijo na trgu;
- sposobnost samostojnega raziskovanja na tem strokovnem področju;
- sposobnost uporabe teoretskega in metodološkega znanja za reševanje praktičnih problemov s področij tržnega komuniciranja;
- sposobnost priprave in predstavitev svojega komunikacijskega projekta;
- sposobnost samoizražanja in prezentacije svojih stališč in idej skozi različne komunikacijske kanale;
- razvije občutek za medsebojne odnose in timsko delo ter usmerjenosti na uporabnika;
- razvije iniciativnost, vztrajnost, natančnost, prilagodljivost in iznajdljivost.

principles when communicating in the marketplace

- Gain the ability to use appropriate communication tools to communicate effectively in the marketplace
- Gain the ability to carry out independent research in this field of expertise
- Gain the ability to apply theoretical and methodological knowledge to solve practical problems in the field of marketing communication
- Gain the ability to prepare and present a communication project
- Gain the ability to express themselves and present their views and ideas through various communication channels
- Develop a sense of interpersonal and teamwork and customer orientation
- Develop initiative, perseverance, accuracy, flexibility and resourcefulness

Metode poučevanja in učenja:

- predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, vprašanja, primeri);
- seminarske vaje (refleksija izkušenj, projektno delo, timsko delo, metode kritičnega mišljenja, diskusija, sporočanje povratne informacije);
- individualne in skupinske konzultacije (diskusija, dodatna razlaga, obravnava specifičnih vprašanj);
- samostojen študij (motiviranje, usmerjanje, samoopazovanje, samouravnavanje, refleksija, samoocenjevanje);
- uporaba spletne učilnice oziroma drugih sodobnih IKT orodij.

Learning and teaching methods:

- Lectures with the active participation of students (explanation, discussion, questions, examples)
- Seminar exercises (case study, experience, reflection, project work, teamwork, critical thinking, discussion, feedback)
- Individual and group consultations (discussions, additional explanation, addressing specific questions)
- Individual study (motivation, guidance, self-observation, self-regulation, reflection, self-evaluation)
- Use of online classroom or other contemporary ICT tools

Načini ocenjevanja:

Načini:

- Pisni/ustni izpit
- Seminarska naloga

Delež (v %) /
Weight (in %)

60%
40%

Assessment:

Types:

- Written/oral exam
- Seminar paper

Ocenjevalna lestvica – skladno s Pravilnikom o preverjanju in ocenjevanju znanja.		Grading scale – in accordance with the Faculty's Rules on Assessment and Evaluation of Knowledge.
---	--	---

Reference nosilca / Lecturer's references:

LJUBIČIĆ, Kristina, VUKASOVIČ, Tina. Manipulation in the world of marketing = Manipulacije v svetu trženja. *Mednarodnoinovativno poslovanje: strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*, 2023, letn. 15, št. 1, 12 str. ISSN 1855-6175.

VALČIČ, Nina, VUKASOVIČ, Tina. Marketinška strategija javnog poduzeća pri uvođenju nove usluge parkiranja = Tržna strategijajavnega podjetja ob uvajanju novega parkirnega servisa. *Mednarodno inovativno poslovanje: strokovno-znanstvena revija zapodročje poslovanja in poslovnega izobraževanja*, 2023, letn. 15, št. 2, 11 str. ISSN 1855 6175.

VUKASOVIČ, Tina, SLUGA, Anita. Pomen poprodajnih aktivnosti v trženju medicinskih pripomočkov preko javnih naročil. *PerfectusAC*, 2023, št. 1, str. 5-15, ISSN 2738-4586.

VUKASOVIČ, Tina. Applying model of brand equity in higher education marketing context. *Business systems research*, 2022, vol.13, no. 1, str. 156-168, ISSN 1847-9375.

VUKASOVIČ, Tina, SLUGA, Anita. Creating a marketing mix model for the marketing of medical devices through public procurement. *Health marketing quarterly*, 13 Sep, 2022, vol. 39, iss. 3, str. 1-21, ISSN 1545-0864.

VUKASOVIČ, Tina, PETRIČ, Aleksander. Consumer behaviour and loyalty when purchasing sporting goods. *International journal of management, knowledge and learning*, 2022, vol. 11, str. [71]-83, ISSN 2232-5697.

VUKASOVIČ, Tina. Covid-19 pandemic influence on consumer buying behaviour. *International journal of management, knowledge and learning*, ISSN 2232-5697, 2021, vol. 10, str. 65-74.

VUKASOVIČ, Tina, MATIČIČ ZVER, Manca. Environmentally friendly textile products: conceptual buying behavior model. *Journal of textile and apparel technology and management: JTATM*, ISSN 1533-0915, spring 2021, vol. 12, iss. 1, str. 1-15.

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*, ISSN 1855-6175, 2021, letn. 13, št. 2, str. [9-28].

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*, ISSN 1855-6175, 2021, letn. 13, št. 2, str. [29-45].

MATIČIČ ZVER, Manca, VUKASOVIČ, Tina. Consumers' attitude towards ecofriendly textile products = Stališča potrošnikov do okolju prijaznih tekstilnih izdelkov. *Tekstilec: glasilo slovenskih tekstilcev*, ISSN 0351-3386, 2021, vol. 64, [no.] 2, str. 159-171.

VUKASOVIČ, Tina, MIHAČ, Vlaho. Trends in the online booking of hotel accommodation. *International journal of e-services and mobile applications*, ISSN 1941-6288, Jan.-Mar.2021, vol. 13, iss. 1, str. 60-76.

VUKASOVIČ, Tina. Knowledge as an important factor in the process of creating brand equity. *International journal of innovation and learning*, ISSN 1471-8197, 2020, vol. 28, no. 2, str. 139-158.

VUKASOVIČ, Tina. Understanding the consumers' personal characteristics as the starting point for targeted marketing. *Management*, ISSN 1854-4231, spring 2020, vol. 15, no. 1, str. 29-41.

LUKMAN, Aleš, VUKASOVIČ, Tina. The factors influencing the buying decision of customers behaviour. *Management*, ISSN 1854-4231, fall 2020, vol. 15, no. 3, str. 221-233.

ADZOVIČ, Almin, PURG, Danica, VUKASOVIČ, Tina. Decision making theories in medicine reimbursement. *International journal of Euro-Mediterranean studies*, ISSN 1855-3362, 2019, vol. 12, no. 2, str. 67-92.

VIDMAR, Urška, VUKASOVIČ, Tina. A model for a successful approach to applying for Horizon 2020. *International journal of value chain management*, ISSN 1741-5357, 2019, vol. 10, no. 1, str. 26-52.

JAGODIČ, Gregor, VUKASOVIČ, Tina. Uticaj medija na ponašanje kupaca = Media influence on consumer buying behaviour. *Serbian Journal of Engineering Management*, ISSN 2466-4693, 2019, vol. 4, no. 2, str. 39-48.

VIDMAR, Urška, VUKASOVIČ, Tina. Identifying elements for a successful approach to applying projects. *International journal of management, knowledge and learning*, ISSN 2232-5107. [Tiskana izd.], 2018, vol. 7, iss. 2, str. 217-243, 247-248, table. <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, KOREZ, Bojana, POREKAR PETELIN, Sonja. The expansion of the brand through the establishment of the mobile kitchen system. *Management*, ISSN 1854-4231. [Spletna izd.], spring 2018, vol. 13, no. 1, str. 19-31, preglednice. <http://www.hippocampus.si/ISSN/1854-4231/13.19-31.pdf>, doi: 10.26493/1854-4231.13_1. [COBISS.SI-ID 39536389]

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*, ISSN 2466-4693, 2018, vol. 3, no. 2, str. 36-50.

VUKASOVIČ, Tina, SÖKE, Henrik. Priprava spletne oglaševalske akcije na iskalniku Bing. *Mednarodno inovativno poslovanje: strokovno-znanstvena revija za področje poslovanja in poslovnega izobraževanja*, ISSN 1855-6175, 2017, letn. 9, št. 1.

VUKASOVIČ, Tina, STANTON, John L. Going local: exploring millennials preferences for locally sourced and produced fresh poultry in a developing economy. *World's Poultry Science Journal*, ISSN 0043-9339, Dec. 2017, vol. 73, iss. 4, str. 757-766.

VUKASOVIČ, Tina, FATUR, Gordana. *Menedžment prodaje*. Elektronska izd. Maribor: DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije. Monografija DOBA Fakultete. ISBN 978-961-7061-15-4, 2024.

VUKASOVIČ, Tina. *Strateško trženje v poslovnem okolju*. Ljubljana: B2 Visoka šola za poslovne vede, 2024. ISBN 978-961-7110-09-8.

VUKASOVIČ, Tina, DIVJAK, Marko (avtor, urednik), et al. *Sodobni vidiki e-izobraževanja v visokem šolstvu: znanstvena monografija*. Maribor: DOBA fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije, 2023, 301 str. ISBN 978-961-7061-13-0.

VUKASOVIČ, Tina, DUVNJAK, Nenad, VALENČAK, Dejan. *Menedžment nabave*. 1. izd. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede, 2023. 116 str. Zbirka Znanstvene monografije FKPV. ISBN 978-961-6997-18-8.

VUKASOVIČ, Tina. *Trženje - za teorijo in prakso*. Harlow: Pearson, cop. 2023. 240 str. ISBN 978-1-80006-778-3.

VUKASOVIČ, Tina, PENKO, Tadeja. *Upravljanje blagovnih znamk in novih izdelkov*. 1. izd. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede, 2023. 119 str., ilustr. Zbirka Znanstvene monografije FKPV. ISBN 978-961-6997-19-5.

VUKASOVIČ, Tina. *Koncepti sodobnega trženja*. Harlow: Pearson, cop. 2020. VIII, 202 str., ilustr. ISBN 978-1-839-61084-4.

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.

VUKASOVIČ, Tina, JAGODIČ, Gregor. *Osnove trženja in strateškega tržnega načrtovanja*. Harlow [etc.]: Pearson, cop. 2017. 218 str., ilustr. ISBN 978-1-78726-026-9.

VUKASOVIČ, Tina. *Osnove trženja za 21. stoletje*. 2. natis. Celje: Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne študije, 2016. 152 str. Znanstvene monografije MFDPS. ISBN 978-961-6813-37-2. ISSN 2232-2116.