

Opis predmetov za program Komunikologija - Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi

1. semester - 1. letnik		
Zap. št.	Učna enota	Vsebina
1	Temelji ekonomije	<p>Cilj predmeta je posredovati znanja, ki bodo omogočila: a) prepoznavanje in razumevanje ekonomskih odločitev posameznikov/gospodinjstev v kontekstu omejenih virov in razumevanje ekonomskih odločitev poslovanja podjetij (stroški, dohodki, dobiček) v različnih konkurenčnih tržnih strukturah. b) poznavanje in sposobnost razumevanja ključnih makroekonomskih pojavov in kazalcev (brezposelnost, rast, inflacija) ter presojanje spleta makroekonomske politike vlade na osnovi obravnavanih teorij.</p> <p>Pridobljene kompetence so zmožnost in sposobnost uporabe ekonomskih konceptov za proučevanje in razlago vsakodnevnih ekonomskih odločitev potrošnikov, podjetij in oblikovalcev politik. Sposobnost podajanja argumentov v pisni, ustni in grafični obliki na temo ekonomskih vprašanj. Ustna javna komunikacija ekonomskih argumentov. Osnovno poznavanje iskanja in uporabe ekonomskih podatkov iz javno dostopnih primarnih virov.</p>
2	Statistika	<p>Cilj predmeta je spodbuditi zavedanje študentov o obstoju podatkov v vsakodnevem življenju ter jih pripraviti na delovanje v sodobni kvantificirani družbi. K temu bomo stremeli preko doseganja osnovne statistične pismenosti, t. j. razumevanja statističnih podatkov do take mere, da lahko dojamemo statistične informacije, s katerimi se srečujemo v vsakodnevem življenju, da lahko o njih kritično razmišljamo in se na osnovi tega informirano odločamo.</p> <p>Dodatni cilj predmeta je študentom ponuditi dobro osnovo za nadaljnje predmete, ki vključujejo uporabo in/ali bolj poglobljeno spoznavanje (zahtevnejših) statističnih metod.</p> <p>Za doseganje teh ciljev bodo študenti pridobili naslednje kompetence: - Zavedanje o pomenu statističnih podatkov. - Poznavanje osnovnih idej in terminologije na področju statistike. - Sposobnost reševanja enostavnih statističnih problemov in osnovne analize podatkov. - Sposobnost komuniciranja s statistiki, ki opravljajo naprednejše statistične analize. - Sposobnost razumevanja osnovnih statističnih analiz. - Razumevanje statističnih idej do te mere, da bodo sposobni postavljati statistična vprašanja in razumeti statistične odgovore.</p>

3	Temelji komunikologije	Namen predmeta je posredovati študentom najpomembnejša spoznanja komunikologije kot znanstvene discipline. Cilj predmeta je naučiti študente samostojno in kritično razmišljati o družbenem komuniciranju in o vlogi medijev v sodobnem svetu. Predmet ponudi osnovna znanja, ki so potrebna za nadaljnji študij komuniciranja in medijev v sodobni družbi.
4	Socialna in kulturna antropologija	CILJI: študentom posredovati znanja za bolj informiran uvid v izoblikovanje kulturnih norm, stereotipov in predsodkov do »drugačnosti«; v heterogenost, raznolikost in raznovrstnost človeških zadev. Prispevati k bolj inkluzivnemu in tolerantnemu odnosu do raznolikosti. Prikazati načine sodobne aplikacije splošne antropološke teorije. KOMPETENCE: z razumevanjem neracionalnosti in arbitrarnosti družbenih in kulturnih kategorij bodo slušatelji sposobni kritične refleksije in reevaluacije implicitnih kontekstov proizvodnje kulturnih razlik in njihovih implikacij. Multikulturno komuniciranje.
5	Jezikovna kultura	Glavni cilji predmeta so študentom posredovati znanja, ki jim bodo omogočala razumevanje vloge in podobe slovenščine v različnih položajih in jih usposobiti za pravilno in ustrezno pisanje različnih vrst s študijem in poklicem povezanih besedil. Kompetence, pridobljene pri predmetu, so: - Poznavanje temeljnih normativnih priročnikov slovenskega jezika in kodifikacijskih pravil v njih. - Razumevanje jezikovne členjenosti in načrtnih odstopov od norme. - Kritično vrednotenje jezikovne podobe različnih vrst besedil (tudi lastnih). - Usposobljenost za urejanje strokovnoznanstvenih besedil skladno z merili, ki veljajo za tovrstno pisanje v slovenščini, in za natančno navajanje virov. - Izboljšanje znanja slovenščine in pisnega komuniciranja v njej.

2. semester – 1. letnik		
Zap. št.	Učna enota	Vsebina
1	Osnove marketinga	Cilj predmeta je posredovanje osnovnih marketinških znanj, ki bodo študentom omogočila poznavanje in razumevanje elementov marketinškega okolja organizacij v profitnem in neprofitnem sektorju ter razumevanje vedenja potrošnikov/gospodinjev in podjetij. Pridobljena marketinška znanja ponujajo osnovo za nadgradnjo s predmeti v višjih letnikih. Pridobljene kompetence so sposobnost prepoznavanja in razumevanja marketinških pojavov ter osnovna uporaba in analiza marketinških konceptov pri oblikovanju poslovanja organizacij v profitnem in neprofitnem sektorju. Okvirna sposobnost analize vedenja potrošnikov.

2	Odnosi z javnostmi	Predmet študente uvede v sodobno prakso odnosov z javnostmi (OJ), jih usposobi za izhodiščna dela in poda osnovna miselna orodja za kritično vrednotenje. Kompetence: 1. priprava osnovnih načrtov za OJ, 2. uporaba osnovnih tehnik OJ, 3. analiza in sinteza podatkov za OJ, 4. profesionalno, odgovorno in kritično vrednotenje OJ, 5. osnove strokovnega svetovanja na področju OJ.
3	Raziskovanje medijev in komuniciranja	Namen predmeta je opremiti študente s temeljnimi znanji, potrebnimi za empirično raziskovanje v komunikologiji ter za kasnejše podrobnejše raziskovalne specializacije. Kompetence: 1) Sposobnost uporabe glavnih raziskovalnih pristopov ter metod in tehnik v komunikološkem raziskovanju z IKT podporo. 2) Oblikovanje osnovnih raziskovalnih načrtov in izvajanje raziskav v sodelovanju z drugimi. 3) Profesionalna, odgovorna in kritična predstavitev raziskovalnih rezultatov v ustni in pisni obliki. 4) Poznavanje, razumevanje in upoštevanje etičnih načel v raziskovanju.
4	Uvod v jezik stroke – angleščina ali	Študentom posredovati skupek kompetenc in znanj, ki jim bodo omogočila uspešno komuniciranje v angleško govorečem akademskem okolju. Študenti bodo zmožni ustno in pisno komunicirati v angleščini v študijskem okolju; zmožni bodo razumeti, povzemati in samostojno tvoriti strokovna in znanstvena besedila z izbranega študijskega področja; Zmožni bodo učinkovito javno nastopati v angleškem jeziku in predstaviti družboslovne vsebine z ustrezno terminologijo, zmožni bodo aktivno sodelovati v strokovnih diskusijah v angleškem jeziku.
4	Uvod v jezik stroke – italijanščina ali	Študentom posredovati skupek kompetenc in znanj, ki jim bodo omogočila uspešno komuniciranje v italijansko govorečem študijskem okolju. Študenti bodo zmožni ustno in pisno komunicirati v italijanskem jeziku v študijskem okolju; zmožni bodo prepoznati, razumeti in povzemati bistvo lažjih družboslovnih besedil. Zmožni bodo učinkovito javno nastopati v italijanskem jeziku in predstaviti družboslovne vsebine z ustrezno terminologijo.
4	Uvod v jezik stroke – francoščina ali	Cilj predmeta je študentom posredovati skupek kompetenc in znanj, ki jim bodo omogočila uspešno komuniciranje v frankofonem študijskem okolju. Kompetence: študenti bodo zmožni ustno in pisno komunicirati v francoskem jeziku v študijskem okolju; zmožni bodo prepoznati, razumeti in povzemati bistvo lažjih družboslovnih besedil. Zmožni bodo učinkovito javno nastopati v francoskem jeziku in predstaviti družboslovne vsebine.

4	Uvod v jezik stroke – nemščina ali	Cilje je študentom posredovati skupek kompetenc in znanj, s katerimi bodo zmožni najprej razumeti enostavnejša besedila na izbrane teme, poiskati in prepoznati v njih bistvene informacije, jih povzeti in konstruirati samostojne krajša besedila, ki jih bodo potem zmožni ustno predstaviti. Naučiti jih prepoznati, obdelati in smiselno uporabiti strokovno terminologijo. Aplicirati slovnične vaje na strokovna besedila in jim pokazati, kako se določene slovnične strukture uporabljajo v strokovnih besedilih. Doseči, da bodo brez težav sledili in razumeli zvočnim zapisom realnega nemškega govora. Študenti bodo sposobni na kratek in jedrnat način oceniti vsebino obravnavanih besedil in zavzeti stališče. Študenti bodo imeli krajše samostojne jezikovne predstavitve, sposobni bodo tvorno sodelovati v razpravah na izbrane družboslovne teme, pri tem uporabiti naučeno terminologijo in ustrezne slovnične strukture, kratko predstaviti določeno problematiko in argumentirano pojasniti svoje stališče.
4	Uvod v jezik stroke – španščina	Študentom posredovati skupek kompetenc in znanj, ki jim bodo s pomočjo usvajanja znanj o temeljnih zakonitostih pogajanj v tujem jeziku. Študenti bodo zmožni analizirati preprosto strukturo argumentov na določeno temo.
5	izbirni predmet	

1. semester – 2. letnik		
Zap. št.	Učna enota	Vsebina
1	Temelji politologije	Osnovni namen predmeta je študente na sistematičen in vsebinsko celovit način seznaniti z vsebinskim področjem predmeta. Kompetenca: razumevanje in prepoznavanje temeljnih konceptov politologije in njihova uporaba v ustreznih kontekstih.
2	Uvod v sociologijo	Predmet je namenjen poznavanju temeljnih socioloških pojmov, konceptualnih in metodoloških pristopov, njihovem analitičnem razumevanju ter vsaj osnovni usposobljenosti za njihovo uporabo. Predmet študente uvede v sociološki način razmišljanja (imaginacije), ki je pogoj za študij sociologije in družboslovja nasploh.

3	Vedenje porabnikov	Namen predmeta je študentom omogočiti razumevanje in vrednotenje vedenja porabnikov tako z vidika porabnikov kot z vidika oblikovanja marketinških in komunikacijskih strategij. Kompetence: 1. razumevanje in zmožnost apliciranja konceptov povezanih z vedenjem porabnikov, 2. ocena vloge in vpliva komunikacijskih in marketinških aktivnosti na vedenje porabnikov, 3. razvoj kritičnega razmišljanja skozi evalvacijo in analizo situacij pri vedenju porabnikov, 4. uporaba znanja o vedenju porabnikov za razvijanje strateškega razmišljanja.
4	Raziskovanje v TKOJ	Predmet omogoča študentom programa TKOJ pridobitev temeljnih znanj, potrebnih za empirično raziskovanje na njihovem področju dela oziroma za izhodiščne zaposlitve v raziskovanju v tržnem komuniciranju in odnosih z javnostmi. Kompetence: 1) oblikovanje osnovnih raziskovalnih načrtov v sodelovanju z naročniki in izvajanje raziskav na področju TKOJ v sodelovanju z drugimi raziskovalci. 2) Uporaba glavnih raziskovalnih pristopov ter metod in tehnik na področju tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi z IKT podporo. 3) Analiza in sinteza podatkov v rezultate. 4) Profesionalna, odgovorna in kritična predstavitev raziskovalnih rezultatov v ustni in pisni obliki. 5) Strokovno svetovanje na osnovi rezultatov empiričnih raziskav.
5	Strokovna angleščina ali	Študentom posredovati skupek kompetenc in znanj, ki jim bodo omogočila uspešno komuniciranje v angleško govorečem poklicnem okolju. Študenti bodo zmožni ustno in pisno komunicirati v angleščini v poklicnem okolju; zmožni bodo razumeti in samostojno tvoriti pisna ali govorna strokovna in znanstvena besedila z izbranega študijskega področja. Zmožni bodo razumeti v angleščini zapisane / predstavljene teme s svojega študijskega področja, slovenske strokovne vsebine bodo zmožni prevesti v angleški jezik, zmožni bodo pripraviti in izvesti učinkovite predstavitve v angleškem jeziku in zmožni bodo svoja stališča argumentirati v angleškem jeziku.
5	Strokovna nemščina	Študentom bomo posredovali skupek kompetenc in znanj, ki jim bodo s pomočjo usvajanja znanj o temeljnih zakonitostih argumentiranega razpravljanja v tujem jeziku in v različnih kulturnih okoljih omogočili uspešno komuniciranje v nemškem govornem poklicnem okolju. Študentom posredovati znanja in spretnosti za analiziranje argumentov in protiargumentov na določeno temo, za ustrezno uporabljanje strokovnega besedišča, slovničnih in funkcionalnih jezikovnih struktur za kompleksno predstavljanje argumentov v nemškem jeziku.

2. semester – 2. letnik		
Zap. št.	Učna enota	Vsebina

1	Mednarodni marketing	<p>Osnovni cilj predmeta je študentom predstaviti posebnosti, potrebne za izdelavo mednarodne marketinške strategije in izvedbo marketinških aktivnosti na mednarodni ravni. Pozornost bo osredotočena na izzive, kot so prepoznavanje in vrednotenje priložnosti na mednarodnih trgih, razvoj in izvedba marketinških taktik na specifičnih nacionalnih trgih in koordinaciji strategij na globalnem trgu. Iz vidika mednarodnega marketinškega direktorja se bodo študentje soočali z obsegom in izzivi mednarodnega marketinga, dinamiko mednarodnega poslovnega okolja, kulturnimi, političnimi, družbenimi, etičnimi in poslovnimi sistemi globalnega trga.</p> <p>S predmetom se želi študente opremiti s sodobnim razumevanjem mednarodnih in globalnih marketinških tem, konkurenco in potrebnimi spretnostmi za strateške odločitve, ki temeljijo na mednarodnem marketingu.</p>
2	Napredne raziskave v TKOJ	<p>Predmet je namenjen pripravi na zahtevnejše raziskovalno delo oziroma kot aplikativno dopolnjevanje že osvojenih raziskovalnih znanj z zahtevnejšimi multivariatnimi metodami za analize podatkov na področju tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi. Ključne predmetno specifične kompetence za področje so: 1) oblikovanje večkriterijskih tipologij in prepoznavanje segmentov potrošnikov, 2) obvladovanje spletnja in triangulacije metod za povečanje veljavnosti tipologij, 3) odkrivanje latentnih razsežij v podatkih ter prepoznavanje pozicij potrošnikov, demografskih skupin, blagovnih znamk ipd., 5) ustvarjanje in uporaba pozicijskih in percepcijskih zemljevidov, 6) pojasnjevanje in napovedovanje na osnovi multiple linearne regresije, 7) sposobnost poglobljenega razumevanja in uporabe rezultatov multivariatnih metod pri strateškem načrtovanju na področju tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi.</p>
3	Integrirano tržno komuniciranje	<p>Cilj predmeta je usposobiti slušatelje, da bodo razumeli in uporabljali koncepte in tehnike integriranega tržnega komuniciranja.</p> <p>S perspektive vodje tržnega komuniciranja se bodo študentje poučili o obsegu in izzivih ITK, elementih in medijih tržnega komuniciranja ter ITK strategijah in taktikah. Študentje bodo pridobili kompetence za evalvacijo celotnega polja ITK, pridobili ter poglobili razumevanje o teorijah/principih znotraj ITK, oblikovanju in izvedbi ITK kampanj, poglobili razumevanje o znamčenju in vlogi komuniciranja znotraj njega, združevali znanje o različnih elementih promocijskega spleta, končali ITK projekt skozi prizmo ciljne naravnosti in pridobili in uporabiti kreativne sposobnosti, potrebne v tržnem komuniciranju.</p>
4	Oglaševanje	<p>Cilj predmeta je študenta_ tko naučiti, kako analizirati, strateško ter etično načrtovati in razvijati oglaševalske kampanje glede na specifični marketinški problem.</p> <p>Kompetence: razumevanje temeljne teorije in pojmov na katerih temelji strateško načrtovanje oglaševalskih kampanj; načrtovanje in izvedba sistematičnega procesa priprave komunikacijskega načrta, od definiranja marketinškega problema na strani naročnika, situacijske analize, marketinškega pozicioniranja, izbire ciljnih skupin, do določanja komunikacijskih ciljev in kreativne zasnove; seznanjenost s tržno situacijo oglaševalske industrije v Sloveniji; sposobnost timskega projektne delo; veččnost komuniciranja v oglaševalskem diskurzu.</p>
5	izbirni predmet	

1. semester – 3. letnik		
Zap. št.	Učna enota	Vsebina
1	Storitveni marketing	Osnovni namen predmeta je seznaniti študente s temeljnimi značilnostmi marketinga storitev ter razložiti procese skozi razlagalni aparat marketinških odnosov. Kompetence: 1. razumevanje pomena marketinga storitev za konkurenčnost organizacij. 2. Analiziranje marketinških problemov v storitveno naravnanih organizacijah. 3. Razvijanje in načrtovanje marketinških programov za zagotavljanje najboljše uporabniške izkušnje in zadovoljstva porabnikov. 4. Zmožnost zaključiti projekt ali drug praktični izdelek, povezan z implementacijo ali izpopolnjevanjem elementov storitvenega marketinga.
2	Mediji in popularna kultura	Namen predmeta je osvojitve pojmovnega aparata s področja medijskih študij in komunikologije in analiza empiričnih fenomenov s pomočjo teoretskih konceptov, da bi razumeli različne vidike medijske simbolne moči. Pojemni aparat bo študentom omogočil razumevanje in analizo razmerja med kulturno logiko sodobne družbe in vlogo popularnih medijev ter medijskega komuniciranja v družbi. Predmet nadgrajuje Temelje komunikologije iz prvega letnika in podaja osnovo za programsko specifične predmete v višjih letnikih.
3	Korporativno komuniciranje	Osnovni namen/cilj predmeta je seznaniti študente s korporativnim komuniciranjem, identiteto, znamko, imidžem, ugledom in organizacijsko identifikacijo. Študentje bodo razvili analitične kompetence za spremljanje in razumevanje ključnih dejavnikov, potrebnih za oblikovanje korporativnega imidža in ugleda v očeh različnih deležnikov. Študentje bodo pridobili kompetence za snovanje merskih instrumentov za merjenje korporativnega imidža, ugleda, zaupanja, zavezanosti in drugih povezanih konceptov. Nadgradili bodo svoje osnovna znanja povezano s komunikacijskim menedžmentom in razvili kompetence za strateško korporativno komuniciranje in veščine. Ob zaključku predmeta bodo študentje: razvili analitične kompetence za pregled korporativnega imidža, ugleda, zaupanja, organizacijske zavezanosti in identifikacije. Razumeli bodo problematiko implementacije korporativnih komunikacij. Razvili bodo strateški načrt korporativnega komuniciranja.

4	Osnove vizualnih komunikacij	<p>Osnovni namen/cilj predmeta je študentom predstaviti glavna področja grafičnega oblikovanja v tržnem komuniciranju in propagandi in dvigniti nivo njihove vizualne pismenosti.</p> <p>Študentje bodo razvili analitične kompetence, potrebne za kritično presojanje in uporabo vizualnih elementov za potrebe (tržnega) komuniciranja. Pridobili bodo osnovna znanja za kompetentno sodelovanje z drugimi poklicnimi profili (npr. industrijski, grafični oblikovalci in arhitekti, tiskarji), ki sodelujejo znotraj procesa ustvarjanja informativnih, izobraževalnih in prepričevalnih sporočil. Dobili bodo znanja, kako uporabljati vizualije in vizualne tehnike za potrebe prepričevalnega komuniciranja.</p>
5	Marketinške in komunikacijske metrike	<p>Namen je študentom ponuditi temeljna znanja o sodobnih marketinških in komunikacijskih metrikah in analitičnih orodjih. Študente opremi z znanji, ki so potrebna za razumevanje analitičnih pristopov in načini uporabe analitike za odločanje v marketinški in TKOJ praksi. Kompetence: 1. razumevanje pomena analitike za marketing in TKOJ ter možnosti uporabe v praksi. 2. Izračun ključnih metrik pri odločanju v marketingu in TKOJ. 3. Sposobnost uporabe specialnih analitičnih znanj za načrtovanje marketinških in komunikacijskih strategij. 4. Sposobnost komuniciranja s strokovnjaki z drugih strokovnih področij (finance, računovodstvo, menedžment).</p>

2. semester – 3. letnik		
Zap. št.	Učna enota	Vsebina
1	Interno komuniciranje	<p>Predmet študente uvede v sodobno prakso internega komuniciranja (IK), jih usposobi za izhodiščna dela in poda osnovna miselna orodja za kritično vrednotenje. Kompetence: 1. priprava osnovnih načrtov za IK, 2. uporaba osnovnih tehnik IK, 3. analiza in sinteza podatkov za IK, 4. profesionalno, odgovorno in kritično vrednotenje IK, 5. osnove strokovnega svetovanja na področju IK.</p>

2	Praktikum marketinga in odnosov z javnostmi	<p>CILJI: Praktikum spodbuja uspešen prenos teoretskih spoznanj, ki so jih študentje pridobili pri programskih predmetih, v prakso. Osrednji namen praktikuma je pri študentih spodbuditi sistematični pristop k prepoznavanju in razmišljanju o aktualnih izzivih ter dogajanju na področju tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi, ki omogoča osredotočenje na praktične vidike reševanja identificiranih izzivov. Predmet s tem nadgrajuje pridobljena znanja študentov s področja marketinškega upravljanja, marketinškega raziskovanja in raziskovanja odnosov z javnostmi, oglaševanja ter načrtovanja komunikacijskih strategij/taktik in študente skozi obravnavo praktičnih nalog spodbuja k aktivnemu spremljanju ključnih dogajanj v stroki.</p> <p>KOMPETENCE: študentje bodo razvili sintetično, analitično in ustvarjalno mišljenje skozi proces prepoznavanja in reševanja aktualnih ter praktičnih marketinških in komunikacijskih problemov. Razvili bodo fleksibilno uporabo znanja v praksi. Prav tako bodo razvili samoiniciativnost/ambicioznost in razumeli pomen nenehnega strokovnega usposabljanja. Zmožni bodo poiskati prave informacije za rešitev aktualnih problemov, učinkovito načrtovati, določati odgovornosti, upoštevati omejitve virov in časovne roke. Razvili bodo potrebne veščine za uspešno delovanje v skupini v vrsti različnih situacij.</p>
3	izbirni predmet	
4	izbirni predmet	

Izbirni predmeti (fakultetni in zunanji)

Za fakultetne izbirne predmete velja, da se vsako leto se izvajata 2 izbirna predmeta vsakega programa.

Zap. št.	Predmet	Vsebina
1	Spol, jezik, moč	<p>CILJI: Študentom posredovati znanja za bolj informiran uvid v strategije izoblikovanja spolnih razlik, spolnih vlog, predsodkov v zvezi s spolom, ipd.</p> <p>KOMPETENCE: Z razumevanjem spola kot lingvistične kategorije bodo slušatelji sposobni kritične refleksije in reevaluacije implicitnih kontekstov proizvodnje spolnih razlik s socialnimi, kulturnimi in političnimi implikacijami.</p>
2	Jezik in stil strokovnih besedil	<p>Cilji predmeta so podati celovito poznavanje in razumevanje značilnosti strokovnoznanstvenega ubesedovanja v slovenščini. Kompetence, pridobljene pri predmetu, so: poznavanje jezikovnih, vsebinskih in oblikovnih značilnosti različnih besedilnih vrst znotraj strokovnoznanstvene zvrsti (in v primerjavi z nestrokovnimi besedili); obvladovanje jezikovne normativnosti strokovno-znanstvenih besedil in njihovega stila; razumevanje</p>

		večplastnosti terminologije (terminološka sinonimija, prevodnost, besedilno prepoznavanje itd.); obvladovanje utemeljevalnega načina razvijanja teme; usposobljenost za ustrezno uporabo znanstvenega aparata in natančno navajanje virov; usposobljenost za pisanje in urejanje strokovno-znanstvenih besedil skladno z merili, ki veljajo za strokovnoznanstveno pisanje v slovenščini; usposobljenost za položaju primerno izražanje in javno nastopanje s strokovno vsebino.
3	Digitalni laboratorij za družboslovce	Cilj predmeta je študente seznaniti z vseprisotnostjo in razvojem informacijskokomunikacijskih tehnologij, jih opremiti z znanji za uporabo širokega nabora spletnih storitev ter z veščini za soočanje z različnimi vrstami računalniško podprtih sistemov. Študenti bodo pri predmetu dobili naslednja znanja in kompetence: (1) Temeljne tehnične osnove računalniške in internetne tehnologije (logika delovanja, osnovni pojmi); (2) Osnovne informatične veščine: orodja za delo s preglednicami in uporaba statističnih programov za analizo in prikaz podatkov, storitve v oblaku, vmesniki različnih operacijskih sistemov, osnove varnosti in zaščite ter načela upravljanja datotečnih in drugih informacijskih sistemov; (3) Osnovne internetne veščine: pametno iskanje po svetovnem spletu in osnove uporabe internetnih informacijskih baz (npr. bibliografske baze, podatkovne baze), načini participacije v spletnih prostorih, osnove virtualnega sodelovanja in uporaba orodij v oblaku za študij; (4) Spoznati splošne in specifične vidike informatike in interneta v kontekstu posebnosti pri njihovi uporabi/aplikaciji v primeru specifičnih tipov spletnih mest in storitev, ki so zasnovane z različnimi nameni rab.
4	Analiza omrežij	Cilji: spoznati osnovne pojme in programe s področja analize in vizualizacije socialnih in drugih omrežij, tako da bo študent sposoben: - v svojem okolju odkrivati socialna in druga omrežja; - pripraviti omrežne podatke v obliki primerni za računalniško obdelavo; - dobljena omrežja analizirati in prikazati s sodobnimi pripomočki (Pajek). Kompetence – poznavanje in razumevanje osnovnih pojmov analize omrežij kot so: središčnost, povezanost, kohezivnost; eno in dvovrstna omrežja, označena omrežja; poznavanje programov za analizo omrežij; samostojna analiza manjših omrežij; interpretacija dobljenih rezultatov.
5	Medijska kritika	Cilji: študenti_ tke bodo skozi analizo konkretnih medijskih primerov spoznali osnovne pojme in metode za branje medijskih tekstov skozi perspektivo medijske kritike. Študentom_ kam bodo posredovana znanja in orodja za kritično razumevanje in branje medijskih vsebin. Kompetence: študent_ ka bo poznal osnovne teoretske pojme, ki jih uporabljamo za spoznavanje in analizo medijskih vsebin skozi perspektivo medijske kritike. Študent_ ka bo pridobil_ a kompetence za metodološko analizo medijskih vsebin. Študent_ ka bo znala_ a analizirati in interpretirati primere aktualnih medijskih vsebin.
6	Evropska javna sfera	Cilji: poznavanje in sposobnost kritičnega vrednotenja različnih teoretskih in metodoloških pristopov k proučevanju javne sfere, smeri in silnic njihovega spreminjanja ter njihovega mesta v teorijah demokracije in družbe.

		Kompetence: poznavanje konceptov, razumevanje problemov, analiziranje, interpretiranje, argumentiranje, samostojno presojanje in pisanje.
7	Jezik in stil tržnega komuniciranja ter odnosov z javnostmi	Cilji: študentom posredovati jezikoslovno in stilistično znanje za razumevanje in analizo področnih besedil. - Študente usposobiti za ustvarjanje žanrsko, jezikovno in stilno kakovostnih področnih besedil. Kompetence: poglobljeno razumevanje norme knjižnega jezika na področnih besedilih.
8	Oglaševanje in družba	Cilj predmeta je študente_ tke opremiti z znanjem za celostno in poglobljeno razumevanje oglaševanja. Omogoča razumevanje poslovne, politično-ekonomske in kulturno-družbene vloge oglaševanja. Kompetence: poznavanje in sposobnost sinteze ključnih teorij za celostno razumevanje fenomena oglaševanja; razumevanje oglaševalskega sistema, sposobnost analize oglaševalskih praks in podajanje rezultatov analize na kritičen in argumentiran način; dekonstrukcija prepričevalnih mehanizmov v oglasnih sporočilih; poznavanje regulatornih sistemov in pravil, ki omejujejo oglaševanje ter razumevanje prednosti in slabosti posameznih oblik regulacije oglaševanja; uporaba znanj za družbeno participacijo pri opozarjanju na sporne in družbeno odgovorne prakse oglaševanja.
9	Družbeni in etični vidiki razvoja moderne znanosti	Slušatelji bodo v okviru predmeta pridobili celovit pregled, t.j. splošno in tudi specialno znanje, o najbolj aktualnih družbenih vprašanjih razvoja moderne znanosti. Predmet jim bo dal sposobnost analiziranja in sinteze najbolj kompleksnih družbenih fenomenov, ki so povezani z razvojem znanosti in tehnologije. To znanje jim bo v veliko pomoč v praksi po dokončanju študija na različnih delovnih mestih: državni in občinski upravi, gospodarstvu, podjetništvu in družbenem neprofitnem sektorju. Ker bo ponujeno veliko vsebin, ki se prekrivajo s področjem naravoslovnih in tehničnih znanosti in tudi drugih družboslovnih znanosti (etika, zaščita intelektualne znanosti, odprta znanost, itd.), bodo pridobili veliko sposobnost dela v interdisciplinarnih skupinah, ravno tako sposobnosti za delo z nestrokovnjaki, saj bo predmet predstavil vse ključne primere delovanja med eksperti, civilno javnostjo, mediji, ki predstavljajo znanost. Slušatelji bodo ravno tako prišli do razumevanja vrednotne dimenzije razvoja moderne znanosti in tehnologije.
10	Antropologija postsocializma	Cilji: predstaviti študentu antropološko razumevanje postsocializma in postsocialističnih družb ter socialnih sprememb v postsocialističnih družbah. Kompetence: študenti bodo razvili sledeče kompetence: razumevanje; razvoj znanja; analizo in sintezo znanj; uporabo znanja; oblikovanje novih zamisli; učenje; kritičnost; odločanje; ter ustno in pisno komunikacijo.
11	Sodobna umetnost in družba	Cilj predmeta je študente seznaniti z najpomembnejšimi sodobnimi umetniškimi praksami in jih naučiti te prakse postavljati v širše okvire analitično temeljite družboslovne razlage. KOMPETENCE: razumevanje umetniških praks kot kompleksnih pomenskih celot, sposobnost samostojne analize (analitičnost), kritičnost, učenje, sposobnost pisanja recenzij, sposobnost razbiranja pomenov različnih umetniških del, prepoznavanje razmerij moči v različnih umetniških artikulacijah.

12	Kulturna antropologija	<p>Cilji: študentom predstaviti kulturno antropologijo kot antropološko poddisciplino, antropološka razumevanja kulture in njenega odnosa do jezika, posameznika in procesov produkcije in reprodukcije družbe.</p> <p>Kompetence: razumevanje; razvoj znanja; analiza in sinteza; uporaba znanja; oblikovanje novih zamisli; učenje; kritičnost; odločanje; ustna in pisna komunikacija, raziskovalne spretnosti.</p>
13	Sodobne evropske družbe	<p>Namen predmeta je študentom omogočiti teoretično refleksijo raziskovalnih vprašanj v povezavi s specifičnimi temami, ki temeljijo na empiričnih podatkih iz Evropske družboslovne raziskave.</p> <p>Predmet študente usposablja za primerjalno raziskovanje v kontekstu obravnave strukturnih sprememb evropskih družb.</p> <p>Empirično podlago predstavlja mednarodna podatkovna baza, ki študentom omogočata vpogled v celoten raziskovalni proces od oblikovanja in obravnave teoretičnih konceptov, do statistične in metodološke interpretacije rezultatov.</p>
14	Primerjalna religiologija	<p>Glavni namen predmeta je doseči osnovno stopnjo »verske pismenosti« študentov - poznavanja osnov verskih pojavov in njihovih družbeno najpomembnejših sestavin. Cilj je tudi spoznati osnovna načela znanstvene oz. primerjalne obravnave religij. Ta znanja jim bodo koristila pri kritičnem razumevanju povezovalnih in razdruževalnih procesov in pojavov, v katere je v sodobnem svetu vključen t.i. religijski dejavnik.</p>
15	Teorija organizacije	<p>Študentom posredovati dodatna znanja s področja delovanja organizacij, ki jim bodo omogočila razširjeno razumevanje, analizo in oblikovaje orodij za hitrejši razvoj organizacij in njihovo uspešno implementacijo v praksi.</p> <p>KOMPETENCE: razširjeno razumevanje delovanja organizacij; oblikovanje zamisli in uporaba znanja za individualno in kolektivno delovanje, odločanje in razvoj organizacij; oblikovanje zamisli za razvoj orodij pri spreminjanju organizacij; -učenje in usposabljanje v organizacijah; razvoj organizacijske kulture v organizaciji; kritičnost in samokritičnost; komunikacijske sposobnosti.</p>
16	Menedžment sprememb	<p>Cilj je seznaniti študente s ključnimi izzivi in rešitvami pri upravljanju sprememb v organizacijah zasebnega in javnega sektorja.</p> <p>Kompetence: novo znanje in razumevanje Analiza primerov in uporaba novega znanja za reševanje problemov Kritična analiza aplikativnih pristopov Sodelovanje in timsko delo Veščine pisne in ustne komunikacije.</p>
17	Ekonomija in družba	<p>Cilj so: razumevanje družbene določenosti ekonomskih struktur in procesov, ter pojmov in teorij, ki jo pomagajo razložiti.</p>
18	Ekonomске in delovne migracije	<p>Osnovni namen/cilj predmeta je študente/te na metodološko sistematičen in vsebinsko celovit način seznaniti z delovnimi in ekonomskimi migracijami ter njihovimi posledicami za posameznike in države (odselitve in priselitve).</p>

19	Intelektualna lastnina	<p>Osnovni cilj predmeta je študenta naučiti prepoznati vrste in pomen posameznih pravic intelektualne lastnine za varstvo raznolikih intelektualnih stvaritev posameznikov s posebnim poudarkom na tistih, ki jih ustvarjajo zaposleni v organizaciji. Zato je namen predmeta v tem, da študenti spoznajo ne le koncept, ampak tudi proces ustvarjanja intelektualne lastnine na ravni posameznika in podjetja, njene komercialne učinke v poslovni praksi, način njenega pravnega varstva, kakor tudi nekatere implikacije intelektualnih stvaritev za tehnološki napredek, gospodarski in socialni razvoj države. Namen predmeta je tudi v tem, da študente na metodološko sistematičen in vsebinsko celovit način seznanijo z osnovami intelektualne lastnine, ki jo razlaga interdisciplinarno, tj. z vidika prava, splošnega in kadrovskega menedžmenta, ekonomije in poslovnih ved; cilj je, da študenti podrobneje spoznajo tri reprezentativne kategorije pravic intelektualne lastnine (patenti, znamke, avtorske in druge pravice) in njihov pomen za poslovanje in doseganje konkurenčne prednosti podjetij. Kompetence: predmet študente opremi s specifičnimi znanji, ki jim omogočajo razvoj kompetenc za kritično družboslovno analizo problematike in dejavnikov spodbujanja ustvarjanja intelektualnih stvaritev v poslovnem svetu, s tega vidika pa tudi kompetence logične sinteze za učinkovito upravljanje s človeškimi viri v sodobnih, na znanju temelječih organizacijah. Dodatne kompetence: ustvarjalnost in inovativnost, obvladovanje sprememb, teamsko delo, uporaba znanja v praksi.</p>
20	Karierni menedžment	<p>Cilji: poznavanje in opredelitev kariernih konceptov, poznavanje in uporaba kariernih modelov na individualni ravni, v organizaciji in v svetovalnem procesu, sposobnost kontekstualizacije kariere v različnih življenjskih obdobjih in na različnih področjih življenja, sposobnost izvedbe svetovalnega procesa z uporabo teorij in tehnik kariernega svetovanja.</p> <p>Kompetence: strokovnost, usmerjenost k ljudem, usmerjenost k rezultatom, obvladovanje sprememb, odločanje in sprejemanje odgovornosti, timsko delo, komunikativnost, kreativnost in inovativnost, projektno vodenje.</p>
21	Poslovna etika	<p>Cilji: 1. predmet najprej obravnava, kaj je poslovna etika in 2. usmerja na etične probleme in na posledice neetičnih odločitev.</p> <p>Kompetence: 1. študente opremi za prepoznavanje etičnih dilem, 2. študentje bodo znali identifikirati etične probleme, 3. spoznali bodo metode etičnega sklepanja, 4. naučili se bodo etičnega sklepanja, 5. reševati bodo znali moralne probleme.</p>
22	Prihodnost države blaginje in socialna ekonomija	<p>Cilji predmeta so celovito seznaniti študente s področjem sistemov blaginje in socialne ekonomije s primerjalne evropske perspektive. Poseben poudarek bo namenjen spremembam sistemov blaginje in znotraj teh vloge socialne ekonomije glede na sodobne gospodarske in demografske trende. Posebej so izpostavljeni sodobni družbeni procesi, ki v začetku 21. stoletja predstavljajo izzive za prihodnost države blaginje in širše spreminjajočo se vlogo socialne ekonomije, na katere se evropske države odzivajo na različne načine. Študenti bodo pridobili tudi analitične in strokovne kompetence, sposobnost analiziranja sinteze in primerjave</p>

		kompetence timskega dela in strateškega razmišljanja ter evalvacije, ustne predstavitve in pisnega izražanja. Razvijali pa bodo tudi socialno občutljivost in socialno odgovornost do družbeno in socialno občutljivih vprašanj.
23	Socialna izključenost in politike vključevanja	Cilji predmeta so celovito seznaniti študente s področjem socialne izključenosti in socialne politike in vlogo, ki jo ima v družbi za preprečevanje različnih tveganj. Poleg tega bodo študenti pridobili tudi analitične in strokovne kompetence, sposobnost analiziranja in sinteze, primerjave kompetence timskega dela in strateškega razmišljanja ter evalvacije, ustne predstavitve in pisnega izražanja.
24	Menedžment inovacij	Cilj predmeta je dvojen: 1. naučiti študente v teoriji in praksi prepoznati dejavnike in procese upravljanja inovacij v podjetjih, ter 2. razviti sposobnosti študentov za identifikacijo oziroma kritično prepoznavanje konkretnih problemov v inovacijskem procesu podjetij in njihovega poslovnega okolja. Kompetence: inovacijska kompetenca, kompetenca za ustvarjalnost, kompetenca za timsko delo, kompetenca obvladovanja sprememb, kompetenca za analitično razmišljanje in logično sintezo pri iskanju možnih praktično uporabnih rešitev učinkovitega upravljanja inovacij s končnim ciljem pospeševanja inovacijske dejavnosti in posledično konkurenčnosti v naših podjetjih ter jih seznaniti z vlogo in pomenom inovacijske dejavnosti v sodobnem gospodarskem procesu.
25	Strateški menedžment	Cilj je seznaniti študente s procesom oblikovanja poslovne strategije in prikazati korake, ki privedejo do potrebnih informacij za strateško odločanje. KOMPETENCE: Novo znanje in razumevanje, spoznavanje pristopov in metod za oblikovanje strategije. Uporaba metod za strateško analizo Sodelovanje in timsko delo Veščine pisne in ustne komunikacije.
26	Nove oblike organizacije	Cilj je seznaniti študente z novimi izzivi organiziranja in z rešitvami ter dilemami, ki jih prinašajo nove oblike organizacij v iskanju fleksibilnosti in inovativnosti. Kompetence: novo znanje in razumevanje; analiza organizacijskih dilem pri prilagajanju na okolje in uporaba novih konceptov pri predlaganju rešitev; sinteza teorije in aplikativnih pristopov; sodelovanje in timsko delo; veščine pisne in ustne komunikacije.
27	Organizacije in menedžment	Cilj je seznaniti študente s ključnimi managerskimi problemi, s katerimi se srečujejo organizacije zasebnega in javnega sektorja. Kompetence: novo znanje in razumevanje; analiza primerov in uporaba novega znanja za reševanje problemov; sinteza teorije in aplikativnih pristopov; sodelovanje in timsko delo; veščine pisne in ustne komunikacije.
28	Menedžment dinamičnih organizacij	Seznaniti študente z naprednimi pristopi v managementu in jih usposobiti za kritično presojo novih in že uveljavljenih pristopov s pomočjo razkrivanja teoretskih osnov. Kompetence: novo znanje in razumevanje, analiza novih pristopov in njihova kritična evalvacija, sinteza teorije in aplikativnih pristopov, sodelovanje in timsko delo, Veščine pisne in ustne komunikacije.

29	Ekonomska in organizacijska demokracija	Namen predmeta je študente seznaniti s trendi in koncepti organizacijske teorije, ki obravnavajo spremembe organizacij in redefiniranje organizacijskih ciljev in vlog v sodobnih gospodarskih družbah v smeri večje ekonomske in organizacijske demokracije. Predmet razvija analitičnost, komunikativnost, usmerjenost k ciljem, strateško razmišljanje.
30	Krizni menedžment in sodobna varnost	Cilji: študentom posredovati znanja, ki jim bodo omogočila razumevanje sodobne kompleksne krize. Študente usposobiti za uporabo analitičnih instrumentov pri proučevanju krize in kriznega upravljanja. Kompetence: razumevanje sodobne krize kot endemičnega, sestavljenega in obnavljajočega se fenomena. Sposobnost ustne in pisne komunikacije v angleškem jeziku. Pridobitev analitičnih spretnosti.
31	Varnost v informacijski družbi	Cilji: Namen predmeta je opozoriti študente na varnostne implikacije uporabe informacijskokomunikacijske tehnologije, pa naj se nanašajo na posameznika, državo ali nedržavne akterje. Drugi cilj je povezan s preučevanjem oblikovanja in nastajanja varnostnih mehanizmov in politik na omenjenih nivojih. Kompetence: sposobnost analitičnega povezovanja informacijske tehnologije (tudi njenih tehničnih značilnosti) in družbenih procesov ter varnostnih teorij, razumevanje IKT kot družbeno-tehničnega omrežja, Načrtovanje politik v informacijski družbi.
32	Politika globalizacije	Študenti bodo spodbujani in usmerjeni da: 1. Spoznajo vprašanje sodobne globalizacije z večih vidikov (družbenega, politološkega, ekonomskega, kulturnega, ekološkega). 2. Razvijejo celovit nabor analitičnih metod za kritično ovrednotenje globalizacijskih fenomenov. Preko tega bodo sposobni identificirati, reflektirati in kritično preučevanje fenomene globalizacije. 3. Uporabijo znanje o globalizaciji v praksi. 4. Nadalje razvijejo svoje sposobnosti, da predstavijo ključne točke svoje analize na jasn in koncizen način tako v pisni kot govorni obliki.
33	Nova političnost in globalna družbena gibanja	Cilji in kompetence: 1. Politične fenomene razumeti kot procese, ki so v konfliktnem ali komplementarnem odnosu z modeli; 2. Razumeti na kak način političen zemljevid današnjeg sveta sooblikujejo družbena gibanja; 3. Analiza pojavnih oblik družbenih gibanj in širjenje konceptualnega in analitičnega aparata z inovacijami, ki nastajajo v gibanjih; 4. Identificiranje in pozicioniranje glede temeljnih dilem, ki jih izpostavljajo sodobna globalna družbena gibanja; 5. Soočiti forme znanstvenega pisanja in predstavitev z inovativnimi formami izražanja v novih družbenih gibanjih.
34	Genealogije državljanstva	1. Spoznati državljanstvo kot vsakokratno zgodovinski pojem; 2. Spoznati državljanstvo kot odprto kategorijo, ki se razvija in spreminja zaradi nenehnega izzivanja zamejitev pojma državljanstva; 3. Naučiti se brati o pojmu državljanstva z upoštevanjem državljanskih praks, ki nastajajo na robu koncepta državljanstva; 4. Identificirati temeljne dileme odkrog državljanstva današnjega časa in izdelati avtonomen in kritičen pogled nanje; 5. Razumeti, kako je v politikah integracije in družbene kohezije prisoten koncept državljanstva, ki se spreminja in ki nosi alternativne zamisli biti skupaj; 6. Smiselno povezati koncept državljanstva z različnimi temeljnimi politološkimi koncepti in koncepti delanja konceptov; 7. Razumeti razliko

		med razumevanjem koncepta državljanstva kot predmeta in kot razmerja, v katerega smo vpeti in razliko med razumevanjem državljanstva kot norme in kot prakse; 8. Dojemati konflikte povezane za državljanstvom in z njim povezanimi mehanizmi vključevanja in izključevanja kot motorje razvoja koncepta in družbenega in političnega razvoja.
35	Mladi in politika	Cilji: študenti bomo spoznali in razumeli specifične mladih kot družbene skupine in značilnosti njihovega delovanja v politiki (institucionalni in neinstitucionalni). Študenti pri predmetu bodo proučili povezavo med mladino kot družbeno skupino in politiko tudi z izvedbo lastnega empiričnega raziskovanja. Kompetence: sodelovanje, delo v skupini, aplikacija pridobljenega znanja, kritično mišljenje, raziskovalne in komunikacijske veščine (pisne in ustne), etično ravnanje
36	Javne politike – procesi in akterji	Cilj predmeta je študentom posredovati znanja za uvid v procese oblikovanja in implementacije javnih politik in vključenost različnih (državnih in nedržavnih) javnopolitičnih akterjev v te procese. Ključne predmetno-specifične kompetence študentov so poznavanje, razumevanje in aplikacija modelov policy analize v procesih odločanja o javnih politikah; razumevanje vloge različnih vrst javnopolitičnih akterjev v procesih odločanja o javnih politikah; poznavanje in razumevanje različnih javnopolitičnih stilov odločanja o javnih politikah; razumevanje variacij med procesi oblikovanja in izvajanja javnih politik glede na sektor, tematiko in (teritorialno) politične dimenzije; aplikacija teoretičnega znanja pri analizi konkretnih primerov javnih politik; poznavanje ustrezne strokovne terminologije; uporaba temeljnih raziskovalnih ter pisnih in ustnih komunikacijskih veščin za sporočanje rezultatov lastnega analitičnega dela.
37	Politika na območju bivše Jugoslavije	CILJ: osnovni namen/cilj predmeta je pridobiti znanja, ki omogočajo poglobljen vpogled v historične, polpretekle in aktualne značilnosti politike na območju nekdanje Jugoslavije in dejavnike, ki sodoločajo te značilnosti. KOMPETENCE: študent bo pridobil sposobnost razumevanja in poznavanja kompleksnih značilnosti politike na območju nekdanje Jugoslavije. Zaradi izdelave seminarske naloge v skupini bo pridobil zmožnost sodelovanja v skupini ter razvil medosebne spretnosti, razvil bo kritičnost do tematike, pridobil sposobnost izdelave lastne analize ter raziskovalne spretnosti ter spoznal različne raziskovalne metode in tehnike. Zaradi obveze priprave pisnega izdelka bo razvil sposobnost pisne komunikacije in zaradi javne predstavitve/zagovora seminarske naloge ter ustnega izpita sposobnost ustne komunikacije ter nastopanja.
38	Interesno predstavništvo in lobiranje	Cilj predmeta je študentom posredovati znanja za uvid v organiziranost in delovanje različnih oblik interesnega predstavništva, s poudarkom na vlogi lobiranja, v procesih odločanja o javnih politikah. Ključne predmetno-specifične kompetence študentov so poznavanje različnih vrst interesnega predstavništva; razumevanje vloge in pomena delovanja različnih oblik interesnega predstavništva v procesih odločanja o javnih politikah; poznavanje in razumevanje različnih vidikov lobiranja (regulacija/normativni okvir lobiranja v primerjalni perspektivi, formalna in neformalna pravila lobiranja, strategije lobiranja); aplikacija

		teoretičnega znanja pri analizi delovanja interesnega predstavništva na konkretnih primerih javnih politik; poznavanje ustrezne strokovne terminologije; uporaba temeljnih raziskovalnih ter pisnih in ustnih komunikacijskih veščin za sporočanje rezultatov lastnega analitičnega dela.
39	Primerjalni sistemi javnih uslužbencev	Osnovni cilj predmeta je študente na metodološko sistematičen in vsebinsko celovit način seznaniti z različnimi teoretskimi osnovami, elementi in koncepti odnosov na področju sistemov javnih uslužbencev. Poudarek je na slovenskem sistemu javnih uslužbencev, ki pa se primerja s sistemi javnih uslužbencev po svetu. Študenti bodo pridobili kompetence strokovnega poznavanja sistemov javnih uslužbencev (teorij, konceptov in doktrin), strokovnost, komunikativost, analitičnost in sposobnost sinteze, sposobni bodo pridobljena znanja uporabiti v praksi in pri raziskovalnem delu, s pridobljenim znanjem bodo sposobni oblikovati lastne predloge in rešitve problemov s področja uslužbenske ureditve javnega sektorja.
40	Politika evropskega državljanstva	CILJI: študenti pri predmetu se bodo naučili o evropskih aspektih demokratičnega državljanstva, še posebej o: 1) konceptualnih temeljih evropskega državljanstva, 2) dominanci pravic v konceptu državljanstva EU, 3) problemih članstva v politični skupnosti in identitete, 4) demokratičnem deficitu, ki je povezan z državljanstvom EU, 5) ekspanziji državljanstva in nacionalnih v postnacionalne oblike. KOMPETENCE: sodelovanje, delo v skupini, aplikacija pridobljenega znanja, kritično mišljenje, raziskovalne in komunikacijske veščine (pisne in ustne), etično ravnanje.
41	Sodobne alternative demokraciji	CILJI: pridobivanje izkušenj z raziskovanjem organizacije in delovanja sodobnih alternativ demokraciji; pridobivanje sposobnosti interpretacije javno-političnih značilnosti alternativnih političnih idej in sistemov v različnih kontekstih z uporabo primerjalnega pristopa. KOMPETENCE: raziskovalne veščine, analitično razmišljanje, kritično razmišljanje, analiza in sinteza, veščine predstavljanja in veščine pisanja analitičnih besedil.
42	Svetovna politika	Cilji predmeta so: (a) seznaniti študente z osnovami mednarodne in svetovne politike; (b) pojasniti temeljne črte razvoja mednarodne in svetovne politike; (c) predstaviti aparat za razmišljanje in analiziranje dogodkov v svetovni politiki. KOMPETENCE: študent: (a) pozna in razume temeljne značilnosti oblikovanje svetovne politike; (b) pozna osnovne značilnosti oblikovanja svetovne politike 21. stoletja; (c) je sposoben uporabljati analitični aparat za analizo dogajanj v svetovni politiki.
43	Protokol in etiketa	CILJI: cilji predmeta so (a) pojasniti osnovne značilnosti protokola, ceremoniala in etikete; (b) usposobiti študente za primerno obnašanje na protokolarnih dogodkih; (c) predstaviti osnovne značilnosti diplomatske in poslovne korespondence; (d) okrepiti zavedanje o pomenu primerne priprave in primerne obnašanja in protokolarnih in ceremonialnih prireditvah.

		KOMPETENCE: predmet daje naslednje kompetence študentom: (a) sposobnost razumevanja protokola, ceremoniala in etikete.
44	Politika poslovanja v EU	<p>CILJI: dati celovita znanja o okolju poslovanja v EU, ter načinih, zakonitostih, gonilnih silah mednarodnega poslovanja ter vplivu evropskih integracijskih procesov in politik EU na poslovanje evropskih podjetij. Študent bo spoznal teoretski okvir mednarodnega poslovanja in različna okolja, v katerih poslujejo evropska podjetja, odnose med podjetij EU, institucionalnem okoljem EU ter globalnim gospodarstvom in pridobil znanja potrebna za uspešno delovanje bodisi na nivoju državnih uradnikov v EU ali pa nosilcev poslovanja v podjetjih in drugih ne-privatnih organizacijah.</p> <p>KOMPETENCE: pridobi kompetence iskanja virov o podjetjih, opisa uspešnosti poslovanja podjetja, kompetenco opisa poslovnega okolja ter uporabe osnovnih managerskih strateških orodij (SWOT, PESTEL, C-analiza, ipd.) ter kompetence raziskovanja in analiziranja tveganj v mednarodnem poslovanju.</p>
45	Revščina, razvojna pomoč in razvoj	<p>Namen predmeta je s pomočjo analize aktualnih razvojnih problemov povezati spoznanja teorije mednarodnih ekonomskih odnosov in mednarodne politične teorije s prakso teh odnosov.</p> <p>Cilj predmeta je usposobiti študente, da s sistematičnim analitičnim pristopom razberejo ozadja aktualnih dogajanj na področju nacionalnih in mednarodnih prizadevanj za odpravljanje revšine in jih umestijo v ustrezen politično-ekonomski okvir.</p> <p>KOMPETENCE: študent pridobi sposobnost prepoznati in povezovati dogajanja v mednarodnem prostoru, jih ustrezno analizirati in sintetizirati. Pridobi kompetence kritičnega razmišljanja in oblikovanja samostojnih presoj. Hkrati razvije tudi raziskovalne spretnosti, teamsko delo in pisna komunikacijska znanja.</p>
46	Upravljanje etnične raznolikosti	<p>Namen predmeta je poznati vire in vrste etnične raznolikosti, potrebe, ki se pojavljajo v družbah po upravljanju heterogenosti, ter načine upravljanja etnične heterogenosti.</p> <p>Cilji predmeta so: zagotoviti poznavanje etnične raznolikosti, poznati potrebe v etnično heterogenih družbah, poznati načine upravljanja etnično heterogenih družb, razumeti proces integracije družbe, usposobiti študente za razumevanje, analizo in načrtovanje upravljanja etnične heterogenosti.</p> <p>Kompetence, ki jih študent pridobi, so: iskanje, analiza in ocena primarnih virov na področju upravljanja heterogenosti, razumevanje problematike etnične heterogenosti, raziskovanje in zapis raziskovalnih rezultatov, pisno in ustno izražanje, argumentacija.</p>
47	Športna vzgoja	<p>Ozaveščanje študentov o vrednotah športa in preko tega vplivanje na oblikovanje pozitivnih stališč do športa in navajanje na zdrav način življenja. Odpravljanje in preprečevanje posledic pomanjkanja gibanja oziroma skrb za izboljšanje psihofizičnih sposobnosti, krepitev zdravja in ustvarjalno izrabo prostega časa. Izpopolnjevanje znanja v izbranih športnih panogah.</p>

