

STRATEŠKI KOMUNIKACIJSKI MANAGEMENT

Splošne kompetence, ki se pridobijo s programom:

- komunikološke kompetence in spretnosti, ki so v praksi konkurenčnega strateškega komunikacijskega managementa nepogrešljive na vseh ravneh globalnega, regionalnega, nacionalnega, lokalnega in korporativnega komunikacijskega managementa (vodenje in upravljanje s komunikacijskim znanjem v podjetniškem, projektnem in medijskem managementu),
- splošna, posebna in posamezna komunikacijska znanja za uspešno pozicioniranje in komuniciranje na trgu dela (nova teoretična in praktična znanja na področjih: odnosi z javnostmi, medijsko komuniciranje, krizno komuniciranje ter upravljanje informacij in komunikacij) na vseh ravneh komunikacije (globalni, regionalni, nacionalni, lokalni in korporativni),
- usposobljenost za kompetentno upravljanje s strateškimi informacijami in komunikacijo (na področju uporabe informacij, komunikacij in medijskih tehnologij) v smislu implementacije novo pridobljenih komunikacijskih znanj in spretnosti za trg dela in napredovanje teorije in prakse strateškega komunikacijskega managementa,
- specifična usposobljenost za učinkovito uporabo kvantitativnih in kvalitativnih metod v znanstveno-raziskovalnem delu na področju strateškega komunikacijskega managementa,
- strokovne kompetence za uporabo komunikoloških raziskovalnih metod na vseh nivojih znanstvenega in komunikološkega raziskovanja,
- usposobljenost za sistematično uporabo informacijskega, komunikacijskega ter medijskega znanja in spretnosti na področju strateškega upravljanja odnosov z javnostmi, kriznega in medijskega komuniciranja na vseh ravneh tradicionalne medijske komunikacije (časopisi, radio in televizija), novih medijev, interneta, spletne komunikacije, multimedije, medijskih kampanj, oblikovanja, vizualne komunikacije, medijske digitalizacije, medijske konvergence in spletnih socialnih omrežij (Facebook, Twitter, YouTube, Broadcast, Most Popular, Music, Sports, Entertainment, Syllabus, LinkedIn, Flickr, blogi, mobilne aplikacije, klepetalnice, iPhone, hipna sporočila (IM sporočila), nove IM aplikacije, WhatsApp, Facebook Messenger, ...) za sistematično ustvarjanje in upravljanje strateškega komunikacijskega managementa,
- znanstvene kompetence za etično, normativno in pravilno uporabo primerjalnih medijskih in komunikacijskih prednosti v strategiji upravljanja informacij in komunikacij s strateškimi sporočili (vzdržljivost, impresivnost in hitrost medijskih sporočil v odnosih z javnostmi, medijskih kampanjah, medijskem oglaševanju) na vseh ravneh uporabe konkurenčne globalne, regionalne, nacionalne, lokalne in korporativne komunikacije v teoriji in praksi strateškega komunikacijskega managementa.

Predmetno-specifične kompetence, ki se pridobijo s programom:

- komunikacijske kompetence: odkrivanje in obdelava informacij, medijska retorika, zapisovanje misli, Gordonova tehnika, nominalna skupinska tehnika, vsiljene komunikacijske povezave, tehnika besedne igre, seznam komunikacijskih atributov, morfološka analiza komunikacije, input-output tehnika komuniciranja, sinektično povezovanje misli, imperativno strukturno oblikovanje sporočil, pro et contra, obrazložitev

informacij, Schopenhauerjeva eristična dialektika (spretnosti komuniciranja) in logična argumentacija,

- nova informacijska, medijska in komunikacijska znanja, kvalitativna in kvantitativna metodološka znanja, nove komunikološke metode, metodika in komunikacijske veščine, ki se celostno povezujejo in nadgrajujejo,
- predmetno-specifične kompetence, ki so potrebne za upravljanje informacij in komunikacij na vseh ravneh strateškega komunikacijskega managementa (globalni, regionalni, nacionalni, lokalni in korporativni): nova predmetna informacijska, komunikacijska in medijska znanja, komunikacijske veščine za odnose z mediji, komunikološke spretnosti na področju medijskih, tržnih in političnih kampanj, medijsko in grafično oblikovanje,
- informacijske, komunikacijske in medijske spretnosti (splošne, posebne in posamezne) za uporabo pridobljenega znanja v teoriji in praksi strateškega komunikacijskega managementa (odnosi z javnostmi, upravljanje medijev, medijske, tržne in politične kampanje, promocija, propaganda, oglaševanje, krizno komunikacije, medijsko in grafično oblikovanje),
- usposobljenost za komunikacijo s tradicionalnimi množičnimi mediji (tiskovne agencije, časopisi, radio in televizija), novimi mediji (internet, socialna omrežja, medijska digitalizacija in konvergenca medijev ter spletna strateška komunikacija).