

Naslov predmeta: **Marketing v medijih**

Število kreditov: 6

Letnik: prvi ali drugi

Opis vsebin:

- *Značilnosti in akterji marketinga v medijih*
- *Medijski marketing kot element družbenega komuniciranja*
- *Glavni pristopi v medijem marketinga*
- *Področja relevantnosti medijskega marketinga*
- *Pojavne oblike medijskega marketinga: študije primera*

Temeljna literatura:

- McNair, B. (2003): *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- Spahić, B. (2000): *Politični marketing*. Ljubljana: Študentska založba.
- Smith, Paul (1997): *Marketing communications: an integrated approach*. London: Kogan Page.
- Vreg, F. (2000): *Politično komuniciranje in prepričevanje*. Ljubljana: FDV.

Predvideni študijski dosežki:

Študent/študentka:

- v povezavi z drugimi predmeti pozna in razume pojme in koncepte iz področij medijev in marketinga
- pozna in uporablja osnovne metode in tehnike marketinga;
- izvede študijo primera in primerjalno študijo primera;
- je sposoben uporabiti svoje teoretsko in metodološko znanje za reševanje praktičnih problemov s področij medijskega marketinga;
- zavzame stališče do ključnih etičnih vprašanj v raziskovalnem procesu in kritično vrednosti konkreten primer;
- reflektira in kritično ovrednoti primernost določenega pristopa za rešitev konkretnega problema.