



n·a·k·v·i·s

Nacionalna agencija Republike Slovenije
za kakovost v visokem šolstvu

s·q·a·a

Slovenian Quality Assurance Agency
for Higher EducationŠtevilka: 6033-87/2013/~~4~~

Datum: 19. 9. 2013

Svet Nacionalne agencije Republike Slovenije za kakovost v visokem šolstvu je na podlagi sedme alineje enajstega odstavka 51. h člena Zakona o visokem šolstvu (Uradni list RS, št. 32/2012-UPB7, 40/2012-ZUJF, 57/2012-ZPCP-2D in 109/2012; ZViS) in 53. člena Meril za akreditacijo in zunanjo evalvacijo visokošolskih zavodov in študijskih programov (Uradni list št. 95/2010, 17/2011, 51/2012 in 6/2013) v zadevi izdaje soglasja k spremembi visokošolskega strokovnega študijskega programa »Marketing« DOBA Fakultete za uporabne in družbene študije Maribor na zahtevo DOBA Fakultete za uporabne in družbene študije Maribor, Prešernova ulica 1, 2000 Maribor, ki jo zastopa Jasna Dominko Baloh, direktorica, na svoji 71. seji 19. 9. 2013 sprejel naslednjo

ODLOČBO

1. Svet Nacionalne agencije Republike Slovenije za kakovost v visokem šolstvu sprejme soglasje k spremembi imena visokošolskega strokovnega študijskega programa »Marketing«, tako da se po novem glasi »Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi« ter soglasje k predmetniku tega študijskega programa.

2. Stroški v tem postopku niso nastali.

Obrazložitev:

DOBA Fakulteta za uporabne in družbene študije Maribor (v nadaljevanju: vlagatelj) je 4. 7. 2013 na svet Nacionalne agencije Republike Slovenije za kakovost v visokem šolstvu (v nadaljevanju: organ) naslovila vlogo za izdajo soglasja k spremembi imena visokošolskega strokovnega študijskega programa »Marketing«, tako da se po novem glasi »Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi« ter soglasje k predmetniku tega študijskega programa.

Iz priloženega dopisa vlagatelja je razvidno, da je Senat DOBA Fakultete za uporabne in družbene študije Maribor na svoji 12. redni seji 17. 6. 2013 sprejel sklep o spremembah obveznih sestavin predmetnega študijskega programa, in sicer:

- preimenovanje visokošolskega strokovnega študijskega programa »Marketing« v »Marketing, družbeni mediji in odnosi z javnostmi«,
- uvedba dodatnega izbirnega modula »Menedžment družbenih medijev« v tretjem letniku, ki vsebuje predmete »Digitalni marketing«, »Odnosi z mediji, »Povezava med mediji, PR in marketing«, »Strategije družbenih medijev in marketing«.

Vlagatelj spremembe utemeljuje s potrebo po nenehni aktualizaciji vsebin zadevnega programa, izkazanimi potrebami diplomantov in delodajalcev in potrebo po bolj ustrezni uskladitvi imena študijskega programa z vsebino študijskega programa.

1



