

# **POVZETEK SAMOEVALVACIJSKEGA POROČILA DODIPLOMSKEGA VISOKOŠOLSKEGA STROKOVNEGA ŠTUDIJSKEGA PROGRAMA DIGITALNI MARKETING 1. STOPNJE ZA ŠTUDIJSKO LETO 2024/2025**

Pripravili: Zaposleni GEA College - Fakultete za podjetništvo

Odobril: Senat GEA College - Fakultete za podjetništvo

Datum odobritve: Seja Senata 2026-3, dne 16.2. 2026

Odgovorna oseba: mag. Katja Kraškovic, predsednica Senata FP



## 1. Uvod

### 1.1. Osebna izkaznica študijskega programa

Ime študijskega programa: Digitalni marketing  
Vrsta študijskega programa: Visokošolski  
Stopnja: Prva stopnja  
Trajanje študijskega programa: 3 leta  
Razvrstitev v SOK, EOK in EOVK:  

- SOK: 7. stopnja
- EOK: 6. stopnja
- EOVK: Prva stopnja

Strokovni naslov: diplomant digitalnega marketinga (VS) / diplomantka digitalnega marketinga (VS)  
Okrajšava: dipl. digit. mark. (VS)

### 1.2. Namen programske samoevalvacije

Samoevalvacija programov na GEA College Fakulteti za podjetništvo je ključni proces za zagotavljanje in izboljševanje kakovosti izobraževalnih programov. Cilji samoevalvacije so:

- Analiza ustreznosti in učinkovitosti programov glede na zastavljene učne cilje, potrebe študentov in zahteve trga dela.
- Identifikacija močnih področij in priložnosti za izboljšave, kar omogoča razvoj programov v skladu s sodobnimi trendi in potrebami gospodarstva.
- Zagotavljanje skladnosti z nacionalnimi in mednarodnimi standardi kakovosti ter akreditacijskimi zahtevami.
- Spodbujanje kontinuiranega razvoja učnega procesa, vključno s pedagoškimi metodami, digitalizacijo in inovacijami v poučevanju.
- Vključevanje deležnikov (študentov, predavateljev, delodajalcev) v ocenjevanje programov za pridobitev celovitega vpogleda v njihovo izvedbo in uporabnost.

Samoevalvacija ima ključno vlogo pri zagotavljanju kakovosti, saj omogoča sistematično spremljanje in izboljševanje programov. Na podlagi zbranih podatkov in analiz se oblikujejo konkretni ukrepi za optimizacijo učnega procesa, večjo relevantnost vsebin in boljšo podporo študentom, kar prispeva k večji konkurenčnosti diplomantov na trgu dela.

## 2. Evalvacija učnih vsebin in predmetnika

### 2.1. Ocena ustreznosti programa

Zastavljeni cilji, kompetence ter predmetnik programa Digitalni marketing so večinoma ustrezni, saj zajemajo ključna znanja in veščine, potrebne za uspešno delovanje na področju sodobnega trženja. Program vključuje tako temeljne marketinške koncepte kot tudi specifične digitalne strategije, analitiko, upravljanje družbenih omrežij, oglaševanje ter optimizacijo digitalnih kanalov.

Čeprav se vpis na program še ni povsem povzpел na želeno raven, zanimanje zanj raste, saj se podjetja vse bolj zavedajo pomena digitalne prisotnosti in potrebujejo strokovnjake, ki razumejo sodobne trende in orodja digitalnega marketinga. Prepoznavnost programa in njegovih diplomantov se povečuje, kar se kaže v uspešnem vključevanju diplomantov na trg dela, bodisi v podjetjih, agencijah ali pri razvoju lastnih digitalnih poslovnih modelov

Za zagotavljanje praktičnih digitalno-marketingških veščin študenti med študijem opravljajo prakso, kar jim omogoča pridobivanje izkušenj v realnem poslovnem okolju. Ob zaključku študija imajo možnost izbire med diplomskim izpitom ali diplomsko nalogo, odvisno od njihovega povprečja.

Kljub temu obstaja še nekaj prostora za izboljšave, zlasti pri še večji povezanosti predmetnika z aktualnimi trendi v digitalnem marketingu. Dodatne možnosti za nadgradnjo vključujejo še tesnejše sodelovanje s podjetji in marketingškimi agencijami, vključevanje študentov v realne projekte, analizo podatkov v resničnih kampanjah ter delo na strategijah digitalnega oglaševanja in optimizacije vsebin. S takšnimi izboljšavami želimo še dodatno dvigniti privlačnost programa in okrepiti zaposljivost diplomantov na hitro spreminjajočem se trgu digitalnega marketinga.

## 2.2. Vključevanje deležnikov

Študijski program Digitalni marketing je glede na hitro razvijajoče se digitalno okolje in rast digitalnega gospodarstva izjemno aktualen, saj študentom ponuja ključna znanja in veščine, potrebne za uspešno delovanje v sodobnem trženju. Čeprav osnovna marketingška načela ostajajo enaka, se nenehno razvijajo digitalne platforme, algoritmi, orodja za analitiko, vedenje potrošnikov in zakonodajni okvir, čemur izvajalci posameznih predmetov redno sledijo.

Fakulteta nenehno spremlja stanje na trgu dela ter usklajenost vpisa s potrebami gospodarstva. Čeprav vpis na program še ni na zeleni ravni, zanimanje za področje digitalnega marketinga narašča, saj podjetja vedno bolj potrebujejo strokovnjake za upravljanje digitalnih kanalov, vsebinskega marketinga, oglaševanja in podatkovne analitike. Naši diplomanti so dobro zaposljivi, bodisi v marketingških agencijah, podjetjih ali kot samostojni digitalni strokovnjaki.

Kljub temu si prizadevamo njihovo zaposljivost še povečati z uvajanjem dodatnih možnosti za pridobivanje praktičnih znanj, kot so nadgradnja sodelovanja s podjetji, mentorski programi ter realni marketingški izzivi, kjer študenti rešujejo konkretne poslovne probleme. Prav tako si prizadevamo še tesneje povezati program z analitičnimi in oglaševalskimi orodji, umetno inteligenco v marketingu ter naprednimi strategijami digitalnega komuniciranja, s čimer bi program še dodatno prilagodili potrebam sodobnega trga.

## 3. Kakovost izvedbe študijskega procesa

### 3.1. Metode zagotavljanja kakovosti:

Na GEA College - Fakulteti za podjetništvo kakovost študijskih programov spremljamo celostno, z rednimi evalvacijami in analizo ključnih kazalnikov. Uporabljamo procesni pristop in PDCA cikel kakovosti (planiraj, izvajaj, preverjaj, ukrepaj), kar omogoča stalno izboljševanje izobraževalnega procesa.

Načini spremljanja kakovosti:

- Evalvacija visokošolskih učiteljev in izvedbe predmeta (ocenjujejo študenti).
- Evalvacija študijskega procesa in napredka v kompetencah študentov (ocenjujejo visokošolski učitelji).
- Evalvacija obremenjenosti študentov po ECTS (ocenjujejo študenti).

- Evalvacija zadovoljstva s praktičnim usposabljanjem oziroma s študijsko prakso (ocenjujejo študenti).
- Evalvacija prehodnosti in uspešnosti študentov, ki vključuje spremljanje uspešnosti študentov pri napredovanju med letniki ter njihove konkurenčnosti na trgu dela.

Na podlagi pridobljenih podatkov Komisija za kakovost predlaga izboljšave, ki se vključujejo v akcijske načrte in posodobitve učnih načrtov. Fakulteta sodeluje tudi s predstavniki gospodarstva in strateškimi sveti, ki prispevajo k večji usklajenosti programa s potrebami trga. S temi ukrepi zagotavljamo stalni razvoj študijskih vsebin, večjo uporabnost znanj ter večjo konkurenčnost naših diplomantov.

### 3.2. Spremljanje zadovoljstva študentov

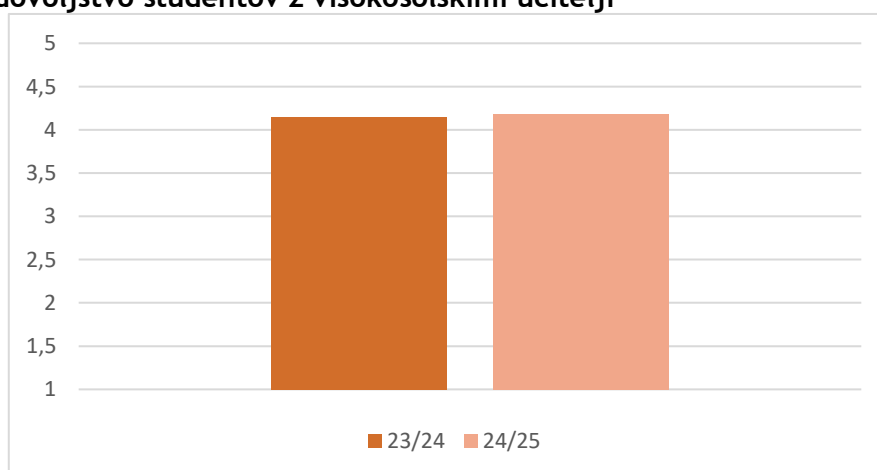
GEA College - Fakulteta za podjetništvo redno spremlja kakovost izvajanja študijskih programov s pomočjo anketiranja študentov in sistematične analize zbranih podatkov. Na tej podlagi je fakulteta primerjala rezultate odgovorov študentov dodiplomskega študijskega programa Digitalni marketing 1. stopnje v študijskem letu 2024/2025 z rezultati istega programa iz predhodnega študijskega leta 2023/2024.

Primerjava rezultatov kaže na rahlo izboljšanje zadovoljstva študentov z visokošolskimi učitelji, saj se je povprečna ocena zvišala z 4,15 v študijskem letu 2023/2024 na 4,18 v študijskem letu 2024/2025. Čeprav gre za manjšo spremembo, je trend pozitiven in potrjuje stabilno ter visoko raven kakovosti pedagoškega dela.

Povečanje ocene lahko odraža uspešno prilagajanje pedagoških pristopov, večjo vključenost študentov v učni proces, izboljšano komunikacijo ali upoštevanje povratnih informacij iz preteklih let. Rezultati kažejo, da fakulteta učinkovito ohranja kakovost poučevanja in hkrati postopno nadgrajuje študijsko izkušnjo študentov.

V prihodnje je smiselno nadaljevati z rednim spremljanjem zadovoljstva študentov ter z nadaljnjim razvojem pedagoških metod in učnih pristopov, z namenom dolgoročnega ohranjanja in nadaljnje izboljševanja kakovosti študijskega procesa.

**Graf 1: Zadovoljstvo študentov z visokošolskimi učitelji**

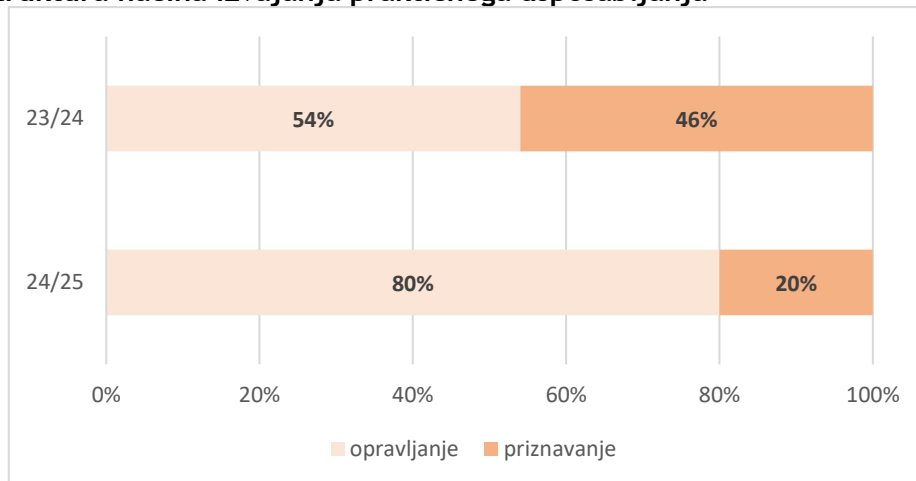


V primerjavi s preteklim letom se je delež študentov, ki so opravili praktično usposabljanje, zelo povečal, in sicer s 54 % v letu 2023/2024 na 80 % v letu 2024/2025. Hkrati se je zmanjšal delež tistih, ki so si prakso priznali, s 46 % na 20 %

Ta trend kaže, da se več študentov odloča za opravljanje praktičnega usposabljanja namesto za njegovo priznanje. To lahko pomeni, da želijo pridobiti nova praktična znanja in izkušnje ali pa še nimajo ustreznega delovnega ozadja za uveljavljanje priznavanja prakse. Takšna usmeritev kaže na večji interes za neposredno vključevanje v delovno okolje ter pridobivanje konkretnih strokovnih kompetenc skozi praktično delo.

Kljub tem spremembam je zadovoljstvo s praktičnim usposabljanjem ostalo na visoki ravni, kar kaže na kakovostno izvedbo in prilagodljivost programa glede na potrebe študentov.

**Graf 2: Struktura načina izvajanja praktičnega usposabljanja**

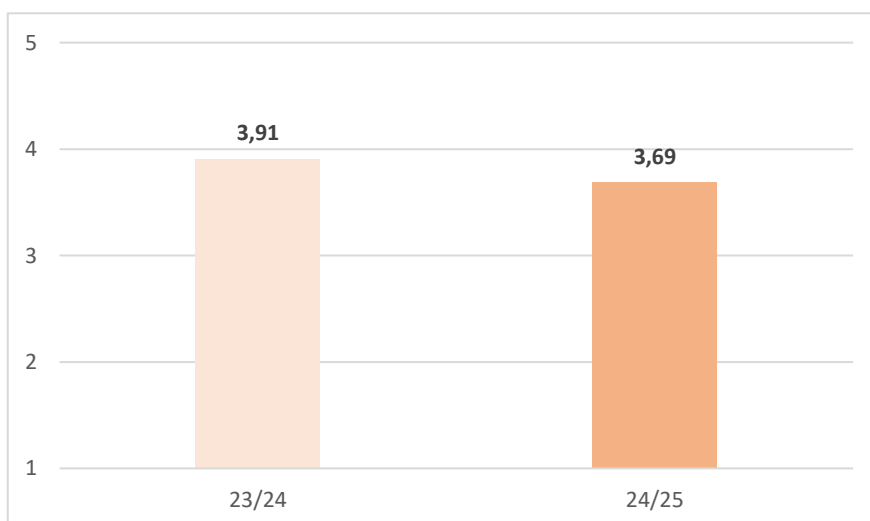


V primerjavi s preteklim letom se je zadovoljstvo študentov s študijsko prakso rahlo zmanjšalo, in sicer z 3,91 v letu 2023/2024 na 3,69 v letu 2024/2025.

Kljub temu ocena ostaja relativno visoka, kar kaže na to, da je praksa še vedno pomemben in kakovostno izveden del študijskega programa. Rahlo zmanjšanje zadovoljstva lahko nakazuje različne izkušnje študentov s prakso, vključno s kakovostjo mentorstva, organizacijo ali usklajevanjem prakse z drugimi študijskimi obveznostmi.

V prihodnje je smiselno nadaljevati s spremljanjem kakovosti študijske prakse ter po potrebi okrepiti podporo študentom pri njenem opravljanju.

**Graf 3: Zadovoljstvo študentov s študijsko prakso**



## Zadovoljstvo študentov z obremenitvijo

Rezultati ankete kažejo na zelo visoko stopnjo zadovoljstva študentov z obsegom kontaktnih ur pri študijskem programu Digitalni marketing. Kar 91,9 % študentov ocenjuje obseg kontaktnih ur predavanj kot ustrezen, 92,5 % jih kot ustrezne ocenjuje kontaktne ure vaj, medtem ko je zadovoljstvo z obsegom kontaktnih ur v e-učilnici še nekoliko višje (94,3 %). Delež študentov, ki menijo, da je kontaktnih ur premalo, se giblje med 4,16 % in 6,53 %, medtem ko zelo majhen delež študentov (manj kot 2 %) ocenjuje, da je ur preveč. Ti rezultati kažejo na dobro uravnoteženost kontaktnih ur in ustrezno zasnovano izvajanja študijskega programa.

Analiza porabe časa za sprotno pripravo na predavanja, vaje in prebiranje zapiskov kaže, da večina študentov (68,7 %) tedensko porabi med 10 in 30 ur, medtem ko 24,4 % študentov porabi do 10 ur, le 6,93 % pa več kot 30 ur. Podoben vzorec je zaznati tudi pri študiju literature, kjer 70,1 % študentov porabi med 10 in 30 ur, 22,2 % do 10 ur, obremenitev nad 30 ur pa navaja 7,72 % študentov. Pri pripravi domačih, seminarskih in projektnih nalog večina študentov (67,7 %) prav tako porabi med 10 in 30 ur, nekoliko večji pa je delež študentov z obremenitvijo nad 30 ur (14,5 %), kar odraža projektno naravnost in zahtevnost praktičnih nalog v okviru programa. Strokovne ekskurzije in terensko delo predstavljajo nižjo časovno obremenitev, saj 39,4 % študentov porabi do 10 ur, 58,8 % med 10 in 30 ur, le 1,78 % pa več kot 30 ur, kar je skladno z občasno in ciljno usmerjeno naravo teh dejavnosti. Priprava na izpit je časovno zahtevnejša, saj 67,3 % študentov zanjo porabi med 10 in 30 ur, 18,6 % do 10 ur, medtem ko 14,1 % študentov porabi več kot 30 ur.

Pri sodelovanju v študentskih izzivih v podjetjih več kot polovica študentov (53,5 %) porabi do 10 ur, 44,2 % med 10 in 30 ur, obremenitev nad 30 ur pa je redka (2,38 %), kar potrjuje dopolnilno in neobremenjujočo vlogo teh aktivnosti v študijskem procesu.

Na podlagi zbranih podatkov lahko ugotovimo, da je obremenitev študentov v študijskem programu Digitalni marketing uravnotežena in prilagojena učnim ciljem. Visok delež zadovoljstva z obsegom kontaktnih ur ter prevladujoča zmerna časovna obremenitev pri samostojnem delu potrjujeta ustrezno zasnovano programa. Morebitne prilagoditve so smiselne predvsem na ravni posameznih predmetov, ne pa na ravni celotnega študijskega programa.

### 3.3. Spremljanje zadovoljstva visokošolskih učiteljev

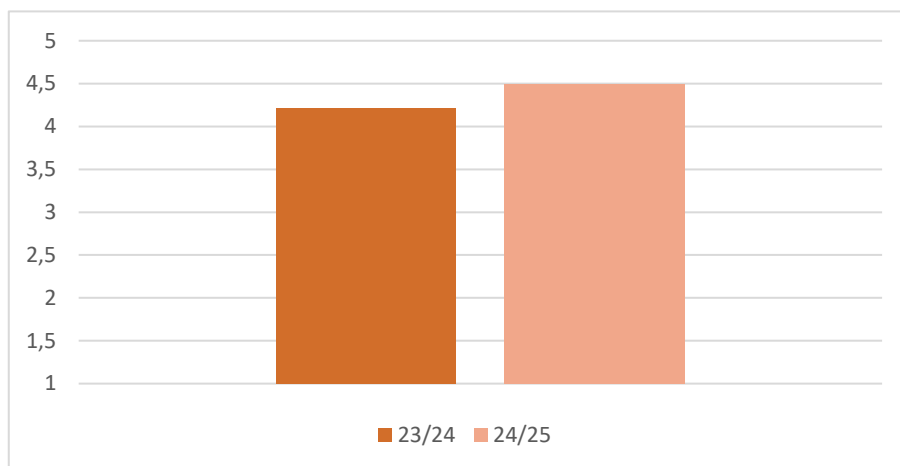
GEA College - Fakulteta za podjetništvo letno spremlja zadovoljstvo visokošolskih učiteljev s pomočjo anket in njihovih analiz. Na podlagi teh podatkov je fakulteta primerjala rezultate oziroma odgovore visokošolskih učiteljev v študijskem letu 2024/2025 z rezultati odgovorov iz predhodnega študijskega leta 2023/2024.

V primerjavi s preteklim letom se je zadovoljstvo visokošolskih učiteljev z izvedbo rahlo zmanjšalo, vendar ostaja na visoki ravni.

Manjše spremembe v oceni lahko kažejo na prilagoditve v načinu poučevanja, strukturi predmetov ali obremenitvi učiteljev. Kljub temu stabilnost rezultatov nakazuje, da je kakovost izvajanja pouka še naprej na visokem nivoju.

V prihodnje je priporočljivo nadaljevati z zbiranjem povratnih informacij in po potrebi uvajati izboljšave, ki bodo še dodatno prispevale k kakovosti izvedbe študijskega programa.

**Graf 4: Graf zadovoljstvo visokošolskih učiteljev z izvedbo**



#### **4. Zaključek in trajanje študijskega programa**

Po izpolnjenih pogojih za dokončanje triletnega visokošolskega strokovnega študijskega programa Digitalni marketing 1. stopnje pridobi diplomant strokovni naslov diplomant/diplomantka digitalnega marketinga (VS), z okrajšavo dipl. digit. mark. (VS).

Rezultati kažejo, da zaključna faza študija omogoča uspešen zaključek študija ter ustrezno strokovno usposobljenost diplomantov za vstop na trg dela oziroma nadaljevanje izobraževanja.