

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

OSNOVE TRŽENJA (OST)

2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilji predmeta so:

- razumeti vlogo trženja v globalnem gospodarstvu,
- analizirati trženjske priložnosti,
- opredeliti dejavnike trženjskega spleta,
- načrtovati in izvajati trženjske dejavnosti.

3. PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE

V predmetu si študent poleg generičnih pridobi naslednje kompetence:

- določanje trženjskih ciljev, strategij, pozicioniranja izdelkov v trgovinskem prostoru,
- ocenjevanje obstoječega stanja in pripravljane situacijske analize,
- zbiranje podatkov na hitro spreminjajočem se trgu,
- spremljanje razvoja trga,
- načrtovanje, upravljanje, vzpostavljanje in vzdrževanje komunikacije z mediji,
- načrtovanje (timskega) dela pri tržnem komuniciranju,

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<i>Študent:</i> <ul style="list-style-type: none">• predstavi koncept trženjske usmeritve ponudnika k porabniku na izbranem primeru,• pojasni vlogo trženja v spreminjajočem se globalnem gospodarstvu,• opredeli koncepte trženjske usmerjenosti ponudnika k porabniku,• pozna pomen dolgoročnih odnosov med kupci in prodajalci,• razume posebnosti storitvenega in medorganizacijskega trženja,	<i>Študent:</i> <ul style="list-style-type: none">• kritično ocenjuje razmere na svetovnem trgu,• izgrajuje dobičkonosne odnose s kupci,• uporablja strokovne izraze,
<ul style="list-style-type: none">• pojasni pomen, proces in postopke	

<ul style="list-style-type: none"> • raziskovanja trga, • analizira konkurenco, kupce, panogo in povpraševanje, • seznaneni se z viri informacij, 	<ul style="list-style-type: none"> • načrtuje trženjsko raziskovanje na osnovi prepoznanega problema, • izvede trženjsko raziskavo, • opredeli potrebne informacije za odločanje za uspešen nastop na trgu, • določi velikost potencialnega in dejanskega trga,
<ul style="list-style-type: none"> • razume pomen ekonomskega in socialnega okolja v povezavi s trženjem, • analizira nakupno vedenje končnega porabnika in organizacij, • pozna proces nakupnega odločanja, • razume pomen baz podatkov in informacijske tehnologije v trženju, • razloži sestavine strateškega načrtovanja in razume njihov pomen, 	<ul style="list-style-type: none"> • ugotavlja vplive okolja na trženjsko strategijo organizacije, • prepoznava dejavnike nakupnega vedenja in analizira njihovo vedenje, • uporabi metode spremljanja in merjenja nakupov, • izdelava swot analizo,
<ul style="list-style-type: none"> • razume pomen segmentiranja trga in izbora ciljnih trgov, • razlikuje in pozicionira trženjsko ponudbo, 	<ul style="list-style-type: none"> • segmentira trg in ciljni trg oziroma tržne segmente, • uporabi različne načine in sredstva za konkurenčno razlikovanje, • prepozna konkurenčno prednost in oblikuje pozicijsko geslo,
<ul style="list-style-type: none"> • pozna prodajno napovedovanje in pomen trženjskih stroškov, • opredeli in opiše elemente trženjskega spleta in razume njihovo vlogo, • razlikuje med trženjem materialnih proizvodov in trženjem storitev, • pozna življenjski cikel izdelka oz. storitev, • pojasni pomen blagovne in storitvene znamke, • razume pomen kakovosti in standarde kakovosti, pričakovanj in zadovoljstva potrošnikov, • razlikuje med posameznimi trženjskimi orodji, 	<ul style="list-style-type: none"> • določa prodajne in trženjske cilje, • oblikuje trženjski splet v skladu s trženjskimi cilji podjetja, ciljnimi skupinami in pozicioniranjem, • uporabi situaciji primerna trženjska orodja, • ovrednoti stroške trženja,
<ul style="list-style-type: none"> • razume pomen prodajne cene in cenovne politike v trženjskem spletu, • primerja ustreznost različnih prodajnih poti za posamezen izdelek oz. storitev, pojasni metode in oblike tržnega komuniciranja. 	<ul style="list-style-type: none"> • izbere ustrezno cenovno strategijo za določen trženjski cilj, • izbere ustrezno vrsto prodajne poti za določen izdelek oz. storitev,

--	--

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 72 ur (42 ur predavanj, 6 ur seminarских vaj, 24 ur laboratorijskih vaj)

Število ur samostojnega dela: 108 ur (40 ur študij literature in primerov, 68 ur projektno delo)