

<b>1. Naslov učne enote / predmeta</b>		<b><i>Trženje</i></b>				
<b>2. Koda enote</b>		<b>3. Število ECTS kreditov</b>		6		
<b>4. Kontaktne ure</b>		<u>Skupaj</u> 75	<u>Predavanja</u> 30	<u>Vaje</u> 45	<u>Laboratorijske vaje</u>	<u>Ostale oblike</u>
<b>5. Stopnja</b>	Dodiplomski (Prva)	<b>6. Letnik</b>	Prvi	<b>7. Semester</b>	Drugi	
<b>8. Študijski program</b>	Menedžment kakovosti			<b>9. Študijska smer</b>	Program nima smeri	
<b>10. Tip predmeta</b>	Obvezni			<b>11. Jezik</b>	Slovenski, angleški	
<b>12. Cilji / kompetence</b>						
<p><i>Učna enota prispeva k razvoju naslednjih splošnih in predmetnospecifičnih kompetenc:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poznavanje in razumevanje procesov, procesno zasnovane organizacije ter sposobnost obvladovanja nenehnega izboljševanja.</li> <li>• Zmožnost vzpostavljanja in vzdrževanja kooperativnih odnosov za delo v skupini in z drugimi zainteresiranimi ter zmožnost ustvarjalnega dialoga.</li> <li>• Razvoj kritične in samokritične presoje.</li> <li>• Usposobljenost za obvladovanje organizacijskih sprememb v organizaciji kot odziv na spremembe v okolju.</li> <li>• Zmožnost vzpostavljanja in vzdrževanja partnerskih odnosov z vsemi zainteresiranimi (odjemalci, zaposleni, lastniki, družbeno okolje).</li> <li>• Sposobnost interdisciplinarnega povezovanja znanj različnih predmetov.</li> <li>• Internalizacija gradnikov sodobne organizacijske teorije, temelječe na organizaciji kot ciljno usmerjenih razmerij med ljudmi.</li> <li>• Poznavanje in razumevanje avtopoietičnega koncepta obvladovanja kakovosti in odličnosti, temelječega na spiralno-vijačnem zaporedju planiranja, izvedbe, preverjanja in ukrepanja.</li> <li>• Internalizacija odločilne pomembnosti usmeritve v zahteve in pričakovanja odjemalcev in obvladovanje temeljnih pristopov in metod trženja.</li> <li>• Sposobnost prepoznavanja in obvladovanja ključnih vidikov ekonomike organizacije.</li> <li>• Obvladovanje temeljnih znanj in praktičnih pristopov, potrebnih za učinkovito in uspešno obvladovanje sistema vodenja organizacije s poudarkom na vodenju z zgledom, poslovnem komuniciranju, obvladovanju projektov, informatizaciji procesov in sistemskem razmišljanju.</li> </ul>						
<b>13. Opis vsebine</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opredelitev temeljnih pojmov trženja. Razvoj trženja.</li> <li>• Temelji tržno usmerjenega strateškega načrtovanja podjetja. Opredelitev konkurenčne prednosti, Opredelitev dejavnikov dobičkonosnosti panoge.</li> <li>• Analiziranje notranjega in zunanjega okolja-SWOT analiza. Določanje ciljev podjetja. Oblikovanje portfelja poslov. Načrtovanje novih dejavnosti.</li> <li>• Ciljno trženje za doseg konkurenčne prednosti. Tržna segmentacija in ravni trženjske segmentacije. Pogoji za uspešno segmentiranje. Ocenjevanje in izbor tržnih segmentov. Pozicioniranje na trgu.</li> <li>• Razvijanje trženjskega spleta. Trženjski splet za storitve.</li> <li>• Upravljanje s trženjskimi napori in organizacija trženja.</li> <li>• Trženjski informacijski sistem ocena informacijskih potreb, trženjske raziskave. Proces trženjske raziskave. Raziskovalne metode.</li> <li>• Analiza trženjskega okolja podjetja- mikro in makro okolje podjetja.</li> <li>• Opredelitev izdelka (storitev), ravni izdelka(storitev), odločitve v zvezi z blagovno znamko, odločitve o izdelčnem spletu . Razvoj, testiranje, uvajanje novih izdelkov in življenjski cikel izdelka.</li> <li>• Trženje storitev in nekateri vidiki trženjskega spleta za storitve.</li> <li>• Določanje cen in pogojev. Dejavniki, ki vplivajo na določanje cen. Strategije določanja cen.</li> <li>• Poslovna distribucija(razpečava) izdelkov in tržna logistika. Trgovina na drobno, trgovina na debelo. Trženjsko komuniciranje-trženjski komunikacijski splet. Značilnosti promocijskih orodij. Načrtovanje trženjskega komuniciranja. Razvijanje strategije oglaševanja. Stiki z javnostmi. Pospeševanje prodaje. Osebna prodaja.</li> <li>• Neposredno trženje in elektronsko trženje.</li> </ul>						

- Mednarodno trženje.
- Praktični primeri trženjskih programov. Primeri uspešnega in neuspešnega trženja iz domače in tuje poslovne prakse.
- Vidik trženja v modelih, standardih in metodah celovite kakovosti in poslovne odličnosti.

#### 14. Temeljna literatura

##### Obvezna:

- Kotler, P. (2004): Principles of Marketing,
- Kotler, P. (2004): Management trženja, GV Založba: Ljubljana.
- Potočnik, V. (2005): Temelji trženja, GV Založba: Ljubljana.
- Vodopivec, R., Zupančič, V., Krevl, I. (2003): Osnove trženja, Visoka šola za podjetništvo: Piran.

##### Dopolnilna:

- Helensen, S. (2004): Global Marketing. A Decision-oriented approach, 3. izdaja: Harlow, Prentice Hall/Financial Times.
- Hutt, M. D., Speh, T. W. (2004): Business marketing Management. A strategic view of industrial and organizational markets, 8. izdaja: Thomson/South-Western.
- Palmer, A. (2004): Introduction to Marketing: Theory and Practice, New York, Oxford.
- Reedy, J., Schullo, S. (2004): Electronic Marketing: Integrating Electronic Resources into the Marketing Process, 2. izdaja, Mason, Thomson/South-Western.

#### 15. Predvideni študijski dosežki

##### Študent/študentka:

- Pozna in razume pomen trženja in osredotočenosti v odjemalce pri obvladovanju sodobne organizacije.
- Pozna in razume vlogo in pomen trženja v poslovnih odnosih.
- Razume interakcijsko delovanje dejavnikov, ki vplivajo na uspešnost in učinkovitost trženja.
- Pozna in uporablja sodobne pristope, modele in orodja za doseganje in nenehno izboljševanje kakovosti trženja.
- Uporablja osnovno znanje in veščine s področja trženja.
- Reflektira in kritično ovrednoti različne izkušnje s področja trženja.
- Aktivno in kritično spremlja in reflektira aktualno dogajanje na področju trženja.
- V povezavi z drugimi predmeti pozna, razume in reflektira kompleksnost strokovnih in družbenih nalog zaposlenih pri obvladovanju trženja v procesno zasnovani organizaciji.
- Pozna in razume umeščenost trženjsko usmerjene organizacije v širše družbene, kulturne in vrednotne kontekste ter z refleksijo teh kontekstov oblikuje intelektualno aktiven odnos do sveta.

#### 16. Metode poučevanja in učenja

- *Predavanja* z aktivno udeležbo študentov (razlaga snovi, pogovori, vprašanja, primeri, reševanje problemov).
- *Seminarske vaje* v povezavi s prakso (refleksija izkušenj, projektno delo, timsko delo, metode kritičnega mišljenja, pogovori, sporočanje povratne informacije, socialne igre, ekskurzija).
- Individualne in skupinske *konzultacije* (pogovori, dodatna razlaga, obravnava specifičnih vprašanj).
- *Animacija samostojnega študija in raziskovanja* (motiviranje, usmerjanje, samoopazovanje, samournavanje, refleksija, samoocenjevanje).

#### 17. Pogoji za vključitev v delo oziroma za opravljanje študijskih obveznosti

- Pogoj za vključitev v delo je vpis v 1. letnik študija.
- Študent/študentka mora pred pristopom k izpitu pripraviti in zagovarjati empirično seminarsko nalogo.

#### 18. Načini ocenjevanja in ocenjevalna lestvica

- Pisni/ustni izpit - 60% ocene.
- Empirična seminarska naloga s poročili seminarskega dela ter predstavitev naloge 40%.
- Ocenjevalna lestvica – skladno s Pravilnikom o preverjanju in ocenjevanju znanja.

### **19. Metode evalvacije kakovosti**

- Evalvacijska delavnica s študenti ob zaključku predavanj in vaj.
- Samoevalvacija ob zaključku predavanj in vaj.
- Vsakoletna evalvacija v okviru fakultetnega sistema zagotavljanja kakovosti