

Temelji trženja

Vsebina predmeta

1. Vloga trženja v sodobnem podjetju
2. Analiza trženjskih priložnosti
 - 2.1. Pridobivanje informacij o trgu
 - 2.2. Analiza trženjskega okolja
 - 2.3. Analiza nakupno vedenje porabnikov
3. Segmentacija trga, izbor ciljnih trgov in pozicioniranje ponudbe
4. Izdelek
 - 4.1. Proces razvoja novega izdelka
 - 4.2. Življenjski cikel izdelka in strategije
 - 4.3. Blagovna znamka in embalaža
5. Prodajne cene
 - 5.1. Dejavniki, ki vplivajo na oblikovanje prodajnih cen
 - 5.2. Koraki pri oblikovanju prodajnih cen
 - 5.3. Cenovne strategije
6. Tržne poti in tržna logistika
 - 6.1. Opredelitev tržnih poti ter dejavnosti na njih
 - 6.3. Tržna logistika
7. Trženjsko komuniciranje
 - 7.1. Stopnje pri pripravi programa trženjskega komuniciranja
 - 7.2. Sestavine spleta trženjskega komuniciranja
8. Organizacija in nadzor trženja
9. Posebnosti trženje storitev

Način dela pri predmetu in način ocenjevanja znanja

Predavanja: 2 uri tedensko

Vaje: poleg uvodnih bo še 10 vaj. Vaje omogočajo poglobljanje snovi o temeljih trženja s pomočjo proučevanja primerov iz prakse domačih in tujih podjetij. Trajanje posameznih vaj: 2 šolski uri. Vsebina vaj: samostojno skupinsko delo študentov v obliki reševanja praktičnih trženjskih problemov in predstavitve njihovih rešitev; pogovor o domačih nalogah.

Preizkušnja: Preizkušnja je dolga 30 minut in vsebuje 35 vprašanj za obkroževanje. O vrstah možnih vprašanj boste obveščeni na predavanjih in vajah. Predvidena snov: od 1. predavanja 'Razumevanje trženja in temeljnih trženjskih konceptov' do vključno 8. predavanja 'ŽCI in trženjske strategije. Izdelek in izdelčni splet'. Opravičljiv izostanek je samo v primeru višje sile (smrt v ožji družini ali bolezen, dokumentirana z zdravniškim potrdilom). V tem primeru bo imel izpit sorazmerno večjo težo: če torej nekdo opravičeno ne piše preizkušnje, se število točk pri izpitu pomnoži z 1,7.

Končna ocena je sestavljena iz: pisni izpit (50 točk), pisni preizkušnji (skupaj 35 točk), pisne domače naloge (10 točk), delovni listi (10 točk); skupaj (105 točk).

Ocenjevalna lestvica: pozitivni rezultat od 55 - 100 točk; 55-64 (zd 6), 65 - 74 (db 7), 75 - 83 (pd 8), 84 - 90 (pdb 9), 91 - 105 (odl 10).

Študijska in izpitna literatura

Kotler, P.: Management trženja. Posušje: Mate, 2004. (Slovenska izdaja)

Kotler, P., Keller Kevin Lane: Marketing Management. 12th ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2006. XXIX, 729 str. (Učbenik za skupino študentov, ki posluša predavanja v angleščini)