

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Trženje
Course title:	Marketing

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Tehnologije in sistemi – prva stopnja	Tehnologije in sistemi	drugi ali tretji	četrti ali peti
Technologies and systems – 1st cycle	Technologies and systems	second or third	fourth or fifth

Vrsta predmeta / Course type izbirni/elective

Univerzitetna koda predmeta / University course code:

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individ. work	ECTS
45		30		30	70	6

Nosilec predmeta / Lecturer: dr. Iva Konda

Jeziki / Languages: slovenski/ slovenian	Predavanja / Lectures:	slovenski/slovenian
	Vaje / Tutorial:	slovenski/slovenian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

- vpis v drugi ali tretji letnik,
- priprava seminarske naloge (trženjski načrt za izbrano podjetje oz. posel).

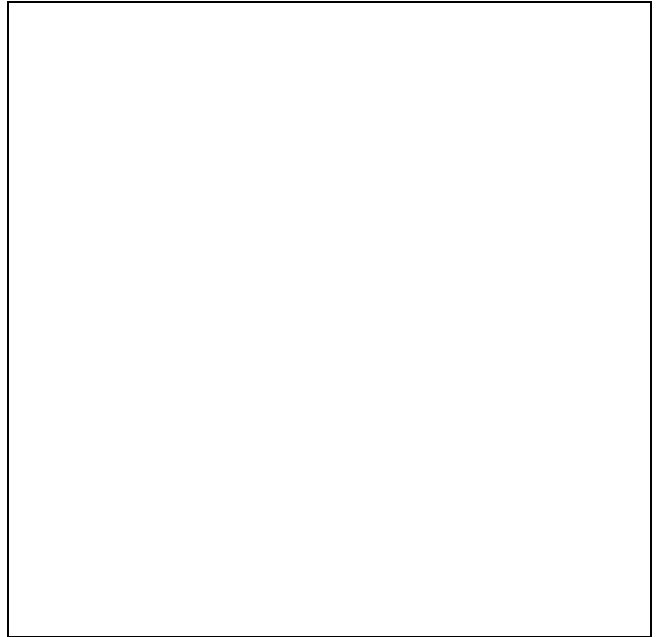
Prerequisites:

Vsebina:

- Umestitev trženja v sodobno konkurenčno okolje globalnih procesov, v poslovni sektor in povezanost z okoljem EU.
- Pomen trženjsko usmerjenega strateškega načrtovanja.
- Menedžment, poslovanje, trženje in financiranje poslov, storitev in proizvodov.
- Odločanje menedžmenta glede specifičnih in operativnih ciljev, snovanje in oblikovanje poslovnega načrta.

Content (Syllabus outline):

- Standardi, norme in podlage za gospodarno in učinkovito poslovanje.
- Odgovornost na rezultate naravnega tržnega menedžmenta.
- Uspešnost, učinkovitost in ekonomičnost poslovanja in analiziranje poslovanja podjetja.
- Trženjski cilji in marketing mix, načrtovanje in monitoring dobičkonosnosti v zvezi z izpeljavo poslov. Analiza SWOT. Strategija, cilji, programi delovanja. Načrtovan izkaz uspeha in nadziranje poslovanja.
- Izdelava trženjskega načrta in kalkuliranje. Povzetek. Trenutno poslovno in trženjsko stanje – izzivi in problemi.



Temeljni literatura in viri / Readings:

Konda, I. in Maher, N. (2011) *Trženje*. Novo mesto: Visokošolsko središče, Visoka šola za upravljanje in poslovanje.

Kotler, P. (2004) *Management trženja*. Ljubljana: GV Založba.

Potočnik, V. (2005) *Temelji trženja: s primeri iz prakse*. Ljubljana: GV Založba.

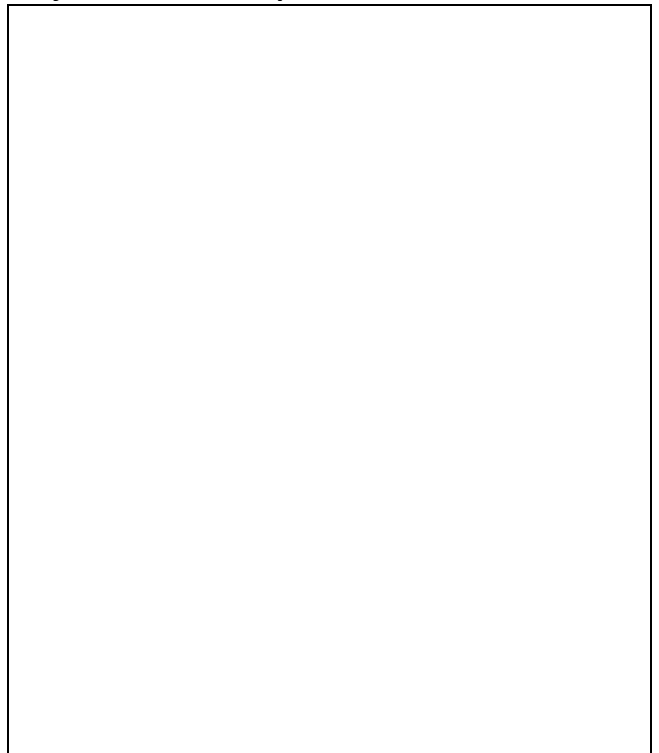
Kotler, P. in Keller, K. L. (2009) *Marketing management*. Upper Saddle River (N.J.): Pearson Prentice Hall, cop.

Cilji in kompetence:

Učna enota prispeva predvsem k razvoju naslednjih splošnih in specifičnih kompetenc:

- obvladovanje raziskovalnih metod, postopkov, procesov in tehnik,
- sposobnost vmeščanja informacij in kreativne uporabe znanja v poslovnem okolju,
- spoznavanje in razumevanje procesov v okolju in sposobnost za njihovo analizo, sintezo in predvidevanje rešitev ter njihovih posledic,
- poznavanje in razumevanje razvojnih teženj, razlik in potreb,
- sodelovalno/timsko delo, sposobnost komuniciranja s strokovnjaki z različnih sektorskih področij, iz gospodarskega in družbenega življenja,
- interdisciplinarno povezovanje vsebin,
- sposobnost pridobivanja, selekcije in

Objectives and competences:



evalvacije novih informacij in zmožnost strateškega tržnega ukrepanja, izbire ustrezne poslovne strategije in interpretacije v kontekstu podjetništva, poslovne informatike, ravnanja z ljudmi, prava in menedžmenta-poslovanja,

- sodelovalna komunikacija z interesnimi skupinami (dobavitelji, kupci, konkurenco, politiko ...).

Predvideni študijski rezultati:

Znanje in razumevanje:

Študent/študentka:

- pozna vlogo in pomen trženja v poslovnem sektorju in razume, kakšna je povezava med obsegom proizvodnje, storitvami, aktivnostmi in spremenljivostjo stroškov ter dobičkonosnostjo,
- razume metode in posebnosti trženja v pogojih globalizacije,
- pozna postopke in metodologijo poslovanja in nadzora,
- razume kalkulacije (stroški produktov in storitev), zna pripraviti potreben proračun financiranja posla oz. proizvodnje, zna izračunati prevojno točko,
- zna analizirati učinkovitost in ekonomičnost ter se selektivno odločati,
- zna pripraviti informacije in razna poročila za različne uporabnike,
- razume odgovornost menedžmenta za trženje, trženjske odločitve in pregledno finančno poslovanje ter razvija sistematičen pristop k reševanju problemov in izzivov,
- pozna in razume umeščenost strokovnega področja trženja v širše družbene in vrednostne kontekste ter z refleksijo teh kontekstov oblikuje intelektualno aktiven in profiliran odnos do različnih vsebin in tematik.

Intended learning outcomes:

Knowledge and understanding:

Metode poučevanja in učenja:

- predavanja z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, vprašanja, primeri, reševanje problemov, ekskurzija),
- laboratorijske vaje z uporabo ustreznega računalniškega programa,
- seminarske vaje s poudarkom na spoznavanju pravil trženja,
- individualne in skupinske konzultacije.

Learning and teaching methods:

--

Načini ocenjevanja:

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt):

- ustni/pisni izpit
- seminarska naloga

Ocenjevalna lestvica:ECTS.

Delež (v %) /

Weight (in %)

90% ocene

10% ocene

Assessment:

Type (examination, oral, coursework, project):

Reference nosilca / Lecturer's references:

dr. Iva Konda : delna bibliografija nosilca je na COBISS-u.