

MANAGEMENT MARKETINGA IN PRODAJE

NOSILEC: Prof. dr. Tina Vukasović

ECTS: 4 (20 ur predavanj; 20 ur vaj; 60 ur samostojnega dela)

VSEBINA:

UVOD V PRODAJO IN V MENEDŽMENT PRODAJE: trendi v razvoju prodaje in v menedžmentu prodaje, proces menedžmenta prodaje

UVOD V MARKETING IN V MENEDŽMENT MARKETINGA: razvoj in opredelitev marketinga in menedžmenta marketinga, trendi v razvoju marketinga in menedžmenta marketinga, temeljni tržni koncepti, tržno okolje, SWOT analiza, povezanost menedžmenta prodaje in menedžmenta marketinga

NAČRTOVANJE PRODAJE: opredelitev, cilji in pomen načrtovanja prodaje, proces načrtovanja prodaje, strategije in oblikovanje strategij prodaje

NAČRTOVANJE MARKETINGA: opredelitev, cilji in pomen načrtovanja marketinga, načrtovanje dolgoročnih odnosov s potrošniki, ciljno trženje, trženjski splet, tržno-komunikacijski splet, blagovna znamka

MERJENJE TRGOV IN NAPOVEDOVANJE PRODAJE: merjenje možnega trga in možne prodaje ter merila za merjenje, proces napovedovanja prodaje

ZAPOSLOVANJE OSEBJA V PRODAJI IN MARKETINGU: načela in oblike organiziranosti prodaje, zaposlovanje osebja v prodaji in marketingu, cilji, opis dela, profil zaposlenega, usposabljanje osebja v prodaji in marketingu, motiviranje in nagrajevanje prodajalcev in nagrajevanje osebja v marketingu

ANALIZA USPEŠNOSTI PRODAJE IN MARKETINGA: opredelitev analize uspešnosti prodaje in marketinga, vrste analiz uspešnosti prodaje in marketinga in njihov pomen za poslovanje podjetja

TRENDI KOMUNICIRANJA S POTROŠNIKI V SODOBNEM TRŽENJSKEM OKOLJU

PREDVIDENI ŠTUDIJSKI REZULTATI:

Razumevanje koncepta in funkcije marketinga za podjetje.

Interpretacija trženjskega spleta s poudarkom na cenovni strategiji.

Spodbujali tržensko delovanje z igranjem vlog in predstavitvami.

Analiza trga in klasificiranje ciljnih segmentov ter pozicioniranje.

Interpretacija komunikacije s trgom in promocija blagovne znamke.

Zasnovanje učinkovitih prodajnih metod za konkretni izdelek .