

STUDIO ZA RAZVOJ BLAGOVNE ZNAMKE

NOSILEC: doc. dr. Aleš Lipnik

ECTS: 5 (20 ur predavanj; 10 ur seminar; 20 ur vaj; 75 ur samostojnega dela)

VSEBINA:

- Osnove trženja, zgodovina, trženjski splet, orodja, terminologija,
- Osnove (tržne) blagovne znamke (ime, podoba, struktura, širjenje, povezovanje, spreminjanje, migracija blagovne znamke)
- Predmet trženja: storitve, produkti, obravnava posameznih stopenj življenjskega ciklusa produkta
- Analiza trga (potrošnik, konkurenca, SWOT ,..)
- Tržne raziskave (tipi, razlogi, načrt raziskave)
- Cena (zadovoljstvo za ponudnike in potrošnike)
- Prodajne poti (definicije, funkcije, oblikovanje poti, obnašanje tržnikov do porabnikov)
- Tržno komuniciranje (tržno komunikacijski splet, kako ujeti kupčevo pozornost, recepti dobre tržne komunikacije, načrt)
- Trženjska strategija (tržno segmentiranje, konkuriranje s ceno in dodano vrednostjo, pot razlikovanja, optimizacija stroškov)
- Tržni načrt (postopki in navodila, nadzor in merjenje tržnih dejavnosti)
- Poslovni načrt (struktura, postopki in navodila, priprava konkretnega primera načrta)
- Vsebina predmeta se nanaša na domače in tuje prakse obravnavanih strokovnih tematik.

PREDVIDENI ŠTUDIJSKI REZULTATI:

Znanje in razumevanje:

- Študent mora poznati in razumeti osnove trženja in blagovnih znamk, obvladati osnove načrtovanja trženja, raziskati in analizirati trg, konkurenco.

Uporaba:

- Povezava teorije in prakse (pridobljeno znanje na predavanjih in vajah bo služilo kandidatom pri vsakdanjemu delu v praksi, izvajanje v manjših zaokroženih skupinah od 5 do 8 študentov)
- Sposoben bo uporabiti ustrezne in konkretne trženjske strategije za potrebe v praksi in se uspešno vključevati v timsko delo z ostalimi področji, ki so tesno povezana z trženjem.
- Priprava in prezentacija skupinskih tržnih načrtov.

Prenosljive spretnosti:

- Sposoben bo koristiti domačo in tujo literaturo, kakor tudi uporabo interneta za vsakdanje ustvarjalno delo, ob uporabi didaktičnih pripomočkov in sodobnih postopkov timskega dela za reševanje problemov in nalog trženja z dojetjem kritične analize, sinteze in obvladovanja pisanja poročil, projektov.