

## **MARKETING IN PRODAJA**

**NOSILEC:** Izr. prof. dr. Jordan Berginc

**ECTS:** 3 ( 20 ur predavanj; 10 ur vaj; 45 ur samostojnega dela)

### **VSEBINA:**

- Koncept marketinga in njegova funkcija
- Marketinški splet
- Informacijska podpora trženju
- Analiza trga, tržna raziskava, metodologija in njena predstavitev
- Segmentacija trga, izbor ciljnih skupin in pozicioniranje izdelka
- Poglobljeno razumevanje kupčevih in potrošnikovih potreb
- SWOT analiza
- 7 korakov razvoja življenjskega cikla izdelka
- Blagovna znamka in njeno komuniciranje - pravila
- Principi vodenja promocije za podjetje
- Trženjsko komuniciranje – prednosti in slabosti oglaševanja
- Prodaja in direktni in e-marketing-vloga socialnih medijev
- Razvijanje identifikacije podjetja in odnosov s kupci
- Načrtovanje trženja in trženjski načrt
- Družbena odgovornost v trženju

### **PREDVIDENI ŠTUDIJSKI REZULTATI:**

Študenti bodo spoznali, razumeli, zasnovali in prakticirali področje marketinga, prodaje ter razvili trženjski načrt za lasten izdelek v komunikaciji s ciljnimi skupinami.

### **Uporaba:**

- Razumevanje koncepta in funkcije marketinga za podjetje
- Interpretacija trženjskega spleta s poudarkom na cenovni strategiji
- Spodbujali trženjsko 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

### **Prenosljive spretnosti:**

Študent bo sposoben s pomočjo pridobljenega znanja in informacij razumeti marketinško funkcijo, zasnovati trženjski koncept in vpeljati učinkovita orodja za trženjsko komunikacijo podjetja s trgom, vključujoč promocijske aktivnosti za pospeševanje prodaje.

V podjetju bo zmoževal interpretirati in izvesti potrebne korake za podporo planirani promociji izdelka za trg.