

## 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:

1. Osnove trženja, zgodovina, trženjski splet, orodja, terminologija.
2. Osnove (tržne) blagovne znamke ( ime, podoba, struktura, širjenje, povezovanje, spreminjanje, migracija blagovne znamke).
3. Predmet trženja: storitve, produkti, obravnava posameznih stopenj življenjskega ciklusa produkta
4. Analiza trga (potrošnik, konkurenca, SWOT ,...).
5. Tržne raziskave (tipi, razlogi, načrt raziskave).
6. Cena (zadovoljstvo za ponudnike in potrošnike).
7. Prodajne poti (definicije, funkcije, oblikovanje poti, obnašanje tržnikov do porabnikov).
8. Tržno komuniciranje ( tržno komunikacijski splet, kako ujeti kupčevo pozornost, recepti dobre tržne komunikacije, načrt).
9. Trženjska strategija ( tržno segmentiranje, konkuriranje s ceno in dodano vrednostjo, pot razlikovanja, optimizacija stroškov).
10. Tržni načrt (postopki in navodila, nadzor in merjenje tržnih dejavnosti ).
11. 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 dojemanjem kritične analize, sinteze in obvladovanja pisanja poročil, projektov.

Navedeni študijski izidi se nanašajo na poznavanje in razumevanje študijskih vsebin tudi v mednarodnem in medkulturnem kontekstu.