**KATALOG ZNANJA**

**1. IME PREDMETA**

**TRŽENJE STORITEV**

**2. SPLOŠNI CILJI**

Splošni cilji predmeta so:

* pozna celovitost in širino trženja ter ga razumeti kot proces menjave in poslovno filozofijo;
* pozna temeljne principe trženjskega koncepta v organizaciji s posebnostmi v storitveni dejavnosti;
* pozna osnove sodobnega trženjskega upravljanja in trženjskega raziskovanja;
* razume procese nakupnega vedenja, pomen zadovoljstva, pripadnosti in lojalnosti gostov;
* pozna osnovne trženjske strategije in razlikuje med njimi;
* pozna elemente trženjskega spleta za storitve in razume njihovo vlogo;
* pozna koncept upravljanja s celovito kakovostjo storitev in pozna koncept internega trženja.

**3. PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE**

V predmetu si študent poleg generičnih pridobi naslednje predmetno-specifične kompetence:

* načrtuje sodobne koncepte trženja storitev;
* načrtuje tržne strategije;
* izvaja proces nakupnega odločanja;
* izvaja analizo in raziskave tržnega okolja pri trženju storitev;
* oblikuje in izvaja tržne ponudbe;
* izvaja celovito upravljanje s kakovostjo storitev.

**4. OPERATIVNI CILJI**

|  |  |
| --- | --- |
| **INFORMATIVNI CILJI** | **FORMATIVNI CILJI** |
| Študent | Študent |
| **Načrtuje sodobne koncepte trženja storitev:** |
| * seznani se s spremembami v trženju storitev zaradi globalizacije, liberalizacije in internacionalizacije;
* pojasni in opredeli pojem trženja storitev;
* opredeli razliko med izdelkom in storitvijo;
* pozna povezanost storitvene dejavnosti z ostalimi dejavnostmi v gospodarstvu;
* pozna temeljne pristope trženja storitev;
* pozna pomen poslovne etike in družbeno odgovornega trženja storitev.
 | * opredeli spremembe na področju trženja storitev zaradi globalizacije in internacionalizacije;
* upošteva trende pri trženjskem načrtovanju storitev;
* načrtuje turistične storitve glede na tržne možnosti;
* analizira pomembnost storitvenega sektorja v sodobnem gospodarstvu;
* opiše storitveno dejavnost in njeno umeščenost v gospodarstvo;
* utemelji povezanost storitvenih dejavnosti z ostalimi dejavnostmi v gospodarstvu;
* uporabi temeljne pristope trženja storitev;
* uporabi načela družbeno odgovornega in etičnega trženja.
 |
| **Načrtuje tržne strategije:** |
| * pojasni principe ciljnega trženja;
* pozna proces segmentiranja trga;
* pozna merila za izbiro ciljnega trga;
* pozna potencialne konkurenčne prednosti storitvene organizacije;
* pozna merila za izbiro prave konkurenčne prednosti;
* pozna načine za predstavitev izbrane pozicije na trgu;
* pozna tržne strategije glede na življenjski cikel storitve;
* pozna proces oblikovanja novih storitev;
* pozna strategije do konkurentov na trgu.
 | * izpelje postopek ciljnega trženja;
* zna opredeliti tržne profile s pomočjo segmentacijskih spremenljivk;
* zna določiti merila pri izbiri ciljnega trga;
* zna identificirati potencialne konkurenčne prednosti storitvene organizacij;
* zna izbrati najbolj učinkovito konkurenčno prednost;
* zna komunicirati konkurenčno prednost na trg;
* zna izbrati med trženjskimi strategijami glede na življenjski cikel storitve;
* načrtuje proces oblikovanja novih storitev;
* izbere ustrezne strategije glede na konkurenco.
 |
| **Izvaja proces nakupnega odločanja:** |
| * pozna vrednost za uporabnika in zadovoljstvo uporabnika;
* pozna potrebe uporabnika;
* pojasni proces nakupnega odločanja pri storitvi;
* pozna princip delovanja CRM-ja.
 | * preučuje pomen vrednosti za uporabnika in njegovo zadovoljstvo;
* preučuje potrebe uporabnika;
* preučuje proces nakupnega odločanja pri storitvi;
* uporablja načela sistema celovitega ravnanja z uporabniki.
 |
| **Izvaja analizo in raziskave tržnega okolja pri trženju storitev:** |
| * pozna širše in ožje trženjsko okolje;
* pozna trženjsko informacijski sistem;
* pozna pomen trženjskih informacij;
* pozna osnove tržnih analiz;
* pojasni postopek raziskave in analize trga.
 | * preučuje pomen širšega in ožjega okolja za uspešno trženjsko načrtovanje;
* zbira notranje in zunanje informacije za trženjsko načrtovanje;
* izpelje postopek raziskave in analize trga,
* preučuje konkurenco;
* načrtuje poslovne aktivnosti glede na rezultate raziskave trga;
* zbira in uporablja dostopne informacije.
 |
| **Oblikuje in izvaja tržne ponudbe:** |
| * pojasni in opiše sestavine trženjskega spleta za storitve;
* pozna različne načine razvrščanja storitev;
* pozna in opredeli strukturo turističnega produkta;
* pojasni življenjski cikel storitve;
* opredeli pomen storitvene znamke;
* opredeli pomen zunanjih in notranjih dejavnikov pri oblikovanju cen;
* pozna principe oblikovanja prodajnih cen;
* pozna strategije pri oblikovanju prodajnih cen;
* pozna pomen kupoprodajnih pogojev v procesu menedžmenta cen;
* pozna pomen direktnih in indirektnih tržnih poti;
* pozna sestavine tržno-komunikacijskega spleta;
* pozna principe procesiranja storitev in oblikovanja standardov izvajanja;
* pozna pomen fizičnih dokazov v procesu trženja storitev;
* pozna pomen ljudi v procesu trženja in izvajanja storitev.
 | * uporablja sestavine trženjskega spleta za storitve pri oblikovanju in izvajanju tržnih ponudb;
* predstavi značilnosti storitev;
* uporablja različne načine razvrščanja storitev glede na življenjski cikel;
* kritično presodi o pomenu storitvene znamke;
* predstavi pomen zunanjih in notranjih dejavnikov pri oblikovanju cen;
* izbira med metodami pri oblikovanju prodajnih cen;
* določi kupoprodajne pogoje pri oblikovanju ponudbe za izbrano ciljno skupino;
* izbira ustrezno tržno pot glede na ciljno skupino;
* uporabi ustrezno obliko tržno-komunikacijskega spleta za uspešno komuniciranje z izbrano ciljno skupino;
* oblikuje standarde in protokole pri izvajanju storitev;
* izpostavi materialne – fizične elemente, ki olajšajo sprejem nakupne odločitve uporabnika;
* uporabi znanja in sposobnosti ljudi v storitvenem procesu.
 |
| **Izvaja celovito upravljanje s kakovostjo storitev:** |
| * pozna pomen kakovosti storitev s percepcijo kupca;
* pozna vrste kakovosti;
* pozna pomembnost nadzora in spremljanja kakovosti opravljenih storitev;
* pozna splošni pristop h kakovosti storitev;
* pozna dimenzije in razsežnosti kakovosti storitev;
* pozna dejavnike, ki vplivajo na zaznavanje kakovosti storitev;
* seznani se s koncepti za izboljšanje kakovosti storitev;
* pozna probleme pri ugotavljanju kakovosti
* seznani se z metodami celovitega obvladovanja kakovosti;
* pozna problematiko trajnostnega razvoja kot pomembno dimenzijo kakovosti.
 | * presodi pomen kakovosti z vidika kupca;
* izdela posamezne determinante kakovosti oblikuje osnovno znanje za razumevanje ekonomskega okolja;
* pozna pomembnost nadzora in spremljanja kakovosti opravljenih storitev;
* načrtuje kakovosti storitev;
* zna analizirati dimenzije in razsežnosti kakovosti storitev;
* utemelji dejavnike, ki vplivajo na zaznavanje kakovosti;
* uporabi pravilen koncept za izboljšanje kakovosti storitev;
* razvija sposobnosti prepoznavanja problemov v zvezi z ugotavljanjem kakovosti;
* uporabi metodo celovitega obvladovanja kakovosti;
* analizira problematike trajnostnega razvoja kot sestavine kakovosti storitve.
 |

# OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV in POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 72 ur (48 ur predavanj, 24 ur laboratorijskih vaj);

Število ur samostojnega dela: 138 ur (70 ur študij literature in virov ter priprava na izpit, 68 ur izdelava projektne naloge).

Skupaj 210 ur dela študenta (7 KT).