**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).