

## KATALOG ZNANJA

### 1. IME PREDMETA

### TRŽENJE STORITEV

### 2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilji predmeta so:

- pozna celovitost in širino trženja ter ga razumei 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
<b>Načrtuje sodobne koncepte trženja storitev:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- seznaneni se s spremembami v trženju storitev zaradi globalizacije, liberalizacije in internacionalizacije;</li><li>- pojasni in opredeli pojem trženja storitev;</li><li>- opredeli razliko med izdelkom in storitvijo;</li><li>- pozna povezanost storitvene dejavnosti z ostalimi dejavnostmi v gospodarstvu;</li><li>- pozna temeljne pristope trženja storitev;</li><li>- pozna pomen poslovne etike in družbeno odgovornega trženja storitev.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- opredeli spremembe na področju trženja storitev zaradi globalizacije in internacionalizacije;</li><li>- upošteva trende pri trženjskem načrtovanju storitev;</li><li>- načrtuje turistične storitve glede na tržne možnosti;</li><li>- analizira pomembnost storitvenega sektorja v sodobnem gospodarstvu;</li><li>- opiše storitveno dejavnost in njeno umeščenost v gospodarstvo;</li><li>- utemelji povezanost storitvenih dejavnosti z ostalimi dejavnostmi v gospodarstvu;</li><li>- uporabi temeljne pristope trženja storitev;</li><li>- uporabi načela družbeno odgovornega in etičnega trženja.</li></ul>

<b>Načrtuje tržne strategije:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- pojasni principe ciljnega trženja;</li> <li>- pozna proces segmentiranja trga;</li> <li>- pozna merila za izbiro ciljnega trga;</li> <li>- pozna potencialne konkurenčne prednosti storitvene organizacije;</li> <li>- pozna merila za izbiro prave konkurenčne prednosti;</li> <li>- pozna načine za predstavitev izbrane pozicije na trgu;</li> <li>- pozna tržne strategije glede na življenjski cikel storitve;</li> <li>- pozna proces oblikovanja novih storitev;</li> <li>- pozna strategije do konkurentov na trgu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- izpelje postopek ciljnega trženja;</li> <li>- zna opredeliti tržne profile s pomočjo segmentacijskih spremenljivk;</li> <li>- zna določiti merila pri izbiri ciljnega trga;</li> <li>- zna identificirati potencialne konkurenčne prednosti storitvene organizacij;</li> <li>- zna izbrati najbolj učinkovito konkurenčno prednost;</li> <li>- zna komunicirati konkurenčno prednost na trg;</li> <li>- zna izbrati med trženjskimi strategijami glede na življenjski cikel storitve;</li> <li>- načrtuje proces oblikovanja novih storitev;</li> <li>- izbere ustrezne strategije glede na konkurenco.</li> </ul>
<b>Izvaja proces nakupnega odločanja:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- pozna vrednost za uporabnika in zadovoljstvo uporabnika;</li> <li>- pozna potrebe uporabnika;</li> <li>- pojasni proces nakupnega odločanja pri storitvi;</li> <li>- pozna princip delovanja CRM-ja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- preučuje pomen vrednosti za uporabnika in njegovo zadovoljstvo;</li> <li>- preučuje potrebe uporabnika;</li> <li>- preučuje proces nakupnega odločanja pri storitvi;</li> <li>- uporablja načela sistema celovitega ravnanja z uporabniki.</li> </ul>
<b>Izvaja analizo in raziskave tržnega okolja pri trženju storitev:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- pozna širše in ožje trženjsko okolje;</li> <li>- pozna trženjsko informacijski sistem;</li> <li>- pozna pomen trženjskih informacij;</li> <li>- pozna osnove tržnih analiz;</li> <li>- pojasni postopek raziskave in analize trga.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- preučuje pomen širšega in ožjega okolja za uspešno trženjsko načrtovanje;</li> <li>- zbira notranje in zunanje informacije za trženjsko načrtovanje;</li> <li>- izpelje postopek raziskave in analize trga,</li> <li>- preučuje konkurenco;</li> <li>- načrtuje poslovne aktivnosti glede na rezultate raziskave trga;</li> <li>- zbira in uporablja dostopne informacije.</li> </ul>
<b>Oblikuje in izvaja tržne ponudbe:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- pojasni in opiše sestavine trženjskega spleta za storitve;</li> <li>- pozna različne načine razvrščanja storitev;</li> <li>- pozna in opredeli strukturo turističnega produkta;</li> <li>- pojasni življenjski cikel storitve;</li> <li>- opredeli pomen storitvene znamke;</li> <li>- opredeli pomen zunanjih in notranjih dejavnikov pri oblikovanju cen;</li> <li>- pozna principe oblikovanja prodajnih cen;</li> <li>- pozna strategije pri oblikovanju prodajnih cen;</li> <li>- pozna pomen kupoprodajnih pogojev v procesu menedžmenta cen;</li> <li>- pozna pomen direktnih in indirektnih tržnih poti;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- uporablja sestavine trženjskega spleta za storitve pri oblikovanju in izvajanju tržnih ponudb;</li> <li>- predstavi značilnosti storitev;</li> <li>- uporablja različne načine razvrščanja storitev glede na življenjski cikel;</li> <li>- kritično presodi o pomenu storitvene znamke;</li> <li>- predstavi pomen zunanjih in notranjih dejavnikov pri oblikovanju cen;</li> <li>- izbira med metodami pri oblikovanju prodajnih cen;</li> <li>- določi kupoprodajne pogoje pri oblikovanju ponudbe za izbrano ciljno skupino;</li> <li>- izbira ustrezno tržno pot glede na ciljno skupino;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- pozna sestavine tržno-komunikacijskega spleta;</li> <li>- pozna principe procesiranja storitev in oblikovanja standardov izvajanja;</li> <li>- pozna pomen fizičnih dokazov v procesu trženja storitev;</li> <li>- pozna pomen ljudi v procesu trženja in izvajanja storitev.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- uporabi ustrezno obliko tržno-komunikacijskega spleta za uspešno komuniciranje z izbrano ciljno skupino;</li> <li>- oblikuje standarde in protokole pri izvajanju storitev;</li> <li>- izpostavi materialne – fizične elemente, ki olajšajo sprejem nakupne odločitve uporabnika;</li> <li>- uporabi znanja in sposobnosti ljudi v storitvenem procesu.</li> </ul>
<b>Izjava celovito upravljanje s kakovostjo storitev:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- pozna pomen kakovosti storitev s percepcijo kupca;</li> <li>- pozna vrste kakovosti;</li> <li>- pozna pomembnost nadzora in spremljanja kakovosti opravljenih storitev;</li> <li>- pozna splošni pristop h kakovosti storitev;</li> <li>- pozna dimenzije in razsežnosti kakovosti storitev;</li> <li>- pozna dejavnike, ki vplivajo na zaznavanje kakovosti storitev;</li> <li>- seznanjeni se s koncepti za izboljšanje kakovosti storitev;</li> <li>- pozna probleme pri ugotavljanju kakovosti</li> <li>- seznanjeni se z metodami celovitega obvladovanja kakovosti;</li> <li>- pozna problematiko trajnostnega razvoja kot pomembno dimenzijo kakovosti.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- presodi pomen kakovosti z vidika kupca;</li> <li>- izdelava posamezne determinante kakovosti oblikuje osnovno znanje za razumevanje ekonomskega okolja;</li> <li>- pozna pomembnost nadzora in spremljanja kakovosti opravljenih storitev;</li> <li>- načrtuje kakovosti storitev;</li> <li>- zna analizirati dimenzije in razsežnosti kakovosti storitev;</li> <li>- utemelji dejavnike, ki vplivajo na zaznavanje kakovosti;</li> <li>- uporabi pravilen koncept za izboljšanje kakovosti storitev;</li> <li>- razvija sposobnosti prepoznavanja problemov v zvezi z ugotavljanjem kakovosti;</li> <li>- uporabi metodo celovitega obvladovanja kakovosti;</li> <li>- analizira problematiko trajnostnega razvoja kot sestavine kakovosti storitve.</li> </ul>

## 5. 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).

