

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

PRAKTIČNO IZOBRAŽEVANJE: UPRAVLJANJE IN TRŽENJE

2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilji predmeta so:

- spoznati poslovanje velneškega centra;
- razvijati sposobnosti načrtovanja, organiziranja in izvajanja dela v velneškem centru;
- spoznati temeljne principe trženjskega koncepta v organizaciji s posebnostmi v storitveni dejavnosti;
- razumeti pomen, proces in postopke ciljnega trženja;
- spoznati koncept internega trženja;
- razumeti pomen družbeno odgovornega trženja.

3. PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE

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

- načrtuje poslovanje in delo velneškega centra;
- izvaja osnovne procese celovitega upravljanja kakovosti velneških proizvodov in permanentne inovativnosti ponudbe ter identificira dejavnike konkurenčnosti in poslovne uspešnosti velneških proizvodov;
- izvaja analizo in raziskave tržnega okolja pri trženju storitev;
- oblikuje in izvaja tržne ponudbe;
- izvaja akcije internega trženja.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
Študent:	Študent:
Načrtuje poslovanje in delo velneškega centra:	
<ul style="list-style-type: none">- pozna vrste in organizacijske strukture ponudbe na področju velneškega turizma;- pozna povpraševanje na področju velneškega turizma v svetu in Sloveniji;- pozna vplivne dejavnike ponudbe in povpraševanja na področju velneškega in spajevskega turizma;	<ul style="list-style-type: none">- sodeluje pri načrtovanju razvoja ponudbe in organizaciji dela v velneškem obratu ter uporablja znanja o posebnostih velneškega turizma;- spremlja in analizira povpraševanje na področju velneškega turizma;- sodeluje pri izdelavi, vodenju in usklajevanju terminskih planov različnih aktivnosti, postopkov in metod pri izvajanju velneških storitev;- zagotavlja higieno prostorov in opreme po zakonskih predpisih;

<ul style="list-style-type: none"> - pozna standarde kakovosti za področje velneške dejavnosti; - pozna, spoštuje in upošteva načela poklicne etike; - pozna področno zakonodajo in jo izvaja v okviru svojih pristojnosti; - pozna in uporablja standarde kakovosti za velneško dejavnost. 	<ul style="list-style-type: none"> - upošteva veljavne zakonske predpise; - zagotavlja kakovost storitev; - varuje poslovne skrivnosti; - prepozna načine in metode uspešnega koordiniranja in motiviranja zaposlenih.
<p>Izvaja osnovne procese celovitega upravljanja kakovosti velneških proizvodov in permanentne inovativnosti ponudbe ter identificira dejavnike konkurenčnosti in poslovne uspešnosti velneških proizvodov:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - pozna pomembnost nadzora in spremljanja kakovosti opravljenih storitev; - pozna problematiko trajnostnega razvoja kot pomembno dimenzijo kakovosti; - pozna pomen kakovosti storitev s percepcijo kupca in dejavnike, ki vplivajo na zaznavanje kakovosti storitev; - pozna probleme pri ugotavljanju kakovosti. 	<ul style="list-style-type: none"> - uporabi temeljne pristope trženja storitev; - upošteva trende pri trženjskem načrtovanju storitev; - utemlji dejavnike, ki vplivajo na zaznavanje kakovosti na podlagi izkušenj lastnega dela v podjetju.
<p>Izvaja analizo in raziskave tržnega okolja pri trženju storitev:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - pozna razliko med izdelkom in storitvijo; - pozna pojem trženja storitev v praksi; - pozna širše in ožje trženjsko okolje; - pozna pomen trženjskih informacij. 	<ul style="list-style-type: none"> - analizira problematiko trajnostnega razvoja kot sestavine kakovosti storitve; - preučuje pomen širšega in ožjega okolja za uspešno trženjsko načrtovanje; - zbira in uporablja dostopne informacije.
<p>Oblikuje in izvaja tržne ponudbe:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - pozna principe ciljnega trženja; - pozna princip delovanja CRM-ja; - pozna proces segmentiranja trga in merila za izbiro ciljnega trga; - pozna merila za izbiro prave konkurenčne prednosti in načine za predstavitev izbrane pozicije na trgu; - pozna tržne strategije glede na življenjski cikel storitve; - pozna proces oblikovanja novih storitev; <p>pozna strategije do konkurentov na trgu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - uporabi principe ciljnega trženja pri izvajanju le-tega v praksi; - preučuje potrebe uporabnika; - identificira potencialne konkurenčne prednosti podjetja; <p>sodeluje pri načrtovanju procesa oblikovanja novih storitev in izbiri ustrezne trženjske strategije podjetja.</p>
<p>Izvaja akcije internega trženja:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - pozna trženjsko informacijski sistem v okviru podjetja; - pozna vizijo podjetja in njegove trženjske usmeritve ter motiviranje zaposlenih za sprejem trženjske usmeritve podjetja; - pozna pomen dobrega in zadovoljnega kadra za izvajanje kakovostnih storitev, ki zagotavljajo zadovoljne goste. 	<ul style="list-style-type: none"> - spremlja sodelovanje zaposlenih; - analizira pomen dobrega internega trženja za doseganje načrtovanih tržnih rezultatov podjetja na ciljnih trgih; - kritično opazuje izvajanje danih tržnih obljub podjetja in spremlja odstopanja med tržno obljubo o izvedbi storitve in dejansko izvedbo storitve.

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV in POSEBNOSTI V IZVEDBI

Skupaj: 190 ur dela študenta v podjetju (6 KT).

Obvezna prisotnost na praktičnem izobraževanju. Obvezen je zagovor poročila o opravljenem praktičnem izobraževanju pri mentorju v podjetju in mentorju v šoli.