

## 4.1. KATALOG ZNANJA

### IME MODULA: NEPOSREDNO TRŽENJE

#### 1. USMERJEVALNI CILJI

Dijak:

- razvija inovativnost,
- razvija sistematičnost, vztrajnost in natančnost pri delu,
- razvija sposobnost logičnega mišljenja,
- razvija podjetne lastnosti in spretnosti ter sposobnost timskega dela,
- razvija pripravljenost za vseživljenjsko učenje,
- uporablja sodobne informacijsko komunikacijske vire,
- obvlada strokovno izrazoslovje,
- varuje zdravje in okolje,
- racionalno rabi energijo, material in čas,
- opredeli elemente trženjskega spleta,
- izbira ustrezno orodje tržnega komuniciranja glede na cilj,
- razvija sposobnosti komuniciranja,
- razume pomen zadovoljstva kupcev za uspešno trženje,
- poišče in uporablja vire trženjskih informacij,
- spozna značilnosti in posebnosti globalnega trženja,
- spozna dokumente in vire informacij,
- izvaja predprodajne, prodajne in poprodajne dejavnosti prek EKK,
- razume nakupno vedenje kupcev in ga zna upoštevati pri trženjskih odločitvah,
- anketira preko EKK,

#### 2. VSEBINSKI SKLOPI

Modul je sestavljen iz vsebinskih sklopov:

OZNAKA	VSEBINSKI SKLOP
AKD	Administrativno-komunikacijska dela
TZK	Neposredno trženje in zadovoljstvo kupcev
TIS	Tržnoinformacijski sistemi

#### 3. OPERATIVNI CILJI

**Vsebinski sklop: ADMINISTRATIVNO-KOMUNIKACIJSKA DELA**

### Poklicne kompetence

- vodenje evidence in arhiviranje delovne dokumentacije,
- komuniciranje s strankami in sodelavci,
- anketiranje preko elektronskih komunikacijskih kanalov.

<b>Informativni cilji</b>	<b>Formativni cilji</b>
<p>Dijak:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pojasni podatkovne baze,</li> <li>• pozna evidence in ureja arhiv dokumentacije,</li> <li>• opredeli in evidentira podatke o potrebah uporabnikov,</li> <li>• pozna predpisano dokumentacijo,</li> <li>• razume etiko poslovnega komuniciranja,</li> <li>• nauči se osnove retorike,</li> <li>• pojasni osnove psihologije prodaje,</li> <li>• komunicira s strankami po telefonu in preko EKK,</li> <li>• pozna strokovno literaturo v slovenskem in tujem jeziku,</li> <li>• pozna javnomnenjske in tržne raziskave,</li> <li>• sodeluje pri izvajanju dejavnosti, povezanih s CRM (Customer relationship management).</li> </ul>	<p>Dijak:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pripravi vsebino poslovne dokumentacije,</li> <li>• izračuna osnovne statistične kazalce in zna brati statistične podatke in računalniške izpise,</li> <li>• uporablja znanje vodenja evidenc, urejanja dokumentacije in pozna predpise s področja arhiviranja dokumentov,</li> <li>• zbira statistične podatke o kupcih, o povpraševanju ...,</li> <li>• vodi prodajni in reklamacijski razgovor,</li> <li>• trenira prodajne razgovore,</li> <li>• izvede metodološke principe tržnih raziskav in osnovne merske karakteristike,</li> <li>• izdeluje javnomnenjske tržne raziskave,</li> <li>• za konkreten primer izdelava oglasno sporočilo.</li> </ul>

### Vsebinski sklop: NEPOSREDNO TRŽENJE IN ZADOVOLJSTVO KUPCEV

#### Poklicne kompetence

- poznavanje ciljev neposrednega trženja,
- poznavanje metode in oblik neposrednega trženja.
- razumevanje pomena vrednotenja rezultatov.

<b>Informativni cilji</b>	<b>Formativni cilji</b>
<p>Dijak:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• opiše cilje neposrednega trženja,</li> <li>• pozna metode in oblike neposrednega trženja,</li> <li>• razume pomen zadovoljstva kupcev za trženje,</li> </ul>	<p>Dijak:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• razloži namen neposrednega trženja,</li> <li>• prepozna in primerja oblike neposrednega trženja v praksi,</li> <li>• izvede procese neposrednega trženja,</li> </ul>

<b>Informativni cilji</b>	<b>Formativni cilji</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• razume pomen stalnih kupcev,</li> <li>• spozna prednosti neposrednega trženja,</li> <li>• analizira značilnosti elektronskega trženja,</li> <li>• opredeli merjenje zadovoljstva kupcev,</li> <li>• našteje metode, s katerimi obdržimo kupce,</li> <li>• opiše načine, kako podjetja skrbijo za zadovoljstvo kupcev po nakupu,</li> <li>• seznaneni se z zakonodajo s področja varstva potrošnikov,</li> <li>• razume pomen vrednotenja rezultatov.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• razloži vlogo sodobnih medijev pri neposrednem trženju,</li> <li>• izdelava in predstavi intervju s kupci o zadovoljstvu po nakupu,</li> <li>• upošteva dejavnike trženja okolja,</li> <li>• razloži in prepozna načine pozicioniranja podjetij na trgu,</li> <li>• določi elemente trženjskega spleta in razloži pomen njihove usklajenosti,</li> <li>• upošteva načine preverjanja učinkovitosti trženjskih akcij.</li> </ul>

### **Vsebinski sklop: TRŽNOINFORMACIJSKI SISTEMI**

#### **Poklicne kompetence**

- preverjanje delovanja in vzdrževanje tehnične in programske opreme,
- zbiranje različnih tržnih podatkov,
- razumevanje globalnega trga in globalnega trženja.

<b>Informativni cilji</b>	<b>Formativni cilji</b>
<p>Dijak:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• seznaneni se s tehničnimi navodili in rokovanjem z delovnimi sredstvi ter programsko opremo,</li> <li>• razume trženjski informacijski sistem,</li> <li>• razlikuje med vrstami in viri podatkov,</li> <li>• pozna potek trženjskega obveščanja,</li> <li>• opiše pomen tržnih raziskav,</li> <li>• analizira metode tržnih raziskav,</li> <li>• pozna kodeks tržnih raziskovalcev,</li> <li>• utemelji načine vstopa na tuji trg,</li> <li>• spozna prilagajanje trženjskih strategij različnim okoljem,</li> <li>• razume pojem globalni trg,</li> <li>• loči različne načine sodelovanja na globalnem trgu.</li> </ul>	<p>Dijak:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ugotavlja nepravilnosti in težave v delovanju delovnih sredstev in programske opreme,</li> <li>• uporablja novosti in predlaga dopolnjevanje delovnih orodij,</li> <li>• izvaja različne naloge trženjskega informacijskega sistema,</li> <li>• zbere različne vrste tržnih podatkov,</li> <li>• izdelava enostavno tržno raziskavo in interpretira rezultate,</li> <li>• določi različne načine sodelovanja na globalnem trgu.</li> </ul>