

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

PODJETNIŠTVO, TRŽENJE IN KAKOVOST STORITEV

2. SPLOŠNI CILJI PREDMETA

Splošni cilji predmeta so:

- obvladati značilnosti storitvene dejavnosti in organizacijske strukture podjetja;
- razvijati ustvarjalno in podjetniško mišljenje;
- uspešno komunicirati s strankami in zaposlenimi;
- spremljati kontinuiran razvoj stroke.

Specifično strokovno usmerjeni cilji so:

- načrtovati in pripraviti poslovni načrt;
- pridobiti sposobnost za sodelovanje pri razvojnih projektih na področju kozmetike in velnesa;
- načrtovati ciljne dejavnost trženja za doseganje konkurenčne prednosti;
- poznavati zakonitosti projektne dela na področju kozmetike in zdravega načina življenja.

3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo še naslednje kompetence:

1. poznavanje poslovnega procesa, načrtovanje in priprava poslovnega načrta;
2. poznavanje strategije trženja in trženjskega komuniciranja ter trženje kozmetičnih storitev in izdelkov;
3. obvladovanje kakovosti storitve in prodaje;
4. načrtovanje in izvedba projektov na področju kozmetike in velnesa.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
1. Poznavanje poslovnega procesa, načrtovanje in priprava poslovnega načrta:	

<ul style="list-style-type: none"> • pozna okolje podjetja, poslovni proces in poslovne funkcije; • pozna različne koncepte organizacij za doseganje ciljev in vizije; • seznaneni se s poslovnim načrtovanjem, vsebino in načinom izdelave poslovnega načrta; • usposobi se za razmišljanje, ki sledi ekonomski logiki oblikovanja in sprejemanja poslovnih odločitev; • pozna poslovne prvine, stroške, stroškovna mesta in nosilce stroškov. 	<ul style="list-style-type: none"> • razlikuje različne oblike podjetij, oceni njihove prednosti in slabosti; • deluje v vlogi podjetnika in menedžerja; • izdelava poslovnega načrta in terminski plan za presojo izbranega poslovnega dogodka in ga predstavi; • opredeljuje različne vrste stroškov in njihov vpliv na poslovne rezultate; • izdelava kalkulacije glede na različne stroške in različne metode pokrivanja stroškov; • analizira rezultate in informacije za sprejemanje nadaljnjih poslovnih odločitev.
<p>2. Poznavanje strategije trženja in trženjskega komuniciranja ter trženje kozmetičnih storitev in izdelkov:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • ugotavlja pomen trženja v podjetju; • spozna metode raziskovanja tržnega okolja; • analizira pomen politike storitev, politike cen in razvoja storitev; • spozna strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov; • spozna trženjske raziskave; • spozna dejavnike, ki vplivajo na nakupno vedenje; • spozna pomen trženjskega spleta; • spozna e-trženje. 	<ul style="list-style-type: none"> • izpelje postopek raziskave in analize trga; • proučuje konkurenco; • oblikuje storitev, ki bo zanimiva za uporabnike; • načrtuje tržno komunikacijo; • v praksi uporabi politiko cen, promocijo storitev in storitev v marketingu; • predstavi poslovno idejo – poslovni načrt z marketinškega vidika; • naredi stroškovno analizo; • analizira možnosti uvedbe e-trženja v podjetniški dejavnosti in ga izvede.
<p>3. Obvladovanje kakovosti storitve in prodaje:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • pozna pomen zagotavljanja kakovosti v krožnem toku; • pozna pomen kakovosti storitev s percepcijo kupca; • pozna vrste kakovosti; • pozna dejavnike, ki vplivajo na zaznavanje kakovosti storitev; • seznaneni se s koncepti za izboljšanje kakovosti storitev; • spozna probleme pri ugotavljanju kakovosti; • seznaneni se z metodami celovitega obvladovanja kakovosti in življenjskega cikla proizvoda. 	<ul style="list-style-type: none"> • načrtuje kakovost storitev; • analizira pomen zagotavljanja kakovosti v krožnem toku; • presodi pomen kakovosti z vidika kupca; • izdelava posamezne determinante kakovosti; • utemelji dejavnike, ki vplivajo na zaznavanje kakovosti; • uporabi pravilen koncept za izboljšanje kakovosti storitev; • prepozna fazo življenjskega cikla storitve; • uporabi metodo celovitega obvladovanja kakovosti na področju kozmetike in velnesa.
<p>4. Načrtovanje in izvedba projektov na področju kozmetike in velnesa:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • pozna temeljne značilnosti, zakonitosti, sestavine, faze, metode in oblike projektne dela; • pozna ustrezne metode in tehnike vrednotenja poslovnih idej; 	<ul style="list-style-type: none"> • ovrednoti pomen projektne dela; • načrtuje in sodeluje pri izvedbi projektov na področju novih kozmetičnih izdelkov in storitev; • analizira izvajanje projektov;

<ul style="list-style-type: none">• zna mrežno načrtovati roke, vire in stroške;• pozna način izdelave, vodenja in usklajevanja terminskega načrtovanja;• zna zasnovati in oceniti poslovni projekt;• pozna sestavine in faze poslovnega projekta.	<ul style="list-style-type: none">• sodeluje pri izbiri, zasnovi in izvedbi projektov v kozmetiki in na področju zdravega načina življenja;• analizira izdelavo, vodenje in usklajevanje terminskih načrtov;• ovrednoti različne vloge v projektni skupini;• razvija samozavest in sposobnost reševanja strokovnih problemov.
---	--

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 72 (48 ur predavanj, 12 ur seminarских vaj, 12 ur laboratorijskih vaj).
Število ur samostojnega dela študenta: 78 (študij literature in gradiv, študij primerov in reševanje praktičnih nalog, priprava poslovnega načrta in promocijskega materiala ...).