



KATALOG ZNANJA

1. PRODAJA (PRO)

2. SPLOŠNI CILJI

Študent spozna:

- načrtovanje in aktivnosti pred prodajo,
- strategije prodaje in nabave,
- ustvarjanje zmožnosti za samostojno prodajo storitev.

3. PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE

V predmetu in pri praktičnem izobraževanju si študent poleg generičnih pridobi naslednje kompetence:

- določevanje, načrtovanje in organiziranje aktivnosti do potencialnih kupcev,
- opredeljevanje najrealnejšega scenarija prodaje ob upoštevanju dolgoročne in kratkoročne strategije podjetja,
- komuniciranje s potencialnimi kupci in organiziranje srečanj z njimi,
- pripravljane ponudb in prodajnih strategij,
- izbiranje potencialnih partnerjev (kupcev, posrednikov, ...) in organiziranje srečanj,
- spremljanje konkurence in njihove strategije,
- pripravljane letnih in triletnih planov lastnega dela (obseg prodaje, cene, zaposleni, izdelave finančnega plana za reklamne namene,...),
- izvajanje predstavitve proizvodov/storitev pri potencialnih kupcih,
- poznavanje psihologije prodaje in nakupa.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<i>Študent:</i>	<i>Študent:</i>
1. Organiziranje prodaje <ul style="list-style-type: none"> • spozna pojem, pomen in organiziranje prodaje, • pozna opredelitev prodaje in trende v razvoju prodaje, • razume povezanost prodaje in ostalih poslovnih funkcij, 	<ul style="list-style-type: none"> • predstavi sodelovanje in povezovanje prodaje z ostalimi funkcijami v podjetju, • razume temeljne razsežnosti prodaje in trende na tem področju v svetu,
2. Prodajni postopki <ul style="list-style-type: none"> • spozna prodajne postopke, • spozna osebno prodajo, 	



<ul style="list-style-type: none"> • spozna temeljne pristope v osebni prodaji, 	<ul style="list-style-type: none"> • izvede postopke pri prodaji (ponudba, zbiranje in obdelava naročil, izvrševanje naročil, fakturiranje), • izvede postopek osebne prodaje, • uporablja instrumente podpore osebni prodaji (direktna pošta, ...), • uporablja temeljne pristope v osebni prodaji, • uporablja različne pogajalske taktike in veščine prodajanja,
<p>3. Načrtovanje prodaje</p> <ul style="list-style-type: none"> • spozna načrtovanje prodaje, • spozna cilje in pomen načrtovanja prodaje, • spozna proces načrtovanja prodaje, 	<ul style="list-style-type: none"> • načrtuje prodajo in določa cilje prodaje, • uporablja posamezne faze načrtovanja prodaje, • analizira dejavnike, pomembne za načrtovanje prodaje, • določa in oblikuje cilje prodaje, • razlikuje in klasificira prodajne cilje, • določi strategije prodaje,
<p>4. Raziskovanje trga</p> <ul style="list-style-type: none"> • spozna in razume tržni potencial, • spozna merjenje trgov in napovedovanje prodaje, • spozna metode za merjenje možnega trga, • spozna proces napovedovanja prodaje, 	<ul style="list-style-type: none"> • razlikuje tržni in prodajni potencial, • zbira in analizira podatke v zvezi s prodajo, • pozna faze merjenja tržnega in prodajnega potenciala, • meri tržni in prodajni potencial, • uporablja metode za merjenje možnega trga, • uporablja merila v zvezi z možno prodajo in možnim trgovom, • uporablja metode napovedovanja prodaje, • ovrednoti prodajne napovedi,
<p>5. Prodajna področja</p> <ul style="list-style-type: none"> • spozna prodajni proračun in prodajne kvote, • spozna oblikovanje prodajnih področij, 	<ul style="list-style-type: none"> • oblikuje prodajni proračun, • oblikuje prodajne kvote, • oblikuje prodajno področje,
<p>6. Organiziranost prodaje</p> <ul style="list-style-type: none"> • spozna organiziranost prodaje, • pozna načela organiziranosti, • spozna oblike specializiranja prodaje, 	<ul style="list-style-type: none"> • organizira prodajo glede na posamezne oblike specializiranja prodaje (specializacija prodaje po geografskih področjih, specializacija prodaje po izdelkih; ...),
<p>7. Analiziranje prodaje</p>	



<ul style="list-style-type: none"> • spozna kontrolo in analizo prodaje. • spozna vrednotenje prodaje. • spozna analizo obsega prodaje. • razume stroške prodaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • analizira obseg prodaje, • analizira stroške prodaje, • analizira uspešnost prodaje, • analizira uspešnost prodajnega osebja,
8. Zaposlovanje osebja <ul style="list-style-type: none"> • spozna proces zaposlovanja osebja v prodaji. • spozna pomen izobraževanja in usposabljanja prodajnega osebja. • spozna načine nagrajevanja prodajalcev. 	<ul style="list-style-type: none"> • izdelava opis del zaposlenih v prodaji glede na profil poklica, • uporablja načine pridobivanja novih sodelavcev, • organizira oblike izobraževanja in usposabljanja za delo v prodaji, • z ustreznimi načini motivira zaposlene v prodaji in glede na to določi način nagrajevanja,
9. Komunikacijske tehnologije <ul style="list-style-type: none"> • spozna sodobne komunikacijske tehnologije v prodaji. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uporablja sodobne komunikacijske tehnologije v prodaji.

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Ime predmeta	Letnik	Število kontaktnih ur				Ocena samostojnega dela študenta	Σ ur/KT
		PR	SV	LV	Σ ur	Σ ur	210
Prodaja (PRO)	2	60	24	12	96	114	7

Obveznosti študenta:

- predavanja,
- seminarske vaje, /predstavitve seminarских in projektnih nalog/,
- laboratorijske vaje, /individuano in skupinsko delo/,
- izpit /pisni ali dva delna izpita/.

Samostojno delo vključuje:

- študij literature,
- pripravo na seminarske vaje, študij navodil in dokumentacije,
- pripravo na laboratorijske vaje
- reševanje nalog in izpitnih vprašanj,
- seminarsko nalogo z zagovorom /izbirna/.

