

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

SPLETNA PRODAJA

2. SPLOŠNI CILJI PREDMETA

Splošni cilji predmeta so:

- razumeti različne opredelitve in značilnosti spletnega okolja;
- razumeti vedenje kupcev v spletnem okolju;
- obvladati sodobne metode in pristope za uspešno prodajo na spletu;
- razumeti ključne lastnosti komuniciranja na spletu;
- razvijati pozitivno naravnost, strokovnost in samostojnost za načrtovanje, vodenje in vrednotenje spletne prodaje;
- razvijati samozavest in sposobnost reševanja strokovnih marketinških problemov.

Specifično strokovno usmerjeni cilji so:

- razumeti temeljne značilnosti in zakonitosti spletne prodaje;
- razumeti zakonitosti vedenja potencialnih in obstoječih kupcev na spletu;
- načrtovati pospeševanje prodaje na spletu, ustvarjati uspešne prodajne kampanje na spletu;
- obvladati značilnosti spletnega komuniciranja s kupci, upravljati vzdrževati in negovati odnose s kupci na spletu.

3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo še naslednje kompetence:

1. načrtovanje spletne prodaje;
2. analiziranje značilnosti vedenja in nakupovanja prek spleta;
3. načrtovanje in pospeševanje prodaje prek spleta;
4. načrtovanje in izvajanje spletnega komuniciranja s kupci.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
1. Načrtovanje spletne prodaje	
<ul style="list-style-type: none"> • razume temeljne pojme in značilnosti spletne prodaje; • argumentira različne opredelitve spletne prodaje; • utemelji osnovne značilnosti razvoja blagovne znamke na spletu; • razume nova pravila v marketingu in spremembe v snovanju marketinških strategij. 	<ul style="list-style-type: none"> • opredeljuje in spremlja uspešne projekte spletne prodaje v praksi; • oblikuje in izdela strategijo spletnega nastopa; • prepozna in določa bistvene sestavine spletne prodaje.
2. Analiziranje značilnosti vedenja in nakupovanja prek spleta	
<ul style="list-style-type: none"> • razloži obnašanje kupcev v prodajnem procesu na spletu; • razume motive kupcev za spletno nakupovanje; • utemelji faze spletnega nakupovanja; • razume pomen dobre uporabniške izkušnje; • argumentira ključne elemente uspešne spletne trgovine. 	<ul style="list-style-type: none"> • analizira primere uspešnih in inovativnih spletnih trgovin; • razišče motive za spletno nakupovanje konkretne blagovne znamke; • določa in analizira bistvene sestavine uporabniške izkušnje; • gradi dolgoročni odnos s kupci; • razlikuje elemente uspešno in neuspešno zasnovane spletne trgovine.
3. Načrtovanje in pospeševanje prodaje na spletu	
<ul style="list-style-type: none"> • utemelji metode prodaje preko spleta; • razlikuje spletne aplikacije in module za povečanje spletne prodaje; • razume pomen grajenja baze kontaktov potencialnih strank preko spleta; • pojasni orodja za merjenje rezultatov in analitik za spletno prodajo; • argumentira vlogo spletnega oglaševanja; • razume pravila delovanja e-mail marketinga. 	<ul style="list-style-type: none"> • načrtuje orodja pospeševanja prodaje na spletu; • pripravi marketinški akcijski načrt za spletno prodajo; • uporabi podatke analitike spletne prodaje za ovrednotenje uspešnost spletne prodaje; • na osnovi analitike pripravi predloge izboljšav.
4. Načrtovanje in izvajanje spletnega komuniciranja s kupci	
<ul style="list-style-type: none"> • utemelji temeljne značilnosti in zakonitosti kreativnega pisanja na spletu; • razvija sposobnosti pisanja marketinško zanimivih besedil za splet; • razvija sposobnosti oblikovanja vizualno privlačnih vsebin; • razume proces načrtovanja vsebin; • pojasni ključne elemente ustvarjanja vsebin; 	<ul style="list-style-type: none"> • pripravi načrt vsebin za splet; • pripravlja marketinško zanimiva besedila za splet; • na spletu oblikuje vizualno privlačne vsebine; • ustvari vsebino za splet na konkretnem primeru izbranega podjetja; • vrednoti in analizira objavljene vsebine; • na osnovi analize pripravi predloge izboljšav.

<ul style="list-style-type: none">• utemelji izbiro ustreznega kanala distribucije vsebin;• razloži metode analize vsebin.	
---	--

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 72 (36 ur predavanj, 36 ur seminarских vaj).

Število ur samostojnega dela študenta: 78 (študij literature in gradiv, študij primerov in reševanje praktičnih nalog, priprava promocijskega vsebin).