



---

## KATALOG ZNANJA

### **1. IME PREDMETA: PODJETNIŠTVO IN TRŽENJE (PIT)**

### **2. SPLOŠNI CILJI**

Splošni cilji predmeta so:

- pripravljati in voditi tržno komuniciranje podjetja glede na potrebe in zmožnosti organizacije,
- se usposobiti za panožno in medpanožno povezovanje z ostalimi subjekti v prostoru.

### **3. PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE**

V predmetu si študent poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

- podjetno razmišljanje, ustvarjalne miselnosti in sprejemanje poslovnih odločitev,
- vodenje trženja kmetijskih pridelkov, izdelkov in storitev ter nastopanje in komuniciranje z okoljem,
- pripraviti in predstaviti poslovni načrt za podjetniško zamisel,
- spremljanja kmetijske politike, javnih razpisov ter vodenja evidenc in izpolnjevanja vlog.



#### 4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<p>Študent:</p> <p><b>Podjetništvo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– prepozna pomen podjetništva,</li> <li>– obvlada razvijanje in vrednotenje poslovnih zamisli,</li> <li>– pozna vodenje in timsko delo,</li> <li>– opiše gospodarske družbe, GIZ,</li> <li>– pojasni pomen zadruga in pomen zadružne zveze,</li> <li>– pozna kmetijske in dopolnilne dejavnosti na kmetijah,</li> <li>– opredeli pomen in vsebino poslovnega načrta,</li> </ul> <p><b>Trženje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– pojasni in opredeli pojem trženje,</li> <li>– pojasni življenjski cikel proizvoda,</li> <li>– opredeli proizvod,</li> <li>– pozna prodajne poti in načine tržnega komuniciranja,</li> <li>– spozna temeljne sestavine trženjskega spleta,</li> <li>– pozna trženjske podatke,</li> </ul> <p><b>Raziskava trga</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– pojasni postopek raziskave in analize trga,</li> </ul> <p><b>Tržno komuniciranje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– pojasni in opiše sestavine trženjskega spleta,</li> <li>– pozna organizacijske oblike skupnega komuniciranja,</li> </ul>	<p>Študent:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– razvija podjetne lastnosti,</li> <li>– oblikuje in izpelje postopek razvijanja poslovne zamisli,</li> <li>– razmišlja podjetno,</li> <li>– izbere primerno organizacijsko obliko podjetja za svojo gospodarsko dejavnost,</li> <li>– izdelava in predstavi poslovni načrt za svojo poslovno zamisel,</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– načrtuje proizvodnjo glede na tržne možnosti,</li> <li>– išče tržne vrzeli,</li> <li>– vrednoti temeljne sestavine trženjske strategije,</li> <li>– preučuje vpliv tržnih poti in tržnega komuniciranja na prodajo in kupce,</li> <li>– oblikuje cene prodajnih artiklov,</li> <li>– komunicira s trgov,</li> <li>– zbira notranje in zunanje informacije gospodarstva,</li> <li>– presoja in primerja zbrane podatke,</li> <li>– opravi segmentacijo ciljnega trga,</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– izpelje postopek raziskave in analize trga,</li> <li>– proučuje konkurenco</li> <li>– načrtuje proizvodnjo glede na rezultate raziskave trga,</li> <li>– zbira in uporablja dostopne podatke,</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– pripravi in oblikuje izdelek oz. storitev, ki bo zanimiv za kupce,</li> <li>– oblikuje prodajno ceno,</li> <li>– izbere ustrezne prodajne poti,</li> </ul>



<p>Blagovne znamke</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– opiše pomen blagovne znamke,</li><li>– opredeli pomen zagotavljanja kakovosti izdelkov in storitev,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– načrtuje tržno komuniciranje,</li><li>– se usposobi za delo v organizacijskih oblikah skupnega trženja</li><li>– išče primerne blagovne znamke,</li><li>– kritično presodi o pomenu blagovne znamke za njegove proizvode,</li></ul>
--	---

## **5 OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI**

- vsaj 80% prisotnost na vajah,
- opravljene laboratorijske vaje,
- izdelana in predstavljena seminarska naloga,
- v sodelovanju s praktičnim izobraževanjem izdelan poslovni načrt za podjetniško idejo,
- opravljeni pisni izpit.