

KATALOG ZNANJA

1. Ime modula: PROMOCIJA IN TRŽENJE V FRIZERSTVU

2. Usmerjevalni cilji

Dijak/inja:

- spoznava pogoje za opravljanje frizerske dejavnosti;
- izbira različne načine pridobivanja sredstev za zagon lastnega podjetja;
- izdelava poslovnega načrta za svojo frizersko dejavnost;
- išče vire informacij za pridobitev zagonskih sredstev;
- uporablja strokovno literaturo in standarde v stroki;
- upošteva ekonomske zakonitosti delovanja na trgu;
- razvija natančnost, doslednost, zanesljivost pri poslovanju;
- obvladuje osnovne funkcije poslovanja in vodenja ter upravljanja podjetja;
- oblikuje in razvija lastne poslovne ideje;
- uvaja novosti v poslovanje frizerskega podjetja;
- pozna osnove trženja frizerskih storitev;
- izbira ustrezno orodje tržnega komuniciranja glede na cilj;
- uporablja različne vire informacij za trženje;
- upošteva in vključuje področje digitalnega marketinga pri svoji dejavnosti;
- ocenjuje vpliv zadovoljstva kupcev na uspešno trženje;
- utemelji pred prodajne in poprodajne aktivnosti pri skrbi za stranko v frizerstvu;
- uporablja različne načine oglaševanja in razume nakupno vedenje strank;
- diferencira raziskave trga storitev;
- obvladuje osnovne funkcije upravljanja;
- razvija spretnost nastopanja.

3. Poklicne kompetence:

1. Izvajanje predpisov, veljavnih za opravljanje frizerske dejavnosti.
2. Izvajanje trženja v storitveni dejavnosti.
3. Digitalni prodajni kanali za oglaševanje in trženje.
4. Ugotavljanje učinkovitosti in uspešnosti poslovanja.
5. Upravljanje frizerskega podjetja – management frizerskega salona.
6. Izdelovanje poslovnega načrta/poslovnega modela za frizersko dejavnost, kot podlago za pridobitev zagonskih sredstev.

4. Operativni cilji:

Izvajanje predpisov, veljavnih za opravljanje frizerske dejavnosti.	
Informativni cilji	Formativni cilji
Dijak/inja: - pojasni pogoje in dokazila za opravljanje frizerske dejavnosti, kot pridobitne dejavnosti na trgu; - opiše obrtno dejavnost in ključne institucije na področju obrti;	Dijak/inja: - poišče pogoje in dokazila za opravljanje frizerske dejavnosti; - uporabi (izpolni) pogoje in dokazila za opravljanje frizerske dejavnosti; - zastavi pogoje za obrtni način opravljanja dejavnosti oz. pridobitev obrtnega dovoljenja;

<ul style="list-style-type: none"> - pojasni način pridobitve obrtnega dovoljenja; - pojasni značilnosti obrtne dejavnosti; - opredeli obrtni register; - pojasni vsebino in pomen predpisov in zakonov (Obrtni zakon, Uredba o obrtnih dejavnostih); - ponazori možnosti prestrukturiranja frizerskega podjetja v druge, pravno – organizacijske oblike opravljanja dejavnosti. 	<ul style="list-style-type: none"> - uporablja informacije v podpornem okolju in ključnih institucijah na področju frizerstva; - loči obrtno dejavnost od drugih oblik frizerskih dejavnosti; - uporablja določbe iz Obrtnega zakona in Uredbe o obrtnih dejavnostih.
---	--

Izvajanje trženja v storitveni dejavnosti.	
Informativni cilji	Formativni cilji
<p>Dijak/inja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - predstavi osnovno idejo trženja; - pojasni pojma trženje in prodaja; - pojasni pomen temeljev tržne strategije: vizije, poslanstva, vrednot; - pojasni cilj tržnega komuniciranja; - pojasni vlogo in pomen načrtovanja trženjske aktivnosti v storitvah; - primerja načine oglaševanja konkurentov; - primerja strategije trženja in trženjski splet storitev; - utemelji prilagajanje trženjskih strategij različnim okoljem; - pojasni cilje trženja in njihove pokazatelje; - pojasni pojem cenovna politika; - ponazori krogotok trženja; - predstavi trženjsko okolje frizerskega salona; - primerja opredelitev potencialnih strank in načine segmentiranja strank; - pojasni pomen zadovoljstva kupcev in stalnih strank; - primerja načine uvajanja novosti v poslovanje frizerskega podjetja; - pojasni pojme intelektualna lastnina, blagovna znamka in znamčenje oz. branding v frizerstvu; - pojasni pomen etike v trženju; - pojasni vpliv informacijske in komunikacijske tehnologije na izvajanje trženjskih raziskav; - primerja prednosti in slabosti izvajanja tržnih raziskav preko spleta. 	<p>Dijak/inja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - izdelava enostaven načrt trženja; - izdelava enostaven načrt prodaje; - opredeli ciljne stranke; - izdelava promocijsko gradivo; - raziskuje konkurenco; - izdelava kratko raziskavo trga za svoj salon (intervjuji, ankete ...); - predstavi segmentacijo trga za lastno storitev; - izdelava okvirni stroškovni in finančni načrt oglaševanja; - oblikuje cenovno politiko na ravni frizerskega podjetja; - diferencira cene glede na tržišče; - izdelava napoved prodaje, na osnovi opredelitev različnih tržišč; - izdelava enostaven načrt razvoja lastne blagovne znamke; - interpretira rezultate merjenja zadovoljstva strank; - analizira proces razvoja novega izdelka oz. storitve in njegove faze v frizerstvu; - načrtuje možnosti za uvedbo nove storitve v lastnem salonu; - znamči lastno frizersko storitev; - uporablja načela etičnega ravnanja pri promoviranju lastne storitve; - izdelava anketni vprašalnik in ga pošlje anketirancem po elektronski pošti; - analizira spletne strani konkurence; - izvede intervju na daljavo s pomočjo elektronske pošte; - vodi aktivnosti uvajanja novosti v vsakdanjo frizersko prakso.

Digitalni prodajni kanali za oglaševanje in trženje.	
Informativni cilji	Formativni cilji
<p>Dijak/inja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - primerja različne vrste digitalnih prodajnih kanalov za spletno oglaševanje; - primerja različne načine in tehnike oglaševanja na digitalnih prodajnih kanalih; - pojasni načine zbiranja podatkov preko spleta; - razvršča podatke za prodajo s pomočjo elektronskih preglednic; - predstavi značilnosti oglaševalske strategije in ciljnega spletnega oglaševanja (izbira digitalne platforme, ciljne skupine, izbira storitve/izdelke ...); - pojasni lastnosti dobre spletne strani pri e-oglaševanju. 	<p>Dijak/inja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - uporabi različne digitalne kanale za oglaševanje; - analizira podatke tržnih raziskav s pomočjo IKT orodij; - uporablja bazo strank v elektronskih preglednicah; - izdelava oglaševalsko strategijo za trženje svoje storitve oziroma novega ali že obstoječega izdelka; - izkorišča lastnosti dobre spletne strani pri e-oglaševanju.

Ugotavljanje učinkovitosti in uspešnosti poslovanja.	
Informativni cilji	Formativni cilji
<p>Dijak/inja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pojasni načine evalviranja lastne aktivnosti v trženju; - opredeli kazalnike učinkovitosti poslovanja (produktivnost/storilnost, ekonomičnost/gospodarnost, rentabilnost/donosnost, likvidnost); - pojasni razlike med pokazatelji učinkovitosti in uspešnosti poslovanja; - pojasni pojem »trajnostni razvoj« v frizerstvu; - utemelji družbeno in okoljsko odgovornost pri upravljanju salonov; - primerja certifikate kakovosti v frizerstvu. 	<p>Dijak/inja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - izračuna kazalnike učinkovitosti poslovanja v frizerstvu; - upošteva kazalnike učinkovitosti poslovanja frizerskega salona; - predlaga izboljšave pri poslovanju na osnovi interpretacije kazalnikov učinkovitosti; - poišče priložnosti za trajnostno delovanje oz. delovanje po načelih trajnostnega razvoja; - implementira certifikate kakovosti v poslovanje salona.

Upravljanje frizerskega podjetja – management frizerskega salona.	
Informativni cilji	Formativni cilji
<p>Dijak/inja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - razloži osnovne funkcije upravljanja (management) frizerskega podjetja (planiranje, organiziranje, vodenje, nadzor); - ponazori organigram in organizacijske strukture v podjetju; - pojasni pojma organizacijska klima in organizacijska kultura; - pojasni vlogo nadzorne funkcije nadrejenega v frizerskem podjetju; 	<p>Dijak/inja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - opredeli kadrovske strukture v frizerskem podjetju; - nariše organigram frizerskega podjetja (poslovne funkcije v podjetju in njihovo členitev na delovne naloge); - opredeli, ovrednoti in razvija osebne lastnosti uspešnega vodja;

<ul style="list-style-type: none"> - ponazori različne stile vodenja; - razlikuje predstavitvene tehnike in njihova orodja pri usposabljanju in vodenju kolektiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - prepozna ustrezen stil vodenja in načine odziva vodje na krizne situacije v frizerskem podjetju; - motivira in spodbuja sodelavce k skupnim ciljem; - ustvarja prijazno in spodbudno delovno okolje; - delegira strokovne naloge; - izobražuje podrejene o novostih; - vodi aktivnosti uvajanja novosti v vsakdanjo frizersko prakso.
--	--

Izdelovanje poslovnega načrta/poslovnega modela za frizersko dejavnost, kot podlago za pridobitev zagonskih sredstev.

Informativni cilji	Formativni cilji
<ul style="list-style-type: none"> - pojasni vlogo in pomen poslovnega načrtovanja; - primerja posamezne različice poslovnih načrtov; - primerja različne oblike poslovnih načrtov (poslovni model kanvas); - predstavi različne spodbude za podjetnike (finančne in nefinančne). 	<ul style="list-style-type: none"> - interpretira vsebino poslovnega načrta podjetja; - izbere ustrezen način zapisa poslovnega načrta (kanvas oz. klasični poslovni načrt); - izdelava vizijo, poslanstvo in vrednote svojega podjetja, oblikuje firmo (ime, logotip, CGP...); - naredi analizo SWOT ali SPIN (slabosti, prednosti, izzivi, nevarnosti); - izdelava enostaven načrt za spremembo pravnega statusa poslovnega subjekta.