

	<b>UČNI NAČRT PREDMETA/COURSE SYLLABUS</b>
<b>Predmet:</b> <b>Course title</b>	Razvojno trženje izdelkov in storitev

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Poslovna ekonomija 2	Poslovna ekonomija	2.	3.
Business Economics 2	Business Economics	2 <sup>nd</sup>	3 <sup>rd</sup>

**Vrsta predmeta/Course type** modularni/module

**Univerzitetna koda predmeta/University course code**

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Sem. vaje Tutorial	Lab. vaje Laboratory work	Teren. vaje Field work	Samost. delo Individ. work	ECTS
24		16				8

**Nosilec predmeta/Lecturer:**

**Jezik/ Predavanja/Lectures:** slovenski/Slovenian  
**Languages: Vaje/Tutorial:** slovenski/Slovenian

**Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:** **Prerequisites:**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pogoj za vključitev v delo je vpis v drugi letnik študijskega programa.</li> </ul>	
---	--

**Vsebina:**

**Content (Syllabus outline):**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Nove tehnologije in trženje:</i> umestitev razvojnega trženja izdelkov in storitev v okolje internacionalizacije in globalizacije.</li> <li>• <i>Elektronsko trženje:</i> interaktivno, spletno trženje, značilnosti novih tehnologij in njihov vpliv na razvojno trženje.</li> <li>• <i>Kvantitativne in kvalitativne metode:</i> razvojno trženje na podlagi rezultatov raziskovanja novih trgov.</li> <li>• <i>Trženjski splet za razvojno trženje:</i> trženjski splet za izdelke (4P) in trženjski splet za storitve (8P), razlike med trženjem izdelkov in storitev, razvoj in trženje intelektualnega kapitala.</li> <li>• <i>Koncept postmodernega trženja:</i></li> </ul>	
--	--

<p>temeljna vprašanja – socialno in zasebno, želje in zadovoljitev, racionalnost in iracionalnost, kreativnost in ovire.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Obvladovanje odnosov s kupci</i>: izzivi in problemi odnosov s kupci, razvijanje odnosov s kupci in možne strategije.</li> <li>• <i>Financiranje in investiranje razvojnega trženja</i>: od zamisli do projekta in njegove izvedbe v povezavi s prostim pretokom blaga, storitev in kapitala.</li> </ul>	
---	--

### Temeljna literatura in viri/Readings:

#### Temeljna literatura/Basic literature

- Brown, S. (1995). Postmodern Marketing. London: Routledge.
- Daniels, J. in Holms, C. (2005). Responsible Marketing to Children. London: Business in the Community.
- Mc Donald, M. in Payne, A. (2005). Marketing Planning for Services. Oxford: Elsevier.
- Peterson, R. A. (1997). Electronics Marketing and the Costumer. Berkely: Sage.

### Cilji in kompetence:

### Objectives and competences:

*Učna enota prispeva predvsem k razvoju naslednjih splošnih in specifičnih kompetenc:*

- poglobljeno znanje o razvoju izdelkov in storitev in razumevanje procesov v okolju, sposobnost za njihovo analizo, sintezo in predvidevanje rešitev z možnimi posledicami;
- obvladovanje kvantitativnih in kvalitativnih metod tržnega raziskovanja za razvojno trženje izdelkov in storitev;
- sposobnost kreativnega mišljenja in uporabe znanja pri razvijanju novih trgov;
- uveljavljanje komunikacijskih sposobnosti, ki so nujne za razvojno trženje;
- sposobnost prevzemanja novih informacij v kontekst razvojnega trženja izdelkov in storitev;
- sposobnost komuniciranja v mednarodnem okolju in prevzemanja

<p>najnovejših spoznanj na področju razvojnega trženja;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• celovito kritično sprejemanje veščin in spretnosti razvojnega trženja v interdisciplinarnem odnosu z drugimi vedami, zlasti podjetništvom.</li> </ul>	
--	--

**Predvideni študijski rezultati:**

**Intended learning outcomes:**

<p>Znanje in razumevanje:</p> <p><i>Študent/Študentka:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pozna sodobne tehnologije, zlasti digitalne, za razvojno trženje;</li> <li>• razume metode kvantitativnega in kvalitativnega raziskovanja za potrebe razvojnega trženja;</li> <li>• zna uporabljati trženjski splet izdelkov in trženjski splet storitev za oblikovanje projektov razvojnega trženja;</li> <li>• zna analizirati učinkovitost in ekonomičnost financiranja v razvojno trženje;</li> <li>• zna najti odzive na izzive postmoderne trženja;</li> <li>• pozna soodvisnost in razmerja v procesu poslovanja in razvoja ter preoblikovanja statičnih v dinamične kategorije gospodarjenja.</li> </ul>	
--	--

**Metode poučevanja in učenja:**

**Learning and teaching methods:**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>predavanja:</i> aktivna udeležba študentov (razlaga, vprašanja, diskusija, možne rešitve);</li> <li>• <i>vaje:</i> povezava s prakso (raziskovalno, projektno, timsko in individualno delo, diskusije, nastopi pred skupino).</li> </ul>	
--	--

**Načini ocenjevanja:**

Delež (v %)

Weight (v %)

**Assessment:**

<p>Način (pisni izpit, ustno spraševanje, naloge, projekt):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 % udeležba na predavanjih in vajah ter priprava, predstavitev in zagovor raziskovalne naloge</li> </ul>	<p>100</p>	
--	------------	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>• če študent ni 100 % udeležen na predavanjih in vajah: <ul style="list-style-type: none"> <li>- izpit</li> <li>- priprava, predstavitev in zagovor raziskovalne naloge</li> </ul> </li> </ul>	60 40	
---	----------	--