



## KATALOG ZNANJ

### P14 TRŽENJE V TURIZMU (TTU)

#### SPLOŠNI CILJI

Splošni cilj predmeta je:

- spoznavati osnovne pojme o trženju v turizmu,
- usposobiti za sodelovanje pri trženju turističnih proizvodov,
- sposobnost zagotavljanja kakovosti turističnih proizvodov,
- izdelati trženjski načrt.

#### PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE

V predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

- sodelovanje pri trženju turističnih proizvodov,
- analiziranje trženjskega okolja,
- raziskovanje trga,
- vzpostavitev trženjskega informacijskega sistema,
- izbiranje ciljnih trgov,
- izbiranje ustrezne trženjske strategije,
- zagotavljanje konkurenčne prednosti,
- oblikovanje trženjskega spleta,
- uporabljanje trženjskih orodij,
- zagotavljanje kakovosti,
- izdelava trženjskega načrta.

#### OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<i>Študent:</i>	<i>Študent:</i>
<ul style="list-style-type: none"><li>• pozna celovitost in širino trženja ter ga razume kot proces menjave, poslovno filozofijo ter upravljalski in družbeni proces;</li><li>• razume pomen ekonomskega in</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• dojema trženje kot način razmišljanja;</li><li>• uporablja strokovne izraze;</li><li>• prepoznava dejavnike nakupnega vedenja in analizira vedenje gostov in turistov;</li><li>• pri trženju upošteva posebnosti gostinskih</li></ul>

<p>socialnega okolja v povezavi s trženjem ter pozna proces nakupnega vedenja;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• razlikuje med trženjem materialnih proizvodov in trženjem storitev;</li> <li>• razume pomen in vlogo trženja v turizmu;</li> </ul>	<p>in turističnih storitev;</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pozna in razume vlogo in sestavo TIS kot vira za odločanje;</li> <li>• pozna pomen, proces in postopke trženjskega raziskovanja trga;</li> <li>• razlikuje med metodami trženjskega raziskovanja;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• opredeli potrebne informacije za odločanje za uspešen nastop na trgu;</li> <li>• obvlada vzpostavitev trženjskega informacijskega sistema;</li> <li>• načrtuje trženjsko raziskovanje na osnovi prepoznanega problema;</li> <li>• izvede trženjsko raziskavo (sestavi anketni vprašalnik, izvede anketiranje, interpretira rezultate in jih uporabi);</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pozna osnove trženjske strategije;</li> <li>• razlikuje med tržnimi strategijami;</li> <li>• razume pomen segmentiranja trga in izbora ciljnih trgov;</li> <li>• razume pomen in proces pozicioniranja ter pomen konkurenčne prednosti;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• izbira strategije primerne okoliščinam;</li> <li>• izbere ciljni trg;</li> <li>• analizira pozicioniranje ponudnikov;</li> <li>• prepozna konkurenčno prednost in oblikuje pozicijsko geslo;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pozna dejavnosti trženjskega spleta in razume njihovo vlogo;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• oblikuje trženjski splet v skladu z trženjskimi cilji podjetja, ciljnimi skupinami in pozicioniranjem;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• razlikuje med posameznimi trženjskimi orodji;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• uporabi situaciji primerna trženjska orodja;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• razlikuje med konvencionalnim trženjem in trženje, temelječem na odnosih;</li> <li>• razume pomen pripadnosti gostov, pozna koncept kakovosti turističnih storitev;</li> <li>• razume pomen internega trženja za kakovost turističnih storitev;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• se usposobi za izgradnjo partnerskih odnosov s turisti oziroma gosti;</li> <li>• razvija kakovost turističnih storitev, načrtuje in uporablja interni storitveni trženjski splet;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pozna in razume postopke izdelave trženjskega načrta;</li> <li>• pozna namen nadzora in razume postopke nadziranja in ukrepanja v primeru potrebe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• izdelava trženjski načrt.</li> </ul>

## OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

**Število kontaktnih ur: 60 ur** (48 ur predavanj, 12 ur vaj)

**Število ur samostojnega dela: 60 ur** (40 ur študij literature, primerov, 20 ur projektno delo)

**Obveznosti študenta so:**

- obvezna prisotne vajah in pri projektne delu - 80 %,
- pisni izpit.