

	<b>UČNI NAČRT PREDMETA/COURSE SYLLABUS</b>
<b>Predmet</b>	<b>Trženje</b>
<b>Course title</b>	<b>Marketing</b>

<b>Študijski program in stopnja</b> <b>Study programme and level</b>	<b>Študijska smer</b> <b>Study field</b>	<b>Letnik</b> <b>Academic year</b>	<b>Semester</b> <b>Semester</b>
Poslovna informatika / I. stopnja	Poslovna informatika	2.	4.
Business Informatics / I <sup>st</sup> Cycle	Business Informatics	2 <sup>nd</sup>	4 <sup>th</sup>

**Vrsta predmeta/Course type**

obvezni/obligatory

**Univerzitetna koda predmeta/University course code**

I\_PI\_2\_UN8

<b>Predavanja</b> <b>Lectures</b>	<b>Seminar</b> <b>Seminar</b>	<b>Sem. vaje</b> <b>Tutorial</b>	<b>Lab. vaje</b> <b>Laboratory work</b>	<b>Teren. vaje</b> <b>Field work</b>	<b>Samost. delo</b> <b>Individ. work</b>	<b>ECTS</b>
30		30			90	6

**Nosilec predmeta/Lecturer:**

prof. dr. Karmen Erjavec

**Jeziki/ Predavanja/Lectures:**  
**Languages:**

slovenski/Slovenian

**Vaje/Tutorial:**

slovenski/Slovenian

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

**Prerequisites:**

- Pogoj za vključitev v delo je vpis v drugi letnik študija.
- Študent mora pred izpitom uspešno pripraviti in predstaviti seminarsko nalogo in kritično oceniti izbrani članek.

- The prerequisite for participation is enrolment in the second year of study.
- Students have to successfully prepare and present their seminar papers and critically evaluate a selected article before the examination.

**Vsebina:**

**Content (Syllabus outline):**

- *Uvod.* Opredelitev trženja in temeljnih trženjskih konceptov in razvoja trženja. Trženjski splet.
- *Strateški trženjski proces in načrt.*
- *Trženjsko okolje.*
- *Trženjske raziskave.* Napovedovanje in merjenje povpraševanja.

- *Introduction.* Definition of marketing and basic marketing concepts and marketing development. Marketing web.
- *Strategic marketing process and plan.*
- *Marketing environment.*
- *Market research.* Demand forecasting

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Nakupno vedenje porabnikov.</i></li> <li>• <i>Ciljno trženje. Segmentiranje, ciljanje in pozicioniranje.</i></li> <li>• <i>Izdelek, storitev in ostale trženjske entitete.</i></li> <li>• <i>Življenjski cikel izdelka / druge entitete in razvoj novih izdelkov / drugih entitet.</i></li> <li>• <i>Blagovne znamke.</i></li> <li>• <i>Cena.</i></li> <li>• <i>Tržne poti.</i></li> <li>• <i>Trženjsko komuniciranje. Oglaševanje. Pospeševanje prodaje. Odnosi z javnostmi. Osebna prodaja. Neposredno trženje. Interaktivno trženje. Digitalno trženje.</i></li> </ul>	<p>and measurement.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Purchasing behavior of consumers.</i></li> <li>• <i>Targeted marketing. Segmentation, targeting and positioning.</i></li> <li>• <i>Product, service and other marketing entities.</i></li> <li>• <i>Product / other entity life cycle and development of new products / other entities.</i></li> <li>• <i>Brand.</i></li> <li>• <i>Price.</i></li> <li>• <i>Marketing routes.</i></li> <li>• <i>Marketing communication. Advertising. Sales promotion. Public relations. Personal sales. Direct marketing. Interactive marketing. Digital marketing.</i></li> </ul>
---	---

### Temeljna literatura in viri/Readings:

#### Temeljna literatura/Basic literature

- Grivec, M. (2014). Trženjsko komuniciranje. Novo mesto: UNM FEI.
- Vukasovič, T. (2016). Osnove trženja za 21. stoletje. Celje: MFDPŠ.
- Konečnik Ruzzier, M. (2018). Temelji trženja. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Arsenijević, G. (2020). Digital marketing sodobne organizacije. Harlow: Pearson.

#### Priporočljiva literatura/Recommended literature

- Pompe, A (2015). Upravljanje tržnih znamk v 21. stoletju. Ljubljana: FEBBS.
- Baines, P. (2019). Marketing. Oxford: University Press.
- Korošec, M. (2020). Digitalni marketing od A do Ž. Maribor: Rdeča Oranža.

### Cilji in kompetence:

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

- usposobljenost za raziskovanje na področju upravljanja in poslovanja ter razvoj kritične in samokritične presoje,
- fleksibilna uporaba znanja v praksi,
- občutljivost/odprtost za ljudi in socialne situacije ter razvoj komunikacijskih spretnosti za domače in mednarodno okolje,
- etična refleksija in zavezanost profesionalni etiki v poslovnem okolju, spoštovanje nediskriminatornosti in

### Objectives and competences:

*The learning unit mainly contributes to the development of the following general and specific competences:*

- capability for research in the field of management and business and the development of critical judgement and self-assessment,
- flexible use of knowledge in practice,
- sensitivity/openness to people and social situations and development of communication skills for both domestic and international environment,
- ethical reflection and commitment to professional ethics in the business

<p>multikulturalnosti v organizaciji in njenem (mednarodnem) okolju,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sposobnost pridobivanja, selekcije in evalvacije novih informacij in zmožnost ustrezne interpretacije v kontekstu na področju ekonomije, podjetništva, poslovne informatike, ravnanja z ljudmi, kvantitativnih metod, prava in poslovanja,</li> <li>• razumevanje splošne strukture družboslovnih ved in povezanost z njenimi poddisciplinami, predvsem ekonomijo, poslovanjem, poslovnimi, organizacijskimi in humanističnimi vedami (interdisciplinarnost),</li> <li>• razumevanje in uporaba metod kritične analize in razvoja teorij ter njihova uporaba v reševanju konkretnih delovnih problemov,</li> <li>• razumevanje individualnih vrednot in vrednostnih sistemov, obvladovanje profesionalno-etičnih vprašanj,</li> <li>• komuniciranje s strokovnjaki z različnih področij gospodarskega in družbenega življenja,</li> <li>• sodelovanje z interesnimi skupinami (dobavitelji, kupci, konkurenco in politiko...).</li> </ul>	<p>environment, respect for non-discrimination and multiculturalism in the organisation and its (international) environment,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• the ability to access, select and evaluate new information and the ability of relevant interpretation in the context of economics, entrepreneurship, business information technology, dealing with people, quantitative methods, law and management,</li> <li>• understanding the general structure of social sciences and the relationship with its sub-disciplines, especially economics, management, operational, organisational and humanities sciences (interdisciplinary),</li> <li>• understanding and application of methods of critical analysis, theories development and their applications in solving practical work-related problems,</li> <li>• understanding individual values and value systems, management of professional and ethical issues,</li> <li>• communicating with experts from various fields of economic and social life,</li> <li>• collaboration with stakeholders (suppliers, customers, competition , policies, etc.).</li> </ul>
---	--

### **Predvideni študijski rezultati:**

Znanje in razumevanje:

*Študent/Študentka:*

- pozna in razume pomen trženja v domačem in mednarodnem poslovanju,
- pozna in uporablja osnove za trženjsko oblikovanje izdelka, določanje cen, izbire prodajnih poti in načinov komuniciranja,
- pozna in uporablja trženjske analitične metode in inštrumente,
- pozna in razume elemente konkurenčnosti izdelka in storitve,
- pozna in razume načela trženjskega informacijskega Sistema,

### **Intended learning outcomes:**

Knowledge and understanding:

*Students:*

- know and understand the importance of marketing in domestic and international business,
- know and apply the basics of marketing for product design, pricing, choice of sales channels and methods of communication,
- apply the knowledge of marketing, its analytical methods and instruments,
- know and understand the elements of competitive products and services,
- know and understand the principles of marketing information system,

<ul style="list-style-type: none"> <li>• pridobi znanje o najnovejših trendih v mednarodnem poslovanju,</li> <li>• pozna in uporablja strateški pristop v trženju,</li> <li>• aktivno in kritično spremlja in reflektira aktualno dogajanje na področju trženja domače in tuje poslovne prakse (trženjski primeri - case study),</li> <li>• izbere in reflektira gradivo z drugih strokovnih disciplin in jih poveže s trženjem, multidisciplinarnost pristopa,;</li> <li>• v povezavi z drugimi predmeti pozna, razume in reflektira kompleksnost strokovnih in družbenih nalog zaposlenih na področju trženja in je pripravljen na ustvarjalno soočenje s problemi, povezanimi s trženjem v delovnem okolju in na tržiščih,</li> <li>• pozna in razume umeščenost svojega strokovnega področja v širše poslovne in družbene kontekste ter z refleksijo teh kontekstov oblikuje intelektualno aktiven in profiliran odnos do sveta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• acquire knowledge about the latest trends in international business,</li> <li>• know and apply a strategic approach to marketing,</li> <li>• actively and critically monitor and reflect current developments in marketing for domestic and foreign business practices (marketing examples - case study),</li> <li>• select and reflect material from other professional disciplines and connects them with marketing, the multidisciplinary approach,</li> <li>• in conjunction with other courses, understand and reflect the complexity of professional and social duties of employees in the field of marketing and is ready to creatively face the problems related to marketing in the workplace and in the markets,</li> <li>• know and understand the area of expertise and how the area fits into the wider business and social contexts, and on reflecting these contexts to develop intellectually active and shaped relationship to the world.</li> </ul>
---	--

#### Metode poučevanja in učenja:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>predavanja</i> z aktivno udeležbo študentov (razlaga, diskusija, vprašanja, primeri, reševanje problemov),</li> <li>• <i>seminarske vaje</i> v povezavi s prakso (projektno delo, timsko delo, individualno delo, metode kritičnega mišljenja, diskusija, delo na terenu, nastopi).</li> </ul>
--

#### Learning and teaching methods:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>lectures</i> with active student participation (explanation, discussion, questions, examples, problem solving),</li> <li>• <i>tutorial in connection with practice</i> (project work, teamwork, individual work, methods of critical thinking, discussion, field work, presentations).</li> </ul>
---

#### Načini ocenjevanja:

<p>Načini:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pisni (ustni) izpit</li> <li>• izdelava, predstavitev in zagovor seminarske naloge</li> <li>• kritična ocena izbranega članka</li> </ul>
--

Delež (v %)  
Weight (in %)

#### Assessment:

<p>70</p> <p>20</p> <p>10</p>	<p>Types:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• written (oral) exam</li> <li>• preparation, presentation and defence of the seminar paper critical evaluation of selected articles</li> </ul>
-------------------------------	--