**Šolski center Srečka Kosovela Sežana**

**Gimnazija in ekonomska šola**

**Stjenkova 3, 6210 Sežana**

|  |
| --- |
| LETNI DELOVNI NAČRT |

|  |
| --- |
|  **SREDNJE STROKOVNO IZOBRAŽEVANJE****ARANŽERSKI TEHNIK****STROKOVNI MODUL****PODJETJE NA TRGU** |

|  |
| --- |
| ŠOL. LETO 2011/12PREDMET: **PODJETJE NA TRGU**RAZRED: 4. letnik aranžerski tehnik, 2. Vsebinski sklop: TRŽENJE(68 ur)TEDENSKO ŠT. UR: 2LETNO ŠT. UR: 68 |

**Usmerjevalni cilji:**

Dijak/dijakinja:

* razvija podjetniške lastnosti in deluje podjetno,
* načrtuje in vodi svojo kariero,
* načrtuje in organizira svoje delo,
* vodi evidence in dokumentacijo,
* razvija sposobnost sporazumevanja, timskega dela in podjetniškega načina razmišljanja,
* razvija strokovno in poklicno odgovornost na delovnem mestu,
* zagotavlja kakovost svojega dela,
* uspešno komunicira v poslovni situaciji,
* pridobi splošna informacijska znanja, spretnosti in navade za učinkovito in uspešno uporabo sodobne informacijske tehnologije in različnih programskih orodij,
* razvija potrebo in pripravljenost za vseživljenjsko izobraževanje,
* izdeluje in predstavlja poslovni načrt,
* razvija sposobnost prepoznavanja nakupnega vedenja kupcev,
* opredeljuje dejavnike trženjskega spleta,
* načrtuje in izvaja trženjske dejavnosti,
* uporablja ustrezno strokovno terminologijo.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **cilji** | **čas** | **metodične enote**praktične vsebineteoretične vsebine so integrirane v praktične |
| 1. **TRŽNE POTI**

Opredelitev tržnih poti Tržni posredniki - » strategije pridobivanja trg. posrednikovTrgovinske storitveTokovi na prodajni potiFizična distribucijaRavnanje zalog - izračun varnostne zalogePrevozDinamika tržnih potiTržne poti v storitvenih dejavnostihTržne poti na globalnem trgu1. **TRŽNO KOMUNICIRANJE**

Sistem tržnega komuniciranja .Proces komuniciranjaDoločitev ciljne skupineDoločitev ciljev komuniciranjaOblikovanje sporočilaIzbira komunikacijskih kanalov Določanje sred. za kom. programaKomunikacijski spletStalnice tržnega komuniciranjaGrafična podoba podjetja (oblikovanje)Poznavanje stalnic komuniciranjaOrodja tržnega komuniciranja OglaševajeCilji oglaševanjaOglasno sporočiloDružbene akcijeIzbira medijaUporaba internetaŽivljenjski cikel medijevKreativnost in poznavanje lastnosti medijevPospeševanje prodaje - prepoznavajo načine pospeševanja prodajeOrodja za pospeševanje prodaje porabnikaOrodja za pospeševanje prodaje trgovin - prepoznavajo načine pospeševanja prodaje.Orodja za pospeševanje prodaje drugim organizacijamOdnosi z javnostmi Pomembnejša orodja za odnose za javnostmiNeposredno trženjeElektronski katalogiOrodja neposrednega trženja: – Osebna prodajaKataloška prodajaNeposredno trženje po poštiTrženje po telefonu, tv, ……Elektronsko trženjePovezano neposredno trženjeProblemi in prihodnost neposrednega trženjaOsebna prodaja  Vpliv prodajnega pogovora na nakupni procesDejavniki uspešnosti osebne prodajeTrženjsko komuniciranje na globalnem trg | 12 ur od tega4 ure vaj36 ur od tega 12 ur vaj |  - spoznajo vrste prod. poti in merila za njihovo izbiro,- spoznajo pomen stopnje postrežbekupcev pri poslovanju,- spoznajo proces, pomen in cilje trž. komuniciranja,- spoznajo pred. in slabosti posam. medijev-pojasni cilje tržnega komuniciranja,- opiše proces tržnega komuniciranja,- spozna orodja komunikacijskega spleta- spoznajo orodja za merjenje učinkovitosti oglasov,- spoznajo pomen odnosov z javnostmi za trženje,-izdela načrt tržnega komuniciranja,- spoznajo pomen osebne prodaje. |

**Ocenjevanje:**

Dijaka se ocenjuje v pisni in ustni obliki. Pri pisnem preverjanju znanja pridobi v šolskem letu vsaj 3 pisne ocene. Pri ustnem ocenjevanju pridobi od 2 do 3 ocene.