

KATALOG ZNANJA

1. PRODAJA (PRO)

2. SPLOŠNI CILJI

Študent spozna:

- načrtovanje in aktivnosti pred prodajo,
- strategije prodaje in nabave,
- ustvarjanje zmožnosti za samostojno prodajo storitev.

3. PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE

V predmetu in pri praktičnem izobraževanju si študent poleg generičnih pridobi naslednje kompetence:

- določevanje, načrtovanje in organiziranje aktivnosti do potencialnih kupcev,
- opredeljevanje najrealnejšega scenarija prodaje ob upoštevanju dolgoročne in kratkoročne strategije podjetja,
- komuniciranje s potencialnimi kupci in organiziranje srečanj z njimi,
- pripravljanje ponudb in prodajnih strategij,
- izbiranje potencialnih partnerjev (kupcev, posrednikov, ...) in organiziranje srečanj,
- spremljanje konkurence in njihove strategije,
- pripravljanje letnih in triletnih planov lastnega dela (obseg prodaje, cene, zaposleni, izdelave finančnega plana za reklamne namene,...),
- izvajanje predstavitve proizvodov/storitev pri potencialnih kupcih,
- poznavanje psihologije prodaje in nakupa.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI <i>Študent:</i>	FORMATIVNI CILJI <i>Študent:</i>
1. Organiziranje prodaje • spozna pojem, pomen in organiziranje prodaje, • pozna opredelitev prodaje in trende v razvoju prodaje, • razume povezanost prodaje in ostalih poslovnih funkcij,	• predstavi sodelovanje in povezovanje prodaje z ostalimi funkcijami v podjetju, • razume temeljne razsežnosti prodaje in trende na tem področju v svetu,
2. Prodajni postopki • spozna prodajne postopke, • spozna osebno prodajo, • spozna temeljne pristope v osebni prodaji,	• izvede postopke pri prodaji (ponudba, zbiranje in obdelava naročil, izvrševanje naročil, fakturiranje), • izvede postopek osebne prodaje, • uporablja instrumente podpore osebni prodaji (direktna pošta, ...), • uporablja temeljne pristope v osebni prodaji, • uporablja različne pogajalske taktike in veščine prodajanja,
3. Načrtovanje prodaje • spozna načrtovanje prodaje, • spozna cilje in pomen načrtovanja prodaje, • spozna proces načrtovanja prodaje,	• načrtuje prodajo in določa cilje prodaje, • uporablja posamezne faze načrtovanja prodaje, • analizira dejavnike, pomembne za

	načrtovanje prodaje, - določa in oblikuje cilje prodaje, - razlikuje in klasificira prodajne cilje, - določi strategije prodaje,
4. Raziskovanje trga - spozna in razume tržni potencial, - spozna merjenje trgov in napovedovanje prodaje, - spozna metode za merjenje možnega trga, - spozna proces napovedovanja prodaje,	- razlikuje tržni in prodajni potencial, - zbira in analizira podatke v zvezi s prodajo, - pozna faze merjenja tržnega in prodajnega potenciala, - meri tržni in prodajni potencial, - uporablja metode za merjenje možnega trga, - uporablja merila v zvezi z možno prodajo in možnim trgov, - uporablja metode napovedovanja prodaje, - ovrednoti prodajne napovedi,
5. Prodajna področja - spozna prodajni proračun in prodajne kvote, - spozna oblikovanje prodajnih področij,	- oblikuje prodajni proračun, - oblikuje prodajne kvote, - oblikuje prodajno področje,
6. Organiziranost prodaje - spozna organiziranost prodaje, - pozna načela organiziranosti, - spozna oblike specializiranja prodaje,	organizira prodajo glede na posamezne oblike specializiranja prodaje (specializacija prodaje po geografskih področjih, specializacija prodaje po izdelkih; ...),
7. Analiziranje prodaje - spozna kontrolo in analizo prodaje. - spozna vrednotenje prodaje. - spozna analizo obsega prodaje. - razume stroške prodaje.	- analizira obseg prodaje, - analizira stroške prodaje, - analizira uspešnost prodaje, - analizira uspešnost prodajnega osebja,
8. Zaposlovanje osebja - spozna proces zaposlovanja osebja v prodaji. - spozna pomen izobraževanja in usposabljanja prodajnega osebja. - spozna načine nagrajevanja prodajalcev.	- izdela opis del zaposlenih v prodaji glede na profil poklica, - uporablja načine pridobivanja novih sodelavcev, - organizira oblike izobraževanja in usposabljanja za delo v prodaji, - z ustreznimi načini motivira zaposlene v prodaji in glede na to določi način nagrajevanja,
9. Komunikacijske tehnologije spozna sodobne komunikacijske tehnologije v prodaji.	Uporablja sodobne komunikacijske tehnologije v prodaji.

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV

Obveznosti študenta:

- predavanja,
- seminarske vaje, /predstavitve seminarskih in projektnih nalog/,
- laboratorijske vaje, /individuano in skupinsko delo/,
- izpit /pisni ali dva delna izpita/.

Samostojno delo vključuje:

- študij literature,
- pripravo na seminarske vaje, študij navodil in dokumentacije,
- pripravo na laboratorijske vaje
- reševanje nalog in izpitnih vprašanj,
- seminarsko nalogo z zagovorom.