

NARAVOSLOVNOTEHNIŠK A FAKULTETA ODDELEK ZA TEKSTILSTVO

EKONOMIKA IN TRŽENJE

mag. Damir Cibic

EKONOMIKA IN TRŽENJE

Visoka strokovna šola

PREDAVANJA IN SEMINARJI

Ponedeljek 15.00 – 19.00

Velika predavalnica

začetek predavanj: ponedeljek 21. 2. 2004

Začetek seminarjev: po dogovoru

EKONOMIKA IN TRŽENJE

Univerzitetni študij

PREDAVANJA IN SEMINARJI

Sreda 17.00 – 20.00

Predavalnica 3

začetek predavanj: ponedeljek 23. 3. 2004

Začetek seminarjev: po dogovoru

Program predavanj in seminarjev (ob ponedeljkih)

- 21.2. Dogovor o načinu dela, izbor seminarskih nalog
- 28.2. Uvod, Temeljni pojmi
- 7.3. Značilnosti proizvodnje, stroški
- 14.3. Stroški
- 21.3. Planiranje, organiziranje
- 28.3. Uvod v trženje, tržnoinformacijski sistemi
- 4.4. Napovedovanje povpraševanja
- 11.4. Segmentiranje trga
- 18.4. Poozicioniranje ponudbe / Seminarji
- 25.4. Razvijanje in testiranje novih izdelkov / Seminarji
- 9.5. Oblikovanje cen / Seminarji
- 16.5. Tržno komuniciranje / Seminarji
- 23.5. Oglaševanje / Seminarji
- 30.5. Seminarji

Program predavanj in seminarjev (ob sredah)

- 23.2. Dogovor o načinu dela, izbor seminarskih nalog
- 2.3. Uvod, Temeljni pojmi
- 9.3. Značilnosti proizvodnje, stroški
- 16.3. Stroški
- 23.3. Planiranje, organiziranje
- 30.3. Uvod v trženje, tržnoinformacijski sistemi
- 6.4. Napovedovanje povpraševanja
- 13.4. Segmentiranje trga
- 20.4. Poozicioniranje ponudbe / Seminarji
- 27.4. Razvijanje in testiranje novih izdelkov / Seminarji
- 4.5. Oblikovanje cen / Seminarji
- 11.5. Tržno komuniciranje / Seminarji
- 18.5. Oglaševanje / Seminarji
- 25.5. Seminarji

EKONOMIKA IN TRŽENJE

Visoka strokovna šola

PREDAVANJA IN SEMINARJI

Ponedeljek 15.00 – 19.00

Velika predavalnica

začetek predavanj: ponedeljek 21. 2. 2004

Začetek seminarjev: po dogovoru

EKONOMIKA IN TRŽENJE

PREDAVANJA IN SEMINARJI

Ponedeljek 16.00 – 19.30

Velika predavalnica

začetek predavanj: 8. marec 2004

Začetek seminarjev: po dogovoru

EKONOMIKA IN TRŽENJE

LITERATURA

Samuelson: Ekonomika, XVI. Izdaja, GV Založba 2002

dr. Vekoslav Potočnik: Temelji trženja, GV Založba,
Ljubljana 2002

mag. Damir Cibic: Zbirka prosojnic, NTF 2003

DODATNA LITERATURA

dr. Vekoslav Potočnik: Ekonomika in trženje, NTF 1977

NAČIN DELA PRI PREDMETU

- Predavanja
- Obvezna seminarska naloga
- Pisni izpit

SEMINARSKA NALOGA

- Samostojen strokovni izdelek ki na praktičnem primeru prikaže enega od konceptov iz trženja (ali ekonomike)
- Izdelava seminarske naloge je obvezna
- Predstavitev ni obvezna, ampak priporočljiva

SEMINARSKA NALOGA

Podatki

interni podatki podjetja ali javno dostopni poslovni, finančni in drugi podatki

Podjetje iz dejavnosti: proizvodnja tekstilij, oblačil, grafičnih izdelkov, oblikovanja, storitve ipd

Naslov (variante)

- Trženje v izbranem podjetju
Uporaba enega od konceptov iz poglavij 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 16 iz učbenika dr. Vekoslav Potočnik: Temelji trženja, GV Založba, Ljubljana 2002
- Uspešnost poslovanja izbranega podjetja
- Poslovni načrt (prodaja in/ali trženje)

SEMINARSKA NALOGA

(Trženje)

- **Teme iz 2. dela:**
 - Raziskava trga
 - Nakupno vedenje potrošnikov
 - Merjenje in napovedovanje povpraševanja
 - Segmentiranje trga
 - Pozicioniranje ponudbe

SEMINARSKA NALOGA

(Trženje)

- **Teme iz 3. dela**
 - Razvijanje novih izdelkov
 - Življenjski cikel izdelkov
 - Splet izdelkov
 - Blagovne znamke
 - Oblikovanje cen
 - Strategija določanja cen
 - Reakcije na spremembo cen
 - Tržne poti
 - Trgovina na debelo in drobno
 - Tržno komuniciranje
 - Oglaševanje
 - Pospeševanje prodaje
 - Stiki z javnostmi
 - Neposredno trženje
 - Trženje storitev

SEMINARSKA NALOGA

Postopek:

1. Študent predlaga naziv podjetja in vsebino
2. Po odobritvi teme študent predlaga dispozicijo (od tri do devet točk)
3. Po odobritvi dispozicije študent izdela seminarsko nalogo in pošlje po elektronski pošti ali osebno izroči. Obseg naloge je najmanj 7 strani, od tega najmanj 5 strani teksta
4. Dobre seminarske naloge bodo predstavljene
5. Predstavitev v 5 do 10 minutah s prosojnicami
6. Predstavitve potekajo po dogovorjenem urniku

Korespondenca poteka elektronsko

Naslov: Damir.cibic@uni-lj.si

IZPIT

Predpogoj: študent-ka mora oddati seminarsko nalogo najkasneje 2 tedna pred izpitom

- Osebno na predavanju
- Po elektronski pošti
- Osebno na ekonomski fakulteti

Izpitni roki

Ponedeljek, 13. junij 2005 ob 17h v VP

Ponedeljek, 27. junij 2005 ob 17h v VP

Ponedeljek, 19. september 2005 ob 17h v VP

IZPIT

Izpit je pisni

Predpogoj: izdelana seminarska naloga

Končna ocena je sestavljena iz:

- 25% ocene seminarja

- 25% ocene predstavitve seminarja

- 50% ocene pisnega izpita

Oziroma

- 25% ocene seminarja

- 75% ocene pisnega izpita

GOVORILNE URE

- Petek od 16. ure dalje
Ekonomska fakulteta P-346
telefon 5892567
- Po predavanju
- Damir.cibic@ef.uni-lj.si

DEFINICIJA EKONOMIJE

“Ekonomija raziskuje, kako ljudje in družba zaposlujejo redke resurse, ki imajo alternativno uporabo, s ciljem proizvajati različne dobrine in jih razdeliti med sedanjo in bodočo potrošnjo ter med posameznike in družbene skupine.”

(Paul Samuelson)

POZITIVNO IN NORMATIVNO

- **pozitivni pristop**
 - opisovanje, razlaganje, dokumentiranje, ilustracija s statističnimi podatki, napovedovanje prihodnjih dogajanj
- **normativni pristop**
 - nasveti, vrednostne sodbe

EKONOMIJA

**mikroekonomija (tržne strukture)
poslovno-organizacijske znanosti**

makroekonomija - makro agregati

BDP

nezaposlenost

inflacija

ekonomska politika

POSLOVNO-ORGANIZACIJSKE ZNANOSTI

- **Menedžement**
- **Organizacija proizvodnje**
- **Računovodstvo**
- **Analiza in planiranje**
- **Finance**
- **Trženje**

VSEBINA PREDMETA

EKONOMIKA

TRŽENJE

EKONOMIKA

(Poglavja iz Samuelsona)

- | | |
|---------------------------------------|------------|
| ▪ Ekonomski problem | 1. C |
| ▪ Trg | 2. A |
| ▪ Povpraševanje in ponudba | 3. |
| ▪ Elastičnost povpraševanja | 4. A |
| ▪ Stroški | 7. A |
| ▪ Proizvodnja in teorija stroškov | 7. Dodatek |
| ▪ Obnašanje popolnokonkurenčnih trgov | 8. A, 8. B |

TRŽENJE

(Poglavja iz Potočnika)

- **Raziskava trga (3.)**
- **Nakupno vedenje (4.)**
- **Povpraševanje (6.)**
- **Segmentiranje trga (7.)**
- **Razvijanje novih izdelkov (8.)**
- **Življenjski cikel izdelkov (8.3.)**

TRŽENJE

(Poglavja iz Potočnika)

- **Oblikovanje prodajnih cen** (9.)
- **Tržne poti** (10.)
- **Tržno komuniciranje** (11.)
- **Oglaševanje in pospeševanje prodaje, stiki z javnostmi** (12.)
- **Trženje storitev** (16.)