

1. IME PREDMETA:

PRODAJA

2. SPLOŠNI CILJI

Študent je sposoben načrtovati vse aktivnosti pred prodajo, določiti cilje in strategije, organizirati prodajo in izvesti prodajne postopke.

3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE

Študent:

- določi, načrtuje in organizira ugotavljanje povpraševanja oz. potencialnih kupcev, ter opredeli potrebna sredstva in orodja za izvedbo,
- opredeli najrealnejši scenarij prodaje ob upoštevanju dolgoročne in kratkoročne strategije podjetja,
- komunicira s potencialnimi kupci in organizira srečanja z njimi,
- pripravi ustrezno ponudbo jo prilagodi zahtevam kupca ter pripravi prodajno strategijo oz. opredeli metode prodaje,
- izbere potencialne partnerje (kupce, posrednike, ...) in organizira srečanje,
- spremlja konkurenco, njihove strategije,
- pripravi letne in triletno plan lastnega dela (obseg prodaje, cene, zaposleni, izdelave finančnega plana za reklamne namene,...),
- izvaja predstavitve proizvodov / storitev pri potencialnih kupcih,
- pozna psihologijo prodaje in nakupa.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI Študent:	FORMATIVNI CILJI Študent:
<ul style="list-style-type: none"> • Spozna pojem, pomen in organiziranje prodaje. • Pozna opredelitev prodaje in trende v razvoju prodaje. • Razume povezanost prodaje in ostalih poslovnih funkcij. 	<ul style="list-style-type: none"> • Predstavi sodelovanje in povezovanje prodaje z ostalimi funkcijami v podjetju. • Razume temeljne razsežnosti prodaje in trende na tem področju v svetu.
<ul style="list-style-type: none"> • Spozna prodajne postopke. • Spozna osebno prodajo in temeljne pristope v osebni prodaji. 	<ul style="list-style-type: none"> • Izvede postopke pri prodaji (ponudba, zbiranje in obdelava naročil, izviševanje naročil, fakturiranje). • Izvede postopek osebne prodaje. • Uporablja instrumente podpore osebni prodaji (direktna pošta, ...). • Uporablja temeljne pristope v osebni prodaji. • Uporablja različne pogajalske taktike in večšine prodajanja.
<ul style="list-style-type: none"> • Spozna cilje, pomen in proces načrtovanja prodaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Določa strategije prodaje.
<ul style="list-style-type: none"> • Spozna in razume tržni potencial. • Spozna merjenje trgov in napovedovanje prodaje. • Spozna metode za merjenje možnega trga. • Spozna proces napovedovanja prodaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 trgom. • Uporablja metode napovedovanja prodaje. • Ovrednoti prodajne napovedi.

INFORMATIVNI CILJI Študent:	FORMATIVNI CILJI Študent:
<ul style="list-style-type: none"> • Spozna prodajni proračun in prodajne kvote. • Spozna oblikovanje prodajnih področij. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oblikuje prodajni proračun. • Oblikuje prodajne kvote. • Oblikuje prodajno področje.
<ul style="list-style-type: none"> • Spozna organiziranost prodaje. • Pozna načela organiziranosti. • Spozna oblike specializiranja prodaje. • Spozna kontrolo in analizo prodaje. • Spozna vrednotenje prodaje. • Spozna analizo obsega prodaje. • Razume stroške prodaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizira prodajo glede na posamezne oblike specializiranja prodaje (specializacija prodaje po geografskih področjih, specializacija prodaje po izdelkih; ...). • Analizira obseg prodaje. • Analizira stroške prodaje. • Analizira uspešnost prodaje. • Analizira uspešnost prodajnega osebja.
<ul style="list-style-type: none"> • Spozna proces zaposlovanja osebja v prodaji. • Spozna pomeni izobraževanja in usposabljanja prodajnega osebja. • Spozna načine nagrajevanja prodajalcev. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
<ul style="list-style-type: none"> • Spozna sodobne komunikacijske tehnologije v prodaji. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uporablja sodobne komunikacijske tehnologije v prodaji.

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV

Število kontaktnih ur: 114 ur

(48 ur predavanj, 42 ur seminarskih vaj in 24 ur laboratorijskih vaj).

Število ur samostojnega dela: 96 ur

(36 ur študij literature, 30 ur priprava vaj in 30 ur priprava in izvedba nastopov).

Obvezna je prisotnost na vajah ter pisni izpit.