



TRŽENJE

'The aim of marketing is to know and understand the customer so well that the product or service fits him or her and sells itself.'

— Peter Drucker



Mnogi enačijo trženje z oglaševanjem, a je veliko več kot to. Trženje temelji na razumevanju odjemalcev in poskuša z inspiracijo in inovativnostjo ustvarjati njim prilagojeno ponudbo. Je način razmišljanja, ki organizacijam omogoča gradnjo konkurenčnih prednosti in boljše poslovanje tudi v neugodnih razmerah. Je vezni člen med podjetjem in njegovimi kupci, tako na trgih končnih porabnikov kot na medorganizacijskih trgih. Vas zanima, kaj vse trženje omogoča in kako pravilno uporabljati trženjska znanja in orodja v času digitalizacije, vedno večje uporabe umetne inteligence in tesnejšega povezovanja svetovnih gospodarstev?

NAČIN IZVAJANJA PROGRAMA		
REDNO	IZREDNO	ANG.
●		●

MAGISTRSKI PROGRAM

TRŽENJE

ZA USTVARJALNE, DINAMIČNE IN AMBICIOZNE ŠTUDENTE

Program Trženje vam ponuja poglobljeno razumevanje najsodobnejših (digitalnih) trženjskih konceptov in orodij, ki jih boste spoznali s pomočjo teorije in primerov iz prakse. Z izvedbo trženjskih projektov za znana podjetja in možnostjo obiskovanja predavanj tujih priznanih profesorjev s področja trženja boste pridobili spretnosti in znanja za uspešno strokovno delovanje v trženjskih in interdisciplinarnih timih, obenem pa boste lahko učinkovito komunicirali s strokovnjaki na drugih področjih, tudi v mednarodnem okolju. Še posebej, če boste izkoristili možnost, da si mednarodne izkušnje pridobite na študijski izmenjavi v tujini.

Po zaključku študijskega programa boste usposobljeni za analizo, sintezo in samostojno oblikovanje rešitev za kompleksne trženjske probleme, s katerimi se srečujejo podjetja, javne ustanove in nevladne organizacije. Z uporabo raziskovalnih metod in postopkov boste razvijali kritično presojo in brez težav uporabljali trženjske koncepte v trženjski praksi.

S pomočjo temeljnih znanj, pridobljenih pri študiju trženja, boste razvili tudi sposobnost za samoučenje, prilagajanje novim družbenim razmeram in ustvarjalno iskanje trženjskih rešitev v njih. S poznavanjem inovativnih pristopov in razumevanjem sodobnih porabnikov boste znali poiskati tržne priložnosti, prepoznati dobre podjetniške ideje, razvijati in tržiti nove blagovne znamke, ali pa nadgrajevati obstoječe. Razumeli boste, kako pri svojem delu upoštevati najvišje etične standarde in družbeno odgovornost.

Pridobili boste tudi sposobnosti za vodenje zaposlenih, predvsem na področju trženja in trženjskega komuniciranja ter za uvajanje trženjske filozofije na vseh ravneh in v vseh poslovnih funkcijah v organizaciji.

ORGANIZACIJE/INSTITUCIJE/PODJETJA, KJER JE MOŽNA ZAPOSLOITEV

Kot diplomanti magistrskega programa Trženje boste pridobili visoko raven profesionalnih kompetenc na področju poslovnih ved in imeli možnost za zaposlitev v številnih sektorjih, kot so proizvodni in storitveni sektor, javni sektor ter nevladni sektor. Strokovno in profesionalno boste usposobljeni za delo na področju trženja, trženjskega komuniciranja, prodaje, upravljanja blagovnih zna trženjskega raziskovanja, ter za delo v raziskovalnih in svetovalnih organizacijah doma in v tujini.

POKLICI

- trženjski manager / vodja trženja za lokalne, regionalne in mednarodne trge;
- skrbnik kupcev / prodajni manager / izvozni zastopnik;
- skrbnik blagovne znamke / produktni vodja;
- trženjski/prodajni analitik / raziskovalec.

1. LETNIK**1. semester**

Upravljalna ekonomika

Metode in tehnike raziskovalnega dela

Strateški trženjski management

Računovodske informacije za odločanje

2. semester

Strateški management 2

Management prodaje in medorganizacijskega trženja

* Integrirano trženjsko komuniciranje

* Medkulturni vidiki trženja in prodaje

IZBIRNI PREDMET

Razvoj poslovnih spretnosti 1

2. LETNIK**3. semester**

Management blagovnih znamk

Analiza za trženjsko odločanje

** Cenovne strategije

** Razvoj in trženje novih izdelkov

DISPOZICIJA MAGISTRSKEGA DELA**4. semester****IZBIRNI PREDMET**

Razvoj poslovnih spretnosti 2

MAGISTRSKO DELO

* Študent izbere en predmet izmed obeh navedenih.

** Študent izbere en predmet izmed obeh navedenih.

Pridržujemo si pravico do sprememb.

