

## **KATALOG ZNANJA**

### **1. IME PREDMETA**

**SPLETNA PRODAJA**

### **2. SPLOŠNI CILJI PREDMETA**

**Splošni cilji predmeta so:**

- razumeti različne opredelitve in značilnosti spletnega okolja;
- razumeti vedenje kupcev v spletnem okolju;
- obvladati sodobne metode in pristope za uspešno prodajo na spletu;
- razumeti ključne lastnosti komuniciranja na spletu;
- razvijati pozitivno naravnost, strokovnost in samostojnost za načrtovanje, vodenje in vrednotenje spletne prodaje;
- razvijati samozavest in sposobnost reševanja strokovnih marketinških problemov.

**Specifično strokovno usmerjeni cilji so:**

- razumeti temeljne značilnosti in zakonitosti spletne prodaje;
- razumeti zakonitosti vedenja potencialnih in obstoječih kupcev na spletu;
- načrtovati pospeševanje prodaje na spletu, ustvarjati uspešne prodajne kampanje na spletu;
- obvladati značilnosti spletnega komuniciranja s kupci, upravljati vzdrževati in negovati odnose s kupci na spletu.

### **3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE**

**Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo še naslednje kompetence:**

1. načrtovanje spletne prodaje;
2. analiziranje značilnosti vedenja in nakupovanja prek spleta;
3. načrtovanje in pospeševanje prodaje prek spleta;
4. načrtovanje in izvajanje spletnega komuniciranja s kupci.

## 4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<b>1. Načrtovanje spletne prodaje</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• razume temeljne pojme in značilnosti spletne prodaje;</li> <li>• argumentira različne opredelitve spletne prodaje;</li> <li>• utemelji osnovne značilnosti razvoja blagovne znamke na spletu;</li> <li>• razume nova pravila v marketingu in spremembe v snovanju marketinških strategij.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• opredeljuje in spremlja uspešne projekte spletne prodaje v praksi;</li> <li>• oblikuje in izdela strategijo spletnega nastopa;</li> <li>• prepozna in določa bistvene sestavine spletne prodaje.</li> </ul>
<b>2. Analiziranje značilnosti vedenja in nakupovanja prek spleta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• razloži obnašanje kupcev v prodajnem procesu na spletu;</li> <li>• razume motive kupcev za spletno nakupovanje;</li> <li>• utemelji faze spletnega nakupovanja;</li> <li>• razume pomen dobre uporabniške izkušnje;</li> <li>• argumentira ključne elemente uspešne spletne trgovine.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• analizira primere uspešnih in inovativnih spletnih trgovin;</li> <li>• razišče motive za spletno nakupovanje konkretne blagovne znamke;</li> <li>• določa in analizira bistvene sestavine uporabniške izkušnje;</li> <li>• gradi dolgoročni odnos s kupci;</li> <li>• razlikuje elemente uspešno in neuspešno zasnovane spletne trgovine.</li> </ul>
<b>3. Načrtovanje in pospeševanje prodaje na spletu</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• utemelji metode prodaje preko spleta;</li> <li>• razlikuje spletne aplikacije in module za povečanje spletne prodaje;</li> <li>• razume pomen grajenja baze kontaktov potencialnih strank preko spleta;</li> <li>• pojasni orodja za merjenje rezultatov in analitik za spletno prodajo;</li> <li>• argumentira vlogo spletnega oglaševanja;</li> <li>• razume pravila delovanja e-mail marketinga.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• načrtuje orodja pospeševanja prodaje na spletu;</li> <li>• pripravi marketinški akcijski načrt za spletno prodajo;</li> <li>• uporabi podatke analitike spletne prodaje za ovrednotenje uspešnost spletne prodaje;</li> <li>• na osnovi analitike pripravi predloge izboljšav.</li> </ul>
<b>4. Načrtovanje in izvajanje spletnega komuniciranja s kupci</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• utemelji temeljne značilnosti in zakonitosti kreativnega pisanja na spletu;</li> <li>• razvija sposobnosti pisanja marketinško zanimivih besedil za splet;</li> <li>• razvija sposobnosti oblikovanja vizualno privlačnih vsebin;</li> <li>• razume proces načrtovanja vsebin;</li> <li>• pojasni ključne elemente ustvarjanja vsebin;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pripravi načrt vsebin za splet;</li> <li>• pripravlja marketinško zanimiva besedila za splet;</li> <li>• na spletu oblikuje vizualno privlačne vsebine;</li> <li>• ustvari vsebino za splet na konkretnem primeru izbranega podjetja;</li> <li>• vrednoti in analizira objavljene vsebine;</li> <li>• na osnovi analize pripravi predloge izboljšav.</li> </ul>

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• utemelji izbiro ustreznega kanala distribucije vsebin;</li><li>• razloži metode analize vsebin.</li></ul> |  |
|---|--|

## **5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI**

Število kontaktnih ur: 72 (36 ur predavanj, 36 ur seminarских vaj).

Število ur samostojnega dela študenta: 78 (študij literature in gradiv, študij primerov in reševanje praktičnih nalog, priprava promocijskega vsebin).