

UČNI NAČRT PREDMETA / COURSE SYLLABUS

Predmet:	Podjetništvo in trženje
Course title:	Entrepreneurship and marketing

Študijski program in stopnja Study programme and level	Študijska smer Study field	Letnik Academic year	Semester Semester
Upravljanje podeželja, 1. stopnja	-	1.	2.
Landscape management, 1 st level	-	1.	2.

Vrsta predmeta / Course type Obvezni / Obligatory

Univerzitetna koda predmeta / University course code: UP_VS_07

Predavanja Lectures	Seminar Seminar	Vaje Tutorial	Klinične vaje work	Druge oblike študija	Samost. delo Individual work	ECTS
30	5	40	-	-	105	6

Nosilec predmeta / Lecturer: izr. prof. dr. Robert Vodopivec

Jeziki / Predavanja / Lectures: slovenski / Slovenian
Languages: Vaje / Tutorial: slovenski / Slovenian

Pogoji za vključitev v delo oz. za opravljanje študijskih obveznosti:

Študenti morajo pred pristopom k izpitu pripraviti in zagovarjati seminarsko nalogo.

Prerequisites:

Students have to prepare and defend a seminar paper as a prerequisite for the final exam.

Vsebina:

Osnove podjetništva:
 - Uvod v podjetništvo,
 - Ekonomski temelji podjetništva in podporno okolje,
 - Podjetništvo in menedžment (vodenje podjetja),
 - Pojavne oblike podjetništva,
 - Poslovni proces,
 - Podjetniška etika,
 - Trajnostno podjetništvo,
 - Praktični primeri.
Osnove trženja:
 - Opredelitev trženja in trženjskih konceptov,
 - Tržno usmerjeno strateško načrtovanje podjetja,
 - Ugotavljanje trženjskih priložnosti,
 - Koncept segmentacije trga,
 - Obnašanje potrošnika,
 - Razvijanje trženjskega spleta, oblikovanje cen in pogojev,
 - Posebnosti trženja storitev in okoljevarstvenega trženja.

Content (Syllabus outline):

Entrepreneurial basics:
 - Introduction to entrepreneurship,
 - Economic fundamentals of entrepreneurship and supporting environment,
 - Entrepreneurship and management,
 - Forms of entrepreneurship,
 - Process of entrepreneurship,
 - Entrepreneurship ethics,
 - Sustainable entrepreneurship,
 - Cases.
Marketing basics:
 - Defining marketing and basic marketing concepts,
 - Market oriented strategic planning,
 - Market opportunity identification,
 - Market segmentation,
 - Consumer behaviour,
 - Developing marketing mix, pricing and conditions,
 - Special features of service marketing and conceptualization of green marketing.

Temeljni literatura in viri / Readings:

Antončič, B., Hisrich, R., Petrin, T. in Vahčič, A. (2002): Podjetništvo, GV Založba, Ljubljana.
 Glas, M. in Pšeničny, V. (ur.) (2000): Podjetništvo – izziv za 21. stoletje. Ljubljana: Gea College. Jelovac, D. (2000): Podjetniška kultura in etika, VSŠP, Portorož.
 Kuratko, D. in Hodgetts, R. (2006): Entrepreneurship, seventh edition, The Dryden Press, Fort Wort.
 Potočnik, V. (2002): Temelji trženja, GV Založba, Ljubljana.
 Rebernik, M., Repovž, L. (2000): Podjetniški proces – Od ideje do denarja. GV Založba, Ljubljana.
 Vodopivec, R. Zupančič, V. in Krevl, I. (2003). Osnove trženja. Piran: Visoka šola za podjetništvo.

Cilji in kompetence:

Cilj tega predmeta je pridobiti poglobljeno znanje o ekonomski vlogi podjetništva v družbi. Študentje spoznajo temelje podjetniškega procesa. Na osnovi diskusije primerov bodo pridobili vpogled v etične dileme podjetništva in vpogled v različne pojavne oblike podjetništva.
 Študent pridobi temeljno razumevanje konceptov sodobnega trženja in razume trženjski splet.

Objectives and competences:

Goal of this course is to gain in depth knowledge of economic role of entrepreneurship in the society. The students become aware of entrepreneurship process. Discussing entrepreneurship cases the students will become acquainted with ethical dilemmas and insights into different forms of entrepreneurship.
 Students gain knowledge about concepts of contemporary marketing and understands marketing mix.

Predvideni študijski rezultati:

Znanje in razumevanje:

- Temeljno znanje o podjetništvu,
- Znanje o podjetniškem procesu,
- Usposobi se za udejanjanje poslovnega ravnanja v smislu dobrega gospodarja,
- Pridobijo širše razumevanje različnih oblik podjetništva,
- Razumevanje etične zavezanosti v podjetništvu,
- Znanje o pomenu trženja in osredotočenosti na kupce,
- Razumevanje vloge trženja v poslovnih odnosih,
- Razume soodvisnost dejavnikov uspešnega in učinkovitega trženja,
- Usposobi se za izdelavo strategije trženja na osnovi analize konkurenčnega okolja.

Intended learning outcomes:

Knowledge and understanding:

- Basic knowledge of entrepreneurship,
- Knowledge about entrepreneurial process,
- Capacity for running business in terms of good business management practices,
- Gain broader understanding of different forms of entrepreneurship,
- Understanding of ethical commitment in entrepreneurship,
- Knowledge about the importance of marketing with the focus on customers,
- Understanding the role of marketing in business relations,
- Understanding the interaction between factors of efficiency and effectiveness of marketing,
- Development of market strategy according to the analysis of the external environment.

Metode poučevanja in učenja:

- Predavanja,
- Seminarji,
- Samostojno delo v smeri utrjevanja teoretičnega znanja in spoznavanja aplikativnih možnosti.

Learning and teaching methods:

- Lectures,
- Seminars,
- Independent work to upgrade theoretical knowledge and practical applications.

Načini ocenjevanja:

Način (pisni izpit, ustno izpraševanje, naloge, projekt):

- Izdelava in zagovor seminarske naloge,
- Pisni izpit.

Delež (v %) /
Weight (in %)

30%
70%

Assessment:

Type (examination, oral, coursework, project):

- Preparing and presenting a seminar,
- Written examination.

Reference nosilca / Lecturer's references:

COBISS, šifra raziskovalca 06063

Nekateri znanstveni članki in deli monografij:

- BOGATAJ, Marija, BOGATAJ, Ludvik, VODOPIVEC, Robert. (2005): Stability of perishable goods in cold logistic chains. *Int. j. prod. econ.* [Print ed.], Jan. 2005, vol. 93/94, str. 345-356
- VODOPIVEC, Robert. (2002): The Napan project : globalisation and development of intermodal logistics in the North Adriatic region. *Financ. times FT Business*(Lond. ed.), October/November 2002, str. 12-13,
- VODOPIVEC, Robert. Influence of political globalization and global crisis on traditional marketing

management theory and practice : service sector in terms of changing environment. *Procedia - social and behavioral sciences*. [Online ed.], 2012, vol. 44, str. 330-340.

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812011573>.

- VODOPIVEC, Robert, KRSTOV, Ljupčo. (2007): Organisation management in supply chain with dynamic effect of organizational rules. *Facta Univ., Econ. Organ.*, 2007, vol. 4, no. 2, str. 91-107
- VODOPIVEC, Robert, KRSTOV, Ljupčo. (2007): Implement ERP systems. *Ekonom. teme*, 2007, letn. 45, št. 4, str. 11-31.
- Vodopivec, R. (2008): *Logistične storitve in državna regulativa*. 1. izd. Celje: Fakulteta za logistiko; Šempeter pri Gorici: Medifas, Mediteranski inštitut za sodobne študije, 120 str., Graf. prikazi, tab. ISBN 978-961-6562-19-5.
- Vodopivec, R. (2008): *Ekonomika teorija v logistiki*. 1. izd. Celje: Univerza v Mariboru; Fakulteta za logistiko, Medifas; Mediteranski inštitut za sodobne študije, 103 str., ilustr., graf. prikazi, tab. ISBN 978-961-6562-18-8.
- Vodopivec, R. (2010): Global crisis from another angle. V: Pandiloska - Jurak, Alenka (ur.), Pintarič, U. (ur.). *Contemporary world between freedom and security*. Ljubljana: Vega, 2010, str. 7-18.
- VODOPIVEC, Robert. (2007): Identifying macroenvironment forces and market segments in global business environment - case for vans and motor-homes. V: *Upravljanje razvitieta na organizacije : sbornik s dokladi ot naučna konferencija s međunarodno učastie, posvetena na 40-godišnjinata ot syzdavaneto na katedra "Stopansko upravljanje"*. Varna: "Nauka i ekonomika", str. 120-131.
- VODOPIVEC, Robert. (2007): Global business environment and changing role of marketing management in supply chain. V: RADENKOVIĆ-JOCIĆ, Dragana (ur.). *Izazovi ekonomske nauke i prakse u procesu pridruživanja Europskoj uniji : Niš, okrobar 2007. godine*. Niš: Ekonomski fakultet, 2007, str. 421-431
- VODOPIVEC, Robert. (2005): Global business; development of supply chain management in the North Adriatic region - the "NAPAN" project. *Ekonom. teme*, 2005, letn. 43, št. 5, str. 101-112.