

<p>1. SKLOP: Teoretična zastavitev trženjskega koncepta</p> <ul style="list-style-type: none"> · Opredelitev trga in potrošništva v sodobni družbi · Sociološka in ekonomska izhodišča trženjskega koncepta · Trženjski sistem (Trženjska okolja, Konkurenčnost, Strateškost in Soodvisnost) · Specifični vidiki trženja v medijskem okolju <p>2. SKLOP: Temelji trženjskega upravljanja</p> <ul style="list-style-type: none"> · Potreba po trženjskem razumevanju in raziskovanju okolij medijskega prostora · Trženjski splet dejavnosti (Proces oblikovanja proizvodov in storitev, Razvoj in upravljanje tržnih znamk, Cenovne strategije, Problemi lokacije in distribucije, Promocija in tržno komuniciranje) · Temeljni procesi strateškega trženja (Določanje ciljev in poslovne domene, Segmentiranje trga, Konkurenčno tržno pozicioniranje, Strategije trženjskega spleta) · Organiziranost trženjske dejavnosti in strateška zasnova internega trženja · Koraki in implementacije strateškega trženjskega načrta <p>3. SKLOP: Strateško upravljanje tržnih komunikacij</p> <ul style="list-style-type: none"> · Opredeljevanje tržno komunikacijskih ciljev · Strategija komunikacijskega spleta · Orodja tržnega komuniciranja · Oglaševanje · Orodja pospeševanje prodaje · Korporativna identiteta in tržne znamke · Odnosi z javnostmi · Strategije in orodja prikritega tržnega komuniciranja · Merjenje učinkovitosti tržnih komunikacij <p>4. SKLOP: Trendi in nišna področja trženja in tržnega komuniciranja</p> <ul style="list-style-type: none"> · Etika in trajnostni princip trženja 	<p>1. TOPIC: Theretical treatment of marketing concept</p> <ul style="list-style-type: none"> - defining the market and the consumption in contemporary society - sociological and economic origins of marketing concept - marketing system (marketing environments, competitive positions, strategic positions, co-dependent positions) - specific aspects of marketing in media worlds <p>2. TOPIC: Fundamentals of marketing management</p> <ul style="list-style-type: none"> - the need to understand marketing principles of media worlds - marketing network of activities (process of products' and services' formation, development and management of trademarks and brands, price strategies, problems of location and distribution, promotion and marketing communication) - basic processes of strategic marketing (defining goals and business domains, segmentation of market, competitive marketing positioning, planning strategies of marketing network) - organisation of marketing activity and strategic formation of internet marketing - implementation phases of strategic marketing plan <p>3. TOPIC: Strategic management of marketing communication</p> <ul style="list-style-type: none"> - strategy of communication network - tools of marketing communication - advertising - tools of sale advancement - relations with publics - strategies and tools of hidden marketing communication - measuring the efficacy of marketing communication <p>4. TOPIC:</p>
--	--

- Trženjske priložnosti novih medijev
- Znamčenje tržnih entitet

- Trends and niche areas of marketing and marketing communication
- ethics and stability principle of marketing
 - marketing opportunities of new media
 - branding of marketing entities