



<b>Naziv programa</b>	<b>MARKETING V KMETIJSTVU IN HORTIKULTURI</b>
<b>Področje</b>	<b>STORITVE</b>
<b>Predlagatelj programa</b> (ime šole in imena pripravilalcev programa)	<b>BIOTEHNIŠKI CENTER NAKLO</b>  Peter Ribič, spec.
<b>Kratek opis programa</b> (max. 150 besed)	<p>Izobraževanje Marketing v kmetijstvu in hortikulturi je 50-urno usposabljanje s področja managementa in je namenjeno kmetom, vrtnarjem, cvetličarjem, mlekarjem, turističnim delavcem in vsem ostalim, ki se ukvarjajo s proizvodnjo in prodajo izdelkov na domu, pa tudi izven.</p> <p>Gre za nadgradnjo splošnih in strokovnih vsebin v izobraževalnih programih (gospodar na podeželju, vrtnar, kmetijsko-podjetniški tehnik, hortikulturni tehnik, inženir hortikulture, inženir kmetijstva in krajine) z namenom usposobiti kandidate za prodajo, izgradnjo blagovne znamke, vzpostavitev prodajne (tržne) mreže ipd.</p> <p>Dejstvo je, da vse večja konkurenca na trgu, trgovske verige in posledično velika in široka paleta izdelkov, slabijo prodajo domačih produktov, na drugi strani pa se soočamo z vse večjim povpraševanjem lokalno pridelane hrane ter ekoloških izdelkov. Ekološki izdelki danes sicer na trgu dosegajo visoko dodano vrednost, vendar pa je potrebno na drugi strani, zaradi velike konkurence, tudi pospeševanje prodaje za večji tržni delež.</p> <p>Kako in kje najti svojo tržno nišo? Kako narediti analizo trga? Kako lansirati produkt na trg? Kako si zgraditi svoj krog odjemalcev? S kom se povezati v skupino in na kakšen način? Vse to so vsebine, ki jih želimo ponuditi z usposabljanjem s področja marketinga.</p>
<b>SPLOŠNI DEL</b>	
<b>Utemeljenost</b> (v skladu z razpisom in analizo potreb)	<p>V skladu z javnim razpisom Ministrstva za izobraževanje, znanost in šport "Izvajanje programov nadaljnega poklicnega izobraževanja in usposabljanja v letih 2018 – 2022" ter skladno s cilji projekta MUNERA3, je potrebno pripraviti nove programe izobraževanja in usposabljanja, ki bodo udeležencem omogočili pridobivanje novih znanj in praktičnih spretnosti, skladno s pričakovanji delodajalcev.</p> <p>Cilj projekta je povečati vključenost zaposlenih v programe nadaljnega poklicnega izobraževanja in usposabljanja ter v skladu s potrebami in razvojem trga dela izboljšati njihove kompetence za večjo zaposljivost ter mobilnosti med področji dela ter osebni razvoj ter delovanje v sodobni družbi.</p> <p>Program marketing v kmetijstvu in hortikulturi je namenjen kandidatom, ki bodisi prihajajo s podeželja, s kmetij ali pa z urbanega</p>



	<p>prostora iz vrtnarij ali cvetličarn. Namenjen je kandidatom, ki se želijo bolje pozicionirati na trgu s svojimi produkti in dosegati višjo dodano vrednost in s tem večje prihodke podjetja.</p> <p>Gre za izobraževanje, ki je zasnovano na način, da izhaja iz lastnih potreb vsakega udeleženca. Želimo si, da slušatelji skozi proces izobraževanja razvijejo svoj produkt od začetka do konca (identifikacija trga, podoba, ponudba v svojem lokalnem področju, izgradnja blagovne znamke, trženje v lastnih tržnih mrežah ipd).</p> <p>Program je zasnovan za delo v skupinah na razvojen način, ki tako omogoča iskanje trajnih rešitev in na splošno možnosti za preboj med najboljše.</p>			
<b>Ciljna skupina</b> (v skladu z razpisom in analizo potreb)	<p>Ciljna skupina so kandidati, ki so samozaposleni na kmetijah, v vrtnarijah in cvetličarnah ter domačih turističnih zmogljivostih.</p> <p>Zaželeno je, da imajo kandidati doma proizvodnjo lastnih produktov, ki jim želijo skozi izobraževanje vdihniti novo življenje in začeti v nekaterih pogledih tržiti na novo, oziroma postaviti celoten koncept produkta od začetka do prodaje na novo.</p>			
<b>Pogoji za vključitev v program</b> (v skladu z razpisom)	<p>Pogoj za vključitev v program je, da je kandidat zaposlen.</p>			
<b>Cilji programa</b> (v skladu z razpisom in analizo potreb)	<p>Analiza trga. Prepoznavanje potreb v okolju za trženje lastnih izdelkov.</p> <p>Možnosti prodaje na domu ali v trgovski verigi. Povezovanje v skupine za doseganje višjih ciljev (na kakšen način, zakaj, s kom)?</p> <p>Izgradnja lastne blagovne znamke in podobe izdelka.</p> <p>Prodajna mreža in kanali trženja. Pospesevanje prodaje.</p> <p>Širjenje, povezovanje in združništvo za doseganje višjih rezultatov prodaje.</p>			
<b>Obseg programa</b> (skupno št. ur)	<b>50 ur</b>			
<b>Oblika dela</b>	<b>Kontaktne ure</b>	<b>On line delo</b> (max 50 % celotnega programa)	<b>Izdelek ali storitev</b>	<b>Drugo</b> (navedite)
<b>Teoretični del</b> (št. ur)	<b>30 ur</b>			
<b>Praktični del</b> (št. ur)	<b>20 ur</b>			
<b>Način evidentiranja</b> (lista prisotnosti, podpisana izjava – izdelek, storitev ...)	<p>Lista prisotnosti, seminarska naloga in zagovor s predstavitvijo njihovega dela na terenu ali drevesnici</p>			
<b>Pogoji za končanje programa</b>	<p>80 % prisotnost</p>			



POSEBNI DEL	
<b>Vsebine programa</b>	<p>Program je sestavljen iz teoretičnega in praktičnega usposabljanja. Vsebuje vsebine modula: TPP</p> <p><u>Modul TPP: trženje in promocija slovenskih proizvodov in storitev</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kandidat pozna pomen učinkovitega trženja slovenskih proizvodov in storitev (namen, potrebe trga, razvoj lastnega produkta);</li><li>• Osvoji temeljna znanja za trženjsko upravljanje podjetja (4P, 7P);</li><li>• Razume trženje kot poslovni proces za svojo dejavnost</li></ul>
<b>Kompetence</b> , pridobljene s programom	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kandidat pozna fleksibilnost in podjetnost kot temelj poslovnega uspeha podjetja;</li><li>• Analiza trženjskega informacijskega sistema (nakupno odločanje porabnikov, koraki pri raziskavi trga, zadovoljstvo kupcev kot temelj dobrega poslovanja podjetja).</li><li>• Elementi trženjskega spleta (trženjski splet, faze življenjskega cikla izdelka/storitve, zunanji izgled izdelka, kakovost storitev, tržno komuniciranje, komunikacijski splet, prodajna cena izdelkov in storitev, prodajne poti, posredniki).</li><li>• Pojavljanje v javnosti in PR (promocijski splet)</li></ul>
<b>Spretnosti</b> , pridobljene s programom	<p>Kandidat prepoznava priložnosti v okolju in jih vnaša v svoj business proces</p> <p>Gradi blagovno znamko svojih izdelkov (podoba, kakovost, trženje).</p> <p>Izgrajuje svoje tržno okolje (mrežo).</p> <p>Izvaja trženje in pojavljanje svojega podjetja in produktov v javnosti.</p>
<b>Splošne kompetence</b> , dopolnjene s programom	<p>Z izobraževanjem udeleženec pridobiva splošne kompetence in jih prenaša v svoje delovno okolje.</p> <p><u>Kandidat pridobiva naslednje splošne kompetence:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Načrtuje svojo poklicno pot in strokovni razvoj</li><li>- Uporablja IKT opremo</li><li>- Dela v skupini in vodi tim</li><li>- Komunicira s sodelavci in predpostavljenimi</li><li>- Rešuje problema in se prilagaja neljubim in nepredvidljivim situacijam (vreme, oprema, delo na višini ...)</li><li>- Spozna pomen vseživljenjskega učenja</li><li>- Pozna in upošteva predpise varstva pri delu</li><li>- Ravno skladno s smernicami o varovanju okolja</li></ul>
<b>Organizacija izobraževanja</b> (navedba vsebinskih sklopov – modulov, časovni obseg)	<p>Pri kandidatih se predhodno ugotavlja predhodno pridobljena formalna izobrazba (srednja poklicna, srednja strokovna, višja, visoka).</p> <p>Kandidati dokazujejo svojo strokovno usposobljenost tudi z mapo portfolio ter delovnimi izkušnjami.</p>



Glede na ugotovljeno stanje se formira skupina. Po potrebi se kandidatom, ki nimajo ustreznih znanj in izkušenj naloži izdelava seminarske naloge na izbrano temo, kjer mentor opredeli področje dela.

Na ta način želimo formirati homogeno skupino, ki bo v celoti sposobna slediti predavanjem, vajam ter navodilom mentorjev, ki bodo izvajali izobraževanje.

Teme, ki jih bodo slušatelji osvojili na usposabljanju:

<b>Kdo sem jaz in kaj želim na trgu?</b>	Opredeitev poslanstva, vizije in ciljev svojega podjetja. Produkti in analiza trga danes.	10
<b>Blagovna znamka in podoba podjetja</b>	Naše podjetje – naše ogledalo Produkti in storitve (kaj, komu, na kakšen način)	10
<b>Trženjski splet</b>	4 P, 7 P Povezovanje v skupine, združništvo Pospeševanje prodaje	10
<b>Komunikacijski splet</b>	Promocija, PR	10
<b>Praktikum</b>	Izdelava portfolia svojih izdelkov in storitev. Predstavitve in nastop pred celotno skupino.	10

Izvedbo programa spremljamo z vpisovanjem v dnevnik.

Kandidati dnevno vpisujejo svojo prisotnost s podpisom na seznam. Na začetku izvajanja programa kandidati izpolnijo evidenčni list, kjer vodi programa oddajo vse svoje podatke, ki so potrebni za vodenje dokumentacije znotraj projekta.

Na začetku izvajanja programa izvajalec pripravi anketni vprašalnik, s katerim ugotovimo predhodna znanja in izobrazbo za vsakega kandidata.

V kolikor kandidat nima dokončane ustrezne izobrazbe (gospodar na podeželju, vrtnar, kmetijsko-podjetniški, hortikulturni tehnik), le-to lahko dokazuje z znanji, ki jih je pridobil na neformalnih izobraževanjih v podjetju ter izven. Kandidat lahko portfolio mapi priloži tudi druga potrdila in certifikate, ki jih je pridobil tekom šolanja in zavarovalne dobe v podjetju.

Ob zaključki programa kandidati izpolnijo vprašalnik, s katerim ugotavljamo naslednje cilje:

- Cilj celotnega programa in izvedbe
- Ustreznost trajanja programa in zahtevnostno stopnjo, tako teoretičnega, kot tudi praktičnega dela izobraževanja.
- Organizacijo izobraževanja



	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ustreznost gradiva, ki ga prejmejo udeleženci</li><li>- Pričakovanja udeležencev</li><li>- Strokovnost izvajalcev programa</li></ul> <p>Cilj zaključne evalvacije je pomoč pri načrtovanju pri naslednjih aktivnostih in načrtovanju nadaljnjih izobraževanj.</p>
<b>Izobrazba in kompetence izvajalca(ev) programa</b> (stopnja in smer izobrazbe)	<p><u>Teoretičen del:</u></p> <p>Za izvedbo teoretičnega dela programa, morajo imeti izvajalci dokončano univerzitetno ali visoko strokovno stopnjo študija kmetijstva-agronomije, organizacije in managementa ali ekonomije.</p> <p><u>Praktični del:</u></p> <p>Za praktični del morajo imeti izvajalci dokončano visoko strokovno izobrazbo, smeri kmetijstvo- agronomija.</p>

Program	Datum	Odobril	Zavrnil – Opombe
Programski odbor	19. 09. 2018	DA	
Svet zavoda potrdil	08. 10. 2018	DA	