

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

PRAKTIČNO IZOBRAŽEVANJE – EKONOMIKA IN POSLOVANJE

2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilji predmeta so:

- opravljati delo na višji zahtevnostni stopnji z občutkom za timsko delo v konkretnem delovnem okolju;
- spoznavati poslovanje in trženje v gospodarskih družbah (podjetjih) z uporabo sodobne IKT in e-tehnologije;
- uporabljati pridobljena teoretična in strokovna znanja na praktičnih primerih ob upoštevanju varstva pri delu in drugih predpisov.

3. PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

- zbiranje in analiziranje poslovnih informacij,
- obvladovanje delovnih postopkov in poslovanja gospodarskih družb ali njihovih posameznih oddelkov (nabava, prodaja, trženje, računovodstvo, kontroling),
- komuniciranje na različnih nivojih z uporabo strokovne terminologije,
- izvajanje manj zahtevnih projektov v timu,
- vzdrževanje dobrih medsebojnih odnosov,
- vodenje izvedbe predstavitve prek različnih medijev (tiskani materiali, CD-ROM, spletne strani),
- poznavanje osnov statistične obdelave podatkov,
- načrtovanje tržnih dejavnosti, s katerimi se podjetje predstavlja na ciljnih trgih,
- sooblikovanje trženjske strategije podjetja.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<p><i>Študent:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • pozna in razume vsa dela in delovne postopke v gospodarskih družbah; • spozna delo na različnih oddelkih znotraj gospodarske družbe; • razloži možne napake v delovnih postopkih in načine odpravljanja napak; • zna uporabiti medsebojno povezanost posameznih enot znotraj gospodarske družbe; • pozna zakonodajo s področja ustanavljanja in poslovanja gospodarskih družb in druge prepise, ki urejajo poslovanje gospodarskih družb; 	<p><i>Študent:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • uporablja dogovorjene delovne postopke pri delu, ki ga opravlja samostojno in odgovorno; • uporablja pridobljena poklicna znanja in spretnosti pri opravljanju različnega strokovnega dela v posameznih enotah podjetja; • uporablja pridobljene informacije; • odpravlja ugotovljene pomanjkljivosti v znanju in pridobljene napake; • izvaja naloge v skupini ali timu; • pisno in ustno komunicira s poslovnimi partnerji in sodelavci;
<ul style="list-style-type: none"> • pozna tehnike predstavitev; • pozna sporočilno vrednost predstavitev in različnih zvrsti predstavitev; • razume pomen oblike in logiko predstavitev; • pozna programsko in strojno opremo, ki služi v pomoč predstavitvam; • pojasni vrste in pomen relativnih števil; • pozna dejavnike, ki vplivajo na oblikovanje komunikacijskega programa; • primerja učinke posameznih medijev; • razume pomen usklajenosti orodij tržnega komuniciranja s sestavinami trženjskega spleta; • pozna načela oblikovanja tržne strategije. 	<ul style="list-style-type: none"> • uporabi ustrezno programsko opremo za izdelavo predstavitev; • načrtuje in izvaja predstavitve z uporabo sodobne IKT opreme; • iz podatkov, zbranih v raziskavi, izračuna strukturne odstotke in jih grafično prikaže; • učinkovito kombinira orodja tržnega komuniciranja; • načrtuje in izvede aktivnosti tržnega komuniciranja; • načrtuje sredstva za tržno komuniciranje; • ovrednoti sredstva za komuniciranje; • inovativno pristopi k novim predstavitvam izdelkov oziroma storitev; • uporablja sodobna informacijska sporočila in dela s sodobnimi komunikacijskimi programi; • vrednoti in kontrolira dosežke trženja; • sooblikuje strategijo podjetja.

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Skupaj 120 ur dela študenta v podjetju (4KT).