

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

MEDNARODNO OKOLJE

2. SPLOŠNI CILJI PREDMETA

Splošni cilji predmeta so:

- pridobiti sposobnost spremljanja dogajanja v mednarodnem poslovnem okolju;
- pridobiti sposobnost analizirati gospodarska dogajanja v mednarodnem okolju;
- pridobiti znanje s področja mednarodnih in drugih predpisov;
- ozavestiti medkulturno dimenzijo mednarodnega poslovanja;
- razviti odgovornost za samostojno delo komercialista v mednarodnem okolju.

Specifično strokovno usmerjeni cilji so:

- pridobiti sposobnost spremljanja, zbiranja in vrednotenja informacij o tujih trgih in predvidevanja trendov;
- pridobiti sposobnost priprave na vstop na tuje trge;
- spoznati evropsko podporno okolje za mala in srednja podjetja;
- izvajati nabavo oz. prodajo na tujih trgih;
- uporabljati špediterske, carinske in zunanjetrgovinske predpise.

3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo še naslednje kompetence:

1. analiziranje globalnega poslovnega okolja;
2. segmentiranje izvoznih aktivnosti;
3. načrtovanje, izvajanje, spremljanje in vrednotenje mednarodnih poslovnih projektov;
4. udejanjanje čezmejnega poslovanja.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
1. Analiziranje globalnega poslovnega okolja	
<ul style="list-style-type: none"> • razume nujnost mednarodnega poslovanja; • primerja in razume prednosti in slabosti različnih režimov nacionalnih gospodarstev v zgodovinskem razvoju; • razlikuje položaj razvitih in nerazvitih gospodarstev v globalnem gospodarstvu; • razume strukturo bruto domačega produkta. 	<ul style="list-style-type: none"> • pojasni razloge, zaradi katerih se nacionalna gospodarstva vključujejo v globalno ekonomijo; • izračuna in razloži pogoje menjave na primeru določenega nacionalnega gospodarstva; • izračuna in analizira strukturo uporabe bruto domačega proizvoda in pojasni pomen mednarodne menjave; • presoja položaj nacionalnega gospodarstva v ekonomskih odnosih s tujino.
2. Segmentiranje izvoznih aktivnosti	
<ul style="list-style-type: none"> • utemelji nujnost raziskave tujih okolij; • razume segmentacijo izvoznih aktivnosti; • razlikuje različne oblike konkurence, pozna ovire za delovanje konkurence in slabosti mednarodnih monopolov; • spozna mednarodne organizacije za pospeševanje zunanjetrgovinske menjave; • spozna programe EU namenjene podjetjem; • spozna evropsko podporno okolje za mala in srednja podjetja. 	<ul style="list-style-type: none"> • analizira izbrano tuje okolje iz vidika ekonomskih, političnih, pravno-zakonodajnih, tehnoloških in ekoloških posebnosti; • izbere segment/trg za izbran produkt; • poišče informacije o delovanju mednarodnih organizacij in programih za pospeševanje menjave; • sodeluje pri pripravi strategije vstopa na tuji trg.
3. Načrtovanje, izvajanje, spremljanje in vrednotenje mednarodnih poslovnih projektov	
<ul style="list-style-type: none"> • utemelji procese načrtovanja mednarodnih projektov; • ozavešči posebnosti izvajanja mednarodnih projektov; • razume in upošteva medkulturne razlike in poslovne običaje pri načrtovanju projektov; • razlikuje instrumente spremljanja in vrednotenja mednarodnih projektov; • obvlada ustno in pisno poslovno komuniciranje v tujem jeziku. 	<ul style="list-style-type: none"> • načrtuje, izvaja, spremlja in vrednoti mednarodne projekte; • ob upoštevanju medkulturnih razlik pisno in ustno komunicira s poslovnimi partnerji v tujem jeziku.
4. Udejanjanje čezmejnega poslovanja	
<ul style="list-style-type: none"> • razume pomen predprodajnih aktivnosti; • pozna postopke nabave in prodaje na tujem trgu; 	<ul style="list-style-type: none"> • pripravlja ponudbe in informira o produktih na tujem trgu; • analizira povpraševanje; • izvaja povpraševanja po produktih v tujini;

<ul style="list-style-type: none">• razume pomen sejmskih prirediteljev;• pozna načine distribucije produktov;• pozna dokumentacijo in postopke izvoz/uvoza;• utemeljuje plačilne instrumente in instrumente zavarovanja plačil v zunanji trgovini;• razume pomen ponakupnih aktivnosti;• razume pomen graditve dobrih poslovnih odnosov s partnerji v tujini;• ozavešča medkulturne razlike in razlike v poslovnih običajih med državami;• pozna instrumente zaščitne politike in njihovo uporabo.	<ul style="list-style-type: none">• analizira ponudbe, pripravi kriterije in predlog za izbor poslovnega partnerja;• poišče najpomembnejše mednarodne sejme za izbran produkt ali panogo;• izvaja predpogodbene aktivnosti in pripravlja pogodbe;• izdelava kalkulacijo izdelka/storitve, ki je predmet prodaje;• pripravi izvozno/uvozno dokumentacijo in izbere najustreznejši način zavarovanja plačila;• ob upoštevanju poslovnega bontona in poslovnih običajev pisno in ustno komunicira s poslovnimi partnerji v tujem jeziku;• načrtuje obiske pri poslovnih partnerjih in organizira redna delovna srečanja z njimi;• ukrepa v skladu s predpisi držav, iz katerih so poslovni partnerji.
--	---

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).