



## KATALOG ZNANJA

### 1. IME PREDMETA

EKONOMIKA PODJETJA (EKP)

### 2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilj predmeta je:

- razvijanje zavesti o pomenu podjetništva,
- ustvarjanje zmožnosti za presojo poslovanja podjetij,
- razvijanje sposobnosti za presojo poslovnih priložnosti,
- obvladovanje strategij projektnega vodenja,
- ustvarjanje zmožnosti za samostojno vodenje podjetij.

### 3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE

V predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

- vključevanje v poslovne procese,
- sistematičnost pristopa k načrtovanju poslovanja podjetij,
- uporaba orodij za presojo uspešnosti poslovanja,
- sistematični pristop k ustvarjanju, pridobivanju in prenosu znanja v prakso,
- usposobljenost za samostojno izdelavo poročil, analiz, kazalcev in njihovo interpretacijo,
- usposobljenost za vodenje projektov.

### 4. KATALOG OPERATIVNIH CILJEV

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<p><b>Študent:</b></p> <p><b>1. PODJETNIŠTVO</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• spozna osnovne značilnosti podjetništva;</li><li>• spozna okolje podjetja, poslovni proces in poslovne funkcije;</li><li>• utemeljuje delovanje podjetja v povezavi z njegovim okoljem, pri tem zna opredeliti vizijo, poslanstvo in cilje;</li></ul>	<p><b>Študent:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• prepozna različne oblike družb, oceni njihove prednosti in slabosti;</li><li>• načrtuje in izdelava osnovne elemente za ustanovitev podjetja;</li><li>• načrtuje in presoja značilnosti podjetja v različnih fazah rasti;</li><li>• deluje v vlogi podjetnika in menedžerja;</li></ul>



<b>INFORMATIVNI CILJI</b>	<b>FORMATIVNI CILJI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• spozna različne koncepte organizacij za doseganje ciljev in vizije;</li> <li>• spozna pomen planiranja in analiziranja</li> </ul>	
<p><b>2. EKONOMIKA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• spozna temeljne pojme ekonomike poslovanja;</li> <li>• usposobi se za razmišljanje, ki sledi ekonomski logiki oblikovanja in sprejemanja poslovnih odločitev;</li> <li>• spozna poslovne prvine;</li> <li>• spozna pojme stroški, stroškovna mesta in nosilci stroškov;</li> <li>• razume temeljne pojme računovodskih izkazov, razlike med poslovnim, premoženjskim, finančnim in denarnim izidom;</li> <li>• utemeljuje vplive prihodkov in odhodkov na poslovni izid in utemeljuje uspešnost poslovanja;</li> <li>• utemeljuje premoženje podjetja skozi poznavanje sestavin bilance stanja;</li> <li>• utemeljuje vrednost podjetja;</li> <li>• spozna osnovne značilnosti kapitalskih in finančnih trgov;</li> <li>• seznaneni se s poslovnim načrtovanjem, vsebino in načinom izdelave poslovnega načrta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rešuje naloge, ki se nanašajo na vsebino poslovnih odločitev o gospodarskih kategorijah poslovnega sistema;</li> <li>• določa prvine poslovnih sistemov in iz njih izhajajoče stroške;</li> <li>• opredeljuje različne vrste stroškov in njihov vpliv na poslovne rezultate;</li> <li>• izdelava amortizacijski načrt in oceniti vpliv različnih načinov amortiziranja na poslovni izid;</li> <li>• izdelava kalkulacije glede na različne stroške in različne metode pokrivanja stroškov;</li> <li>• sestavi in presoja računovodske izkaze - poslovne in premoženjske izide;</li> <li>• analizira podatke in informacije za sprejemanje poslovnih odločitev;</li> <li>• izdelava poslovni načrt za presojo izbrane poslovne ideje ( plan prodaje, nabave, kadrov, investicij, virov financiranja, stroškov, bilanc in kazalcev uspešnosti);</li> <li>• predstavi poslovni načrt;</li> </ul>
<p><b>3. MARKETING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• spozna različne poslovne priložnosti v marketingu;</li> <li>• ugotavlja pomen in vsebino marketinške funkcije v podjetju;</li> <li>• spozna metode raziskovanja tržnega okolja,</li> <li>• analizira pomen politike izdelkov, politike cen in razvoja izdelka,</li> <li>• spozna strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov in storitev v marketingu;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sodeluje pri načrtovanju marketinške funkcije;</li> <li>• izdelava elemente tržne analize;</li> <li>• razvije zmožnost upravljanja z različnimi bazami podatkov;</li> <li>• organizira trženje izdelkov in storitev;</li> <li>• uporabi v praksi politiko cen, razpečave, promocije izdelkov in storitev v marketingu;</li> <li>• predstavi poslovno idejo z marketinškega vidika;</li> </ul>



<b>INFORMATIVNI CILJI</b>	<b>FORMATIVNI CILJI</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• spozna trženjsko informacijski sistem kot osnova za opredelitev strategije in politike marketinga;</li><li>• spozna pomen trženjskega spleta ( 4P in 7P)</li></ul>	
<b>4. PROJEKTNI MENEDŽMENT</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• pridobi temeljna teoretična znanja in praktična znanja projektne menedžmenta;</li><li>• spozna različne oblike in faze projektov;</li><li>• spozna in analizira vlogo vodje projekta;</li><li>• spozna različne projektne organizacije;</li><li>• se nauči projektno nalogo analizirati, jo razstaviti na posamezne faze, sestaviti tim in nalogo predstaviti.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• načrtuje organizacijo enostavnejših in manj zahtevnih projektov;</li><li>• ugotavlja organizacijo projektne dela (projekt in makro okolje, projekt in matična organizacija);</li><li>• oblikuje projektni tim;</li><li>• oblikuje organigram;</li><li>• določi matriko odgovornosti;</li><li>• načrtuje poslovnik projekta, tipizacija virov, omejenost virov, potrebni in razpoložljivi viri, povezanost časa, virov, kakovosti in stroškov, tveganja, ozka grla, izravnavanje in preobremenjevanje virov);</li><li>• analizira in oceni učinkovitost projekta.</li></ul>

## **5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV OZIROMA POSEBNOSTI V IZVEDBI**

Študentove obveznosti so:

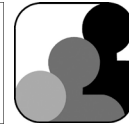
1. predavanja (razlaga, pogovor, poučevanje s primeri, demonstracija, ipd);
2. vaje (seminarske in laboratorijske), ki vključujejo individualno in skupinsko delo študentov.

Individualno delo vključuje:

- reševanje nalog in vprašanj,
- analiza in vrednotenje,
- študij literature,
- delo z besedilom (strokovni članki, izdelava poročila in poročanje),
- izdelava pisnega gradiva (samostojni pisni izdelki),
- formalne in multimedijske predstavitve.

Delo v skupinah vključuje naslednje aktivnosti:

- študije primerov, simulacije, diskusija in poročanje;
- reševanje problemov (aktualne odprte problemske situacije),
- formalne in multimedijske predstavitve,
- načrtovanje in izvedba projektov.



OBVEZNOSTI ŠTUDENTA	Pedagoško delo v urah (kred. točke)	Samostojno delo v urah (kred. točke)	SKUPAJ ur (kred. točke)
Predavanja	42 (1,4 KT)	42 (1,4 KT)	84 (2,8 KT)
Vaje	42 (1,4 KT)	18 (0,6 KT)	60 (2,0 KT)
Skupinska izdelava poslovnega načrta ali projektne naloge in predstavitev		12 (0,4 KT)	12 (0,4 KT)
Izdelava samostojne seminarske naloge in predstavitev		24 (0,8 KT)	24 (0,8 KT)
<b>SKUPAJ</b>	<b>84 (2,8 KT)</b>	<b>96 (3,2 KT)</b>	<b>180 (6,0 KT)</b>