



KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

EKONOMIKA PODJETJA

2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilji predmeta so:

- 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. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
Študent:	Študent:
1. PODJETNIŠTVO	
<ul style="list-style-type: none"> • spozna osnovne značilnosti podjetništva; • spozna okolje podjetja, poslovni proces in poslovne funkcije; • presoja značilnosti podjetja v različnih fazah rasti; • utemeljuje delovanje podjetja v povezavi z njegovim okoljem, pri tem zna opredeliti vizijo, poslanstvo in cilje; • spozna različne koncepte organizacij za doseganje ciljev in vizije; • spozna pomen planiranja in analiziranja • prepozna različne oblike družb, njihove prednosti in slabosti; • deluje v vlogi podjetnika in menedžerja. 	<ul style="list-style-type: none"> • odloča se za različne oblike družb; • načrtuje in izdelava osnovne elemente za ustanovitev podjetja; • načrtuje podjetje v različnih fazah rasti; • presoja značilnosti podjetja v različnih fazah rasti.
2. EKONOMIKA	
<ul style="list-style-type: none"> • spozna temeljne pojme ekonomike poslovanja; • usposobi se za razmišljanje, ki sledi ekonomski logiki oblikovanja in sprejemanja poslovnih odločitev; • spozna poslovne prvine; • spozna pojme stroški, stroškovna mesta in nosilci stroškov; • razume temeljne pojme računovodskih izkazov, razlike med poslovnim, premoženjskim, finančnim in denarnim izidom; • utemeljuje vplive prihodkov in odhodkov na poslovni izid in utemeljuje uspešnost poslovanja; • utemeljuje premoženje podjetja skozi poznavanje sestavin bilance stanja; • utemeljuje vrednost podjetja; • spozna osnovne značilnosti kapitalskih in finančnih trgov; • seznaneni se s poslovnim načrtovanjem, vsebino in načinom izdelave poslovnega načrta. 	<ul style="list-style-type: none"> • rešuje naloge, ki se nanašajo na vsebino poslovnih odločitev o gospodarskih kategorijah poslovnega sistema; • določa prvine poslovnih sistemov in iz njih izhajajoče stroške; • opredeljuje različne vrste stroškov in njihov vpliv na poslovne rezultate; • izdelava amortizacijski načrt in oceniti vpliv različnih načinov amortiziranja na poslovni izid; • izdelava kalkulacije glede na različne stroške in različne metode pokrivanja stroškov; • sestavi in presoja računovodske izkaze računovodskih izkazov- poslovnega in premoženjskega izida; • analizira podatke in informacije za sprejemanje poslovnih odločitev; • izdelava poslovni načrt za presojo izbrane poslovne ideje (plan prodaje, nabave, kadrov, investicij, virov financiranja, stroškov, bilanc in kazalcev uspešnosti); • predstavi poslovni načrt.
3. MARKETING	



INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<ul style="list-style-type: none"> • ugotavlja pomen in vsebino marketinške funkcije v podjetju; • spozna različne poslovne priložnosti v marketingu; • spozna metode raziskovanja tržnega okolja; • analizira pomen politike izdelkov, politike cen in razvoja izdelka; • spozna strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov in storitev v marketingu; • spozna trženjsko informacijski sistem kot osnova za opredelitev strategije in politike marketinga; • spozna pomen trženjskega spleta (4P in 7P). 	<ul style="list-style-type: none"> • sodeluje pri načrtovanju marketinške funkcije; • izdelava elemente tržne analize; • razvije zmožnost upravljanja z različnimi bazami podatkov; • organizira trženje izdelkov in storitev; • uporabi v praksi politiko cen, razpečave, promocije izdelkov in storitev v marketingu; • predstavi poslovno idejo z marketinškega vidika.
4. PROJEKTNI MENEDŽMENT	
<ul style="list-style-type: none"> • pridobi temeljna teoretična znanja in praktična znanja projektnega menedžmenta; • spozna različne oblike in faze projektov; • spozna in analizira vlogo vodje projekta; • spozna različne projektne organizacije; • se nauči analizirati projektno nalogo, jo razstaviti na faze in sestaviti tim. 	<ul style="list-style-type: none"> • načrtuje organizacijo enostavnejših in manj zahtevnih projektov; • ugotavlja organizacijo projektnega dela (projekt in makro okolje, projekt in matična organizacija); • oblikuje projektne tim; • oblikuje organigram; • določi matriko odgovornosti; • načrtuje poslovnik projekta, tipizacija virov, omejenost virov, potrebni in razpoložljivi viri, povezanost časa, virov, kakovosti in stroškov, tveganja, ozka grla, izravnavanje in preobremenjevanje virov); • analizira in oceni učinkovitost projekta • predstavi projektno nalogo.

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV OZIROMA POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 84 (48 ur predavanj, 24 ur seminarskih vaj in 12 ur laboratorijskih vaj).
 Število ur samostojnega dela študenta: 96 (reševanje nalog iz teorije-vaje, reševanje računskih nalog-vaje, skupinska izdelava poslovnega načrta ali projektne naloge in predstavitev na vajah, izdelave samostojne seminarske naloge ter predstavitev le te).