

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

EKONOMIKA PODJETJA

2. SPLOŠNI CILJI PREDMETA

Splošni cilji predmeta so:

- razvijati zavesti o pomenu podjetništva in sposobnosti za presojo poslovnih priložnosti;
- ustvarjati zmožnosti za presojo poslovanja podjetij;
- spoznati strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov in storitev;
- poznati strategijo projektnega vodenja.

Specifično strokovno usmerjeni cilji so:

- načrtovati poslovanje podjetja na podjetniškem nivoju;
- analizirati, načrtovati in sodelovati pri poslovanju podjetja in v poslovnih procesih;
- analizirati in vrednotiti izkaze poslovanja in druga poročila za poslovno odločanje;
- poznati strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov in storitev;
- sodelovati v aktivnostih projektnega menedžmenta.

3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

1. načrtovanje poslovanja podjetja na podjetniškem nivoju;
2. načrtovanje poslovanja podjetja in sodelovanje v poslovnih procesih;
3. izdelava strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov in storitev;
4. sodelovanje v aktivnostih projektnega menedžmenta.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
1. Načrtovanje poslovanja podjetja na podjetniškem nivoju:	
<ul style="list-style-type: none">• opiše osnovne značilnosti podjetništva;• opiše okolje podjetja, poslovni proces in poslovne funkcije;	<ul style="list-style-type: none">• izbere obliko družbe za opravljanja pridobitne dejavnosti;• pripravi osnovne elemente, kateri so potrebni za ustanovitev podjetja;

<ul style="list-style-type: none"> • opredeli delovanje podjetja v povezavi z njegovim okoljem, pri tem zna opredeliti vizijo, poslanstvo in cilje; • seznaneni se s poslovnim modelom in vitkim okvirjem poslovnega modela; • seznaneni se s poslovnim načrtovanjem, vsebino in načinom izdelave poslovnega načrta. 	<ul style="list-style-type: none"> • analizira in presoja značilnosti podjetja v različnih fazah rasti; • deluje v vlogi podjetnika; • ob iskanju novih podjetniških priložnosti pripravi vitek okvir poslovnega modela, katerega nadgradi v poslovni načrt in ga predstavi vodstvu podjetja in ostali zainteresirani javnosti.
<p>2. Načrtovanje poslovanja podjetja in sodelovanje v poslovnih procesih:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • opiše temeljne pojme ekonomike podjetja; • usposobi se za razmišljanje, ki sledi ekonomski logiki oblikovanja in sprejemanja poslovnih odločitev; • opredeli ekonomske probleme in ekonomska vprašanja, reprodukcijski proces; • našteje poslovne prvine; • opredeli pojme stroški, stroškovna mesta in nosilci stroškov; • opiše pomen različnih vrst stroškov za uspešno poslovanje podjetja; • opiše temeljne pojme računovodskih izkazov, razlike med poslovnim, premoženjskim, finančnim in denarnim izidom; • opredeli vplive prihodkov in odhodkov na poslovni izid in utemeljuje uspešnost poslovanja; • opiše premoženje podjetja skozi poznavanje sestavin bilance stanja; • opiše vrednost podjetja; • navede osnovne značilnosti kapitalskih in finančnih trgov. 	<ul style="list-style-type: none"> • presodi podatke in informacije za sprejemanje osnovnih odločitev; • izbere prvine poslovnih sistemov in iz njih izhajajoče stroške; • analizira vrste stroškov in njihov vpliv na poslovne rezultate; • izdelava amortizacijski načrt in oceni vpliv različnih načinov amortiziranja na poslovni izid; • izdelava kalkulacije glede na različne stroške in različne metode pokrivanja stroškov; • analizira računovodske izkaze – poslovne in premoženjske izide; • izdelava poslovni načrt za presojo izbrane poslovne ideje (plan prodaje, nabave, kadrov, investicij, virov financiranja, stroškov, bilance stanja, izkaza poslovnega izida in kazalcev uspešnosti poslovanja).
<p>3. Izdelava strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov in storitev:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • opredeli pomen in vsebino trženja; • opiše metode raziskovanja tržnega okolja; • opiše pomen politike izdelkov, politike cen in razvoja izdelka; • opiše strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov in storitev; • opiše trženjsko informacijski sistem kot osnova za opredelitev strategije in politike trženja; • opiše pomen trženjskega spleta (4P). 	<ul style="list-style-type: none"> • sodeluje v timu pri načrtovanju marketinške funkcije; • izdelava elemente tržne analize; • ob iskanju novih podjetniških priložnosti pripravi strategijo trženja izdelkov in storitev in jo predstavi vodstvu podjetja in ostali zainteresirani javnosti, • sodeluje v timu pri trženju izdelkov in storitev.
<p>4. Sodelovanje v aktivnostih projektnega menedžmenta:</p>	

<ul style="list-style-type: none">• pridobi temeljna teoretična in praktična znanja projektnega menedžmenta;• opiše različne vrste in faze projektov;• navede in analizira vlogo vodje projekta.	<ul style="list-style-type: none">• sodeluje v timu pri načrtovanju organizacije enostavnejših in manj zahtevnih projektov;• oblikuje organigram;• pripravi matriko odgovornosti.
--	---

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 96 (48 ur predavanj, 24 ur seminarских vaj, 24 ur laboratorijskih vaj).
Število ur samostojnega dela študenta: 84 (študij literature in gradiv, študij primerov in reševanje praktičnih nalog, izdelava pisne naloge in promocijskega materiala ...).