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:** | |
| * opiše osnovne značilnosti podjetništva; * opiše okolje podjetja, poslovni proces in poslovne funkcije; * opredeli delovanje podjetja v povezavi z njegovim okoljem, pri tem zna opredeliti vizijo, poslanstvo in cilje; * seznani se s poslovnim modelom in vitkim okvirjem poslovnega modela; * seznani se s poslovnim načrtovanjem, vsebino in načinom izdelave poslovnega načrta. | * izbere obliko družbe za opravljanja pridobitne dejavnosti; * pripravi osnovne elemente, kateri so potrebni za ustanovitev podjetja; * 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. |
| 1. **Načrtovanje poslovanja podjetja in sodelovanje v poslovnih procesih:** | |
| * 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. | * 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; * izdela amortizacijski načrt in oceni vpliv različnih načinov amortiziranja na poslovni izid; * izdela kalkulacije glede na različne stroške in različne metode pokrivanja stroškov; * analizira računovodske izkaze – poslovne in premoženjske izide; * izdela poslovni načrt za presojo izbrane poslovne ideje (plan prodaje, nabave, kadrov, investicij, virov financiranja, stroškov, bilance stanja, izkaza poslovnega izida in kazalcev uspešnosti poslovanja). |
| 1. **Izdelava strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov in storitev:** | |
| * 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). | * sodeluje v timu pri načrtovanju marketinške funkcije; * izdela 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. |
| 1. **Sodelovanje v aktivnostih projektnega menedžmenta:** | |
| * pridobi temeljna teoretična in praktična znanja projektnega menedžmenta; * opiše različne vrste in faze projektov; * navede in analizira vlogo vodje projekta. | * 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 seminarskih 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 …).