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 …).