



# **KATALOG ZNANJA**

## **1. IME PREDMETA**

**EKONOMIKA PODJETJA IN PODJETNIŠTVO**

## **2. SPLOŠNI CILJI**

- 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 manjših delovnih skupin in enot.

## **3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE**

V predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

- vključevanje v poslovne procese;
- uporaba orodij za presojo uspešnosti poslovanja;
- uporaba orodij za presojo podjetniških priložnosti;
- sistematični pristop k ustvarjanju, pridobivanju in prenosu znanja v prakso;
- usposobljenost za vodenje projektov.



## 4. KATALOG OPERATIVNIH CILJEV

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<p>Študent:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• spozna osnovne pojme in definicije ekonomike in podjetništva;</li> <li>• spozna osnovne značilnosti podjetništva;</li> <li>• spozna okolje podjetja, poslovni proces in poslovne funkcije;</li> <li>• spozna pomen planiranja in analiziranja;</li> <li>• spozna podjetništvo kot dinamično razvojno kombinacijo idej, talenta, kapitala, znanja in tveganja.</li> <li>• seznaneni se z odvisnostjo med podjetništvom in tveganjem</li> <li>• zna pojasniti pomen in vlogo podjetnika z vidika ekonomske teorije</li> </ul>	<p>Študent:</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>• deluje v vlogi podjetnika in menedžerja.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• spozna poslovne prvine;</li> <li>• razume temeljne ekonomske probleme redkosti in izbire;</li> <li>• spozna pojme stroški, oportunitetni stroški, stroškovna mesta in nosilci stroškov;</li> <li>• utemeljuje vplive prihodkov in odhodkov na poslovni izid in utemeljuje uspešnost poslovanja;</li> <li>• utemeljuje vrednost podjetja;</li> <li>• seznaneni se s poslovnim načrtovanjem, vsebino in načinom izdelave poslovnega načrta;</li> <li>• razume odločitveni proces v podjetju;</li> <li>• seznaneni se z bistvenimi sestavinami teorije povpraševanja;</li> <li>• razume klasifikacijo proizvodov;</li> <li>• razume razmerje med povpraševanjem in ponudbo;</li> <li>• spozna osnove teorije proizvodnje;</li> <li>• seznaneni se s teorijo stroškov in konceptom celotnih stroškov;</li> <li>• spozna ekonomski pomen kakovosti in stroškov povezani z njo;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <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 oceni vpliv različnih načinov amortiziranja na poslovni izid;</li> <li>• analizira podatke in informacije za sprejemanje poslovnih odločitev;</li> <li>• izdelava in predstavi poslovni načrt;</li> <li>• analizira krivuljo povpraševanja;</li> <li>• ugotavlja dejavnike povpraševanja;</li> <li>• analizira elastičnost povpraševanja;</li> <li>• prepozna tehnološke, ekonomske in inženirske kazalce učinkovitosti proizvodnje;</li> <li>• analizira proizvodnjo funkcijo;</li> <li>• analizira fiksne stroške, variabilne in skupne stroške;</li> <li>• izračunava povprečne stroške, stroške na enoto proizvoda ali storitve;</li> <li>• kalkulira, preračunavanje in obračunava stroške ter lastne cene proizvoda ali storitve;</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• razume pojem kalkulacije stroškov v proizvodnem procesu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <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> <li>• spozna trženjsko informacijski sistem kot osnova za opredelitev strategije in politike marketinga;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <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, promocije izdelkov in storitev v marketingu;</li> </ul>

## 5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV OZIROMA POSEBNOSTI V IZVEDBI

### Obveznosti študentov:

- prisotnost na predavanjih in vajah
- izdelava seminarske naloge v obsegu 15 - 20 strani
- opravljene vaje,
- študij literature,
- priprava na izpit
- pisni izpit

<b>OBVEZNOSTI ŠTUDENTA</b>	<b>pedagoško delo</b> ure / kreditne točke	<b>samostojno delo študenta</b> ure / kreditne točke	<b>SKUPAJ</b> ure / kreditne točke
predavanja	48 / 1,6 KT		48 / 1,6 KT
vaje	12 / 0,4 KT		12 / 0,4 KT
samostojni študij, študij literature		59 / 2 KT	59 / 2 KT
seminarske naloge		30 / 1 KT	30 / 1 KT
izpit		1 / 0,03 KT	1 / 0,03 KT
<b>SKUPAJ</b>	<b>60 / 2 KT</b>	<b>90 / 3 KT</b>	<b>150 / 5 KT</b>