



## KATALOG ZNANJA

### 1. IME PREDMETA

#### EKONOMIKA PODJETJA (EKP)

### 2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilj predmeta je:

- 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. KATALOG OPERATIVNIH CILJEV

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<p><b>Študent:</b></p> <p><b>1. PODJETNIŠTVO</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• spozna osnovne značilnosti podjetništva;</li><li>• spozna okolje podjetja, poslovni proces in poslovne funkcije;</li><li>• utemeljuje delovanje podjetja v povezavi z njegovim okoljem, pri tem zna opredeliti vizijo, poslanstvo in cilje;</li><li>• spozna različne koncepte organizacij za doseganje ciljev in vizije;</li><li>• spozna pomen planiranja in analiziranja</li></ul>	<p><b>Študent:</b></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>• načrtuje in presoja značilnosti podjetja v različnih fazah rasti;</li><li>• deluje v vlogi podjetnika in menedžerja;</li></ul>



INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<p><b>2. EKONOMIKA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• spozna temeljne pojme ekonomike poslovanja;</li> <li>• usposobi se za razmišljanje, ki sledi ekonomski logiki oblikovanja in sprejemanja poslovnih odločitev;</li> <li>• spozna poslovne prvine;</li> <li>• spozna pojme stroški, stroškovna mesta in nosilci stroškov;</li> <li>• razume temeljne pojme računovodskih izkazov, razlike med poslovnim, premoženjskim, finančnim in denarnim izidom;</li> <li>• utemeljuje vplive prihodkov in odhodkov na poslovni izid in utemeljuje uspešnost poslovanja;</li> <li>• utemeljuje premoženje podjetja skozi poznavanje sestavin bilance stanja;</li> <li>• utemeljuje vrednost podjetja;</li> <li>• spozna osnovne značilnosti kapitalskih in finančnih trgov;</li> <li>• seznaneni se s poslovnim načrtovanjem, vsebino in načinom izdelave poslovnega načrta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rešuje naloge, ki se nanašajo na vsebino poslovnih odločitev o gospodarskih kategorijah poslovnega sistema;</li> <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 oceniti vpliv različnih načinov amortiziranja na poslovni izid;</li> <li>• izdelava kalkulacije glede na različne stroške in različne metode pokrivanja stroškov;</li> <li>• sestavi in presoja računovodske izkaze - poslovne in premoženjske izide;</li> <li>• analizira podatke in informacije za sprejemanje poslovnih odločitev;</li> <li>• izdelava poslovni načrt za presojo izbrane poslovne ideje ( plan prodaje, nabave, kadrov, investicij, virov financiranja, stroškov, bilanc in kazalcev uspešnosti);</li> <li>• predstavi poslovni načrt;</li> </ul>
<p><b>3. MARKETING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• spozna različne poslovne priložnosti v marketingu;</li> <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> <li>• spozna pomen trženjskega spleta ( 4P in 7P)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <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, razpečave, promocije izdelkov in storitev v marketingu;</li> <li>• predstavi poslovno idejo z marketinškega vidika;</li> </ul>



<b>INFORMATIVNI CILJI</b>	<b>FORMATIVNI CILJI</b>
<p><b>4. PROJEKTNI MENEDŽMENT</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• pridobi temeljna teoretična znanja in praktična znanja projektne menedžmenta;</li><li>• spozna različne oblike in faze projektov;</li><li>• spozna in analizira vlogo vodje projekta;</li><li>• spozna različne projektne organizacije;</li><li>• se nauči projektno nalogo analizirati, jo razstaviti na posamezne faze, sestaviti tim in nalogo predstaviti.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• načrtuje organizacijo enostavnejših in manj zahtevnih projektov;</li><li>• ugotavlja organizacijo projektne dela (projekt in makro okolje, projekt in matična organizacija);</li><li>• oblikuje projektne tim;</li><li>• oblikuje organigram;</li><li>• določi matriko odgovornosti;</li><li>• načrtuje poslovnik projekta, tipizacija virov, omejenost virov, potrebni in razpoložljivi viri, povezanost časa, virov, kakovosti in stroškov, tveganja, ozka grla, izravnavanje in preobremenjevanje virov);</li><li>• analizira in oceni učinkovitost projekta.</li></ul>

## **5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV OZIROMA POSEBNOSTI V IZVEDBI**

Študent samostojno izdelava projektno nalogo v povezavi s praktičnim izobraževanjem s področja poslovnega modula.

### **OBVEZNOSTI ŠTUDENTA:**

- izdelava seminarske naloge v obsegu 10 strani,
- opravljene vaje,
- študij literature,
- pisni izpit.