

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

EKONOMIKA PODJETJA

2. SPLOŠNI CILJI PREDMETA

Splošni cilji predmeta so:

- pridobiti razumevanje ekonomike poslovanja;
- razvijati zavest o pomenu podjetništva in sposobnost za presojo poslovnih priložnosti;
- ustvarjati zmožnosti za presojo poslovanja podjetij;
- poznati strategijo projektnega vodenja.

Specifično strokovno usmerjeni cilji predmeta so:

- razumeti pomen ekonomskega subjekta v sistemu;
- utemeljiti upravičenost poslovnih dogodkov na podlagi stroškov;
- analizirati in vrednotiti izkaze poslovanja ter druga poročila za poslovno odločanje;
- poznati strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov ter storitev;
- sodelovati v aktivnostih projektnega menedžmenta.

3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

- razvijanje ekonomskega razmišljanja in ravnanja v tehniških dejavnostih;
- sodelovanje v poslovnih procesih;
- izračunavanje in uporaba kazalnikov poslovnih procesih;
- načrtovanje poslovanja podjetja na podjetniškem nivoju.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
Razvijanje ekonomskega razmišljanja in ravnanja v tehniških dejavnostih:	
<ul style="list-style-type: none">• 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;• analizira poslovni model in vitki okvir poslovnega modela;• razume poslovno načrtovanje, vsebino in način izdelave poslovnega načrta.	<ul style="list-style-type: none">• izbere obliko družbe za opravljanje pridobitne dejavnosti;• načrtuje in izdelava osnovne elemente, potrebne za ustanovitev podjetja;• analizira in presoja stanje aktivnosti podjetja v različnih fazah rasti;• deluje v vlogi podjetnika;• ob iskanju novih podjetniških priložnosti pripravi vitki okvir poslovnega modela, ki ga nadgradi v poslovni načrt in ga predstavi vodstvu podjetja ter preostali zainteresirani javnosti.
2. Načrtovanje poslovanja podjetja in sodelovanje v poslovnih procesih:	

<ul style="list-style-type: none"> • opiše temeljne pojme ekonomike podjetja; • usposobi se za razmišljanje, ki upošteva ekonomsko logiko oblikovanja in sprejemanja poslovnih odločitev; • opredeli ekonomske težave in vprašanja, reprodukcijski proces; • našteje poslovne prvine; • opredeli izraze 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 izračune glede na različne stroške in različne metode pokrivanja stroškov; • analizira računovodske izkaze – poslovne in premoženjske izide; • izdelava poslovni načrt za presojo izbrane poslovne ideje (načrt prodaje, nabave, kadrov, investicij, virov financiranja, stroškov, bilance stanja, izkaza poslovnega izida in kazalnikov uspešnosti poslovanja).
<p>3. Izdelava strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov ter storitev :</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • opredeli pomen in vsebino trženja; • opiše metode raziskovanja tržnega okolja; • opiše pomen politike izdelkov, cen in razvoja izdelka; • opiše strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov in storitev; • opiše trženjsko informacijski sistem kot osnovo za opredelitev strategije in politike trženja; • opiše pomen trženjskega spleta (4P) 	<ul style="list-style-type: none"> • sodeluje v delovni skupini pri načrtovanju marketinške funkcije; • izdelava prvine tržne analize; • ob iskanju novih podjetniških priložnosti pripravi strategijo trženja izdelkov in storitev ter jo predstavi vodstvu podjetja in preostali zainteresirani javnosti, • sodeluje v delovni skupini 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 delovni skupini pri načrtovanju organiziranja 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: 114 (študij literature in gradiv, študij primerov in reševanje praktičnih nalog, izdelava pisne naloge in promocijskega materiala in podobno).