



KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

EKONOMIKA PODJETJA

2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilji predmeta so:

- obvladovanje simbolnega jezika s področja ekonomike,
- razvijanje zavesti o gospodarnem ravnanju z dobrinami,
- razvijanje zavesti o pomenu podjetništva,
- ustvarjanje zmožnosti za presojo poslovanja podjetij,
- razvijanje sposobnosti za presojo poslovnih priložnosti,
- obvladovanje strategije projektnega vodenja,
- ustvarjanje zmožnosti za samostojno vodenje podjetij.

3. PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

- poznajo gospodarske osnove, s katerimi se srečuje pri poslovanju v podjetju,
- poznajo osnove gospodarjenja v podjetju,
- obvladujejo temeljne kategorije podjetništva, ekonomike in financ, predvsem s trgom, proizvodnjo, sredstvi in njihovimi viri,
- se vključujejo v poslovne procese,
- sistematično pristopajo k načrtovanju poslovanja podjetij,
- uporabljajo orodja za presojo uspešnosti poslovanja,
- sistematično pristopajo k ustvarjanju, pridobivanju in prenosu znanja v prakso,



- znajo brati in analizirati računovodske izkaze,
- razvijajo sposobnost za samostojno izdelavo poročil, analiz, kazalcev in njihovo interpretacijo,
- razvijajo sposobnost za vodenje projektov.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
Študent:	Študent:
1. PODJETNIŠTVO	
• spozna osnovne značilnosti podjetništva, • spozna okolje podjetja, poslovni proces in poslovne funkcije, • utemeljuje delovanje podjetja v povezavi z njegovim okoljem; pri tem zna opredeliti vizijo, poslanstvo in cilje, • spozna različne koncepte organizacij za doseganje ciljev in vizije, • spozna pomen planiranja in analiziranja.	• prepozna različne oblike družb in oceni njihove prednosti in slabosti, • načrtuje in izdelava osnovne elemente za ustanovitev podjetja, • načrtuje in presoja značilnosti podjetja v različnih fazah rasti, • deluje v vlogi podjetnika in menedžerja.
2. EKONOMIKA	
• spozna temeljne pojme ekonomike poslovanja, • pozna prvine poslovnih sistemov in iz njih izhajajoče stroške ter možnosti vplivanja na njihovo višino, • usposobi se za razmišljanje, ki sledi ekonomski logiki oblikovanja in sprejemanja poslovnih odločitev, • spozna poslovne prvine, • spozna pojme stroški, stroškovna mesta in nosilci stroškov, • razume temeljne pojme računovodskih izkazov, razlike med poslovnim, premoženjskim, finančnim in denarnim izidom, • utemeljuje vplive prihodkov in odhodkov na poslovni izid in utemeljuje uspešnost poslovanja, • utemeljuje premoženje podjetja skozi poznavanje sestavin bilance stanja.	• rešuje naloge, ki se nanašajo na vsebino poslovnih odločitev o gospodarskih kategorijah poslovnega sistema, • določa prvine poslovnih sistemov in iz njih izhajajoče stroške, • opredeljuje različne vrste stroškov in njihov vpliv na poslovne rezultate, • izdelava amortizacijski načrt in oceni vpliv različnih načinov amortiziranja na poslovni izid, • izdelava kalkulacije glede na različne stroške in različne metode pokrivanja stroškov, • sestavi in presoja računovodske izkaze - poslovne in premoženjske izide, • analizira podatke in informacije za sprejemanje poslovnih odločitev, • izdelava poslovni načrt za presojo izbrane poslovne ideje (plan prodaje, nabave, kadrov, investicij, virov financiranja, stroškov, bilanc in kazalcev uspešnosti),



• utemeljuje vrednost podjetja, • spozna osnovne značilnosti kapitalskih in finančnih trgov, • seznani se s poslovnim načrtovanjem, vsebino in načinom izdelave poslovnega načrta.	• predstavi poslovni načrt.
3. MARKETING	
• razume temeljne zakonitosti delovanja trga in tržne konkurence, • spozna različne poslovne priložnosti v marketingu, • ugotavlja pomen in vsebino marketinške funkcije v podjetju, • spozna metode raziskovanja tržnega okolja, • analizira pomen politike izdelkov, politike cen in razvoja izdelka, • našteje in opiše osnovne načine kalkulacij glede na stroškovne nosilce, • spozna strategije trženja in trženjskega komuniciranja izdelkov in storitev v marketingu, • spozna trženjski informacijski sistem kot osnovo za opredelitev strategije in politike marketinga, • spozna pomen trženjskega spleta (4P in 7P).	• izdelava elemente tržne analize, • razvije zmožnost upravljanja z različnimi zbirkami podatkov, • organizira trženje izdelkov in storitev, • v praksi uporabi politiko cen, razpečave in promocije izdelkov ter storitev v marketingu, • predstavi poslovno idejo z marketinškega vidika.
4. PROJEKTNI MENEDŽMENT	
• pridobi temeljna teoretična in praktična znanja projektnega menedžmenta, • spozna različne oblike in faze projektov, • spozna in analizira vlogo vodje projekta, • spozna različne projektne organizacije, • se nauči projektno nalogo analizirati, jo razstaviti na posamezne faze, sestaviti tim in nalogo predstaviti.	• načrtuje organizacijo enostavnejših in manj zahtevnih projektov, • ugotavlja organizacijo projektnega dela (projekt in makro okolje, projekt in matična organizacija), • oblikuje projektni tim, • oblikuje organigram, • določi matriko odgovornosti, • načrtuje poslovnik projekta (tipizacijo virov, omejenost virov, potrebne in razpoložljive vire, povezanost časa, virov, kakovosti in stroškov, tveganja, ozka grla, izravnavanje in preobremenjevanje virov), • analizira in oceni učinkovitost projekta.



5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 96 ur (48 ur predavanj, 24 ur seminarских vaj, 24 ur laboratorijskih vaj).

Število ur samostojnega dela: 84 ur (36 ur priprava na izpit, 38 ur seminarska naloga, 10 ur priprava na zagovor laboratorijskih vaj).

Skupaj 180 ur dela študenta (6 KT).

Obvezna je prisotnost na vajah, zagovor laboratorijskih vaj, izdelava in predstavitev seminarske naloge ter dva delna izpita ali pisni izpit.