



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



Zavod
Republike
Slovenije
za šolstvo

Ekonomska gimnazija
PODJETNIŠTVO

Obvezni predmet (280 ur)

Učni načrt

Ljubljana 2020

Gimnazija; Ekonomska gimnazija

PODJETNIŠTVO

Obvezni predmet (280 ur)

Učni načrt

Avtorji besedila:

doc. dr. **Blaž Zupan**, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, predsednik

mag. **Jan Žitnik**, Zavod za šolstvo, član

mag. **Stanko Levičar**, Ekonomska šola Ljubljana, član

Recenzentki:

doc. dr. **Patricija Kotnik**, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta

Irena Papac, Ekonomska gimnazija in srednja šola Radovljica

Učni načrt je posodobitev učnega načrta Podjetništvo, ki ga je Strokovni svet RS za splošno izobraževanje sprejel na 110. seji 14. 2. 2008.

Jezikovni pregled: Mira Turk Škraba

Izdala: Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport ter Zavod RS za šolstvo

Za ministrstvo: dr. **Simona Kustec**

Za zavod: dr. **Vinko Logaj**

Prva spletna izdaja

Ljubljana, 2020

Sprejeto na 205. seji Strokovnega sveta RS za splošno izobraževanje 20. 2. 2020.

Objava na spletni strani:

http://eportal.mss.edus.si/msswww/programi2020/programi/gimnazija/ucni_nacrti.htm

Kataložni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani

[COBISS.SI-ID=17032707](https://nuk.ub.uni-lj.si/COBISS.SI-ID=17032707)

ISBN 978-961-03-0493-7 (Zavod RS za šolstvo, pdf)

KAZALO

1	OPREDELITEV PREDMETA.....	1
2	SPLOŠNI CILJI	2
3	OPERATIVNI CILJI IN VSEBINE	3
4	STANDARDI ZNANJA IN MINIMALNI STANDARDI ZNANJA	14
5	DIDAKTIČNA PRIPOROČILA	15
6	MATERIALNI POGOJI	18
7	ZNANJA IZVAJALCEV	19

1 OPREDELITEV PREDMETA

Pri predmetu podjetništvo razvijajo dijaki¹ kompetence in temeljna poslovna znanja, ki so potrebna za podjetniško delovanje. Podjetništvo razumemo kot proces ustvarjanja nove vrednosti, pri čemer vložimo čas in energijo, prevzemamo spremljajoče finančno, psihološko in družbeno tveganje ter pridobimo končne nagrade v obliki denarja ali osebnega zadovoljstva. Podjetnik lahko novo vrednost ustvari tako, da poišče nove rešitve ali izboljša že obstoječe za probleme na trgu oz. v družbi.

Predmet seznanja dijake s pomenom podjetništva za gospodarski razvoj in uresničevanje ustvarjalnih podjetniških potencialov državljanov v gospodarstvu in drugih družbenih podsistemih. Podjetništvo igra pomembno vlogo pri gospodarskem razvoju države, saj vpliva na gospodarsko rast in razvoj ter ustvarjanje novih delovnih mest.

V širšem kontekstu razvija predmet pri dijakih kompetenco samoiniciativnost in podjetnost, ki je v evropskem referenčnem okviru opredeljena kot ključna kompetenca za vseživljensko učenje in jo razumemo kot sposobnost posameznika za uresničevanje lastnih zamisli. Vključuje ustvarjalnost, inovativnost in sprejemanje tveganj ter sposobnost načrtovanja in vodenja projektov za doseganje ciljev. Ta sposobnost koristi posameznikom tako na delovnem mestu pri razumevanju ozadja njihovega dela kot tudi v vsakdanjem življenju.

V okviru predmeta pridobijo dijaki ključna znanja, potrebna za podjetniško delovanje, kar vključuje znanja s področja različnih poslovnih funkcij v podjetju in avtentično izkušnjo ustvarjanja vrednosti od identifikacije poslovne priložnosti do njenega razvoja v posel. Vzporedno razvijajo podjetniško naravnost in nagnjenost k dejanjem (delovanju in udejanjanju zamisli). Poleg tega spoznajo aktivnosti in način dela podjetnikov ter motive za odločitev za podjetništvo in ovrednotijo pozitivne in negativne vidike podjetništva kot karijerne poti, kar jim pomaga pri odločitvi o lastni karierni poti in nadaljevanju izobraževanja.

Poleg razvijanja pozitivnega odnosa do podjetništva je bistveni namen predmeta tudi ozaveščanje dijakov o nujnosti trajnostnega razvoja in etičnega ravnanja. Če želimo, da bo podjetništvo za družbo na dolgi rok res prinašalo pozitivne učinke, moramo poleg ekonomskega upoštevati tudi ekološki in socialni vidik. Predmet podjetništvo tako poudarja pomen vrednot in etičnega ter družbeno odgovornega ravnanja.

¹ V tem učnem načrtu izraz dijak velja enakovredno za dijaka in dijakinjo. Enako velja izraz učitelj enakovredno za učitelje in učiteljice.

2 SPLOŠNI CILJI

Pri predmetu podjetništvo dobijo dijaki temeljna znanja, ki jim omogočajo:

- uresničevanje lastnih zamisli in podjetniških potencialov;
- ustvarjanje vrednosti in izvedbo vseh aktivnosti, ki so potrebne za podjetniško udejstvovanje, od identifikacije poslovne priložnosti do njenega razvoja v posel;
- krepitev sposobnosti reševanja problemov, sodelovanja, ustvarjalnosti in kritičnega mišljenja;
- timsko delo s prevzemanjem različnih vlog v timu, vključno z vodenjem sebe in drugih;
- razvijanje ciljne naravnosti, storilnosti in usmerjenosti k sprotnemu in končnemu vrednotenju procesov in rezultatov;
- razvijanje nagnjenosti k iskanju rešitev in priložnosti ter ukrepanju;
- delovanje v negotovih okoljih in razmerah z nepopolnimi informacijami;
- pri svojem delovanju ravnati etično in družbeno odgovorno.

Dijaki pri predmetu podjetništvo razvijajo naslednje sposobnosti in kompetence:

- podjetnost in samoiniciativnost;
- krepitev zavesti o pomembnosti trajnostnega pristopa na vseh področjih delovanja;
- razvijanje in prepoznavanje lastnih poklicnih zmožnosti, interesov in priložnosti v okolju;
- javno nastopanje s pripravo predstavitev s sodobnimi avdiovizualnimi pripomočki;
- sporazumevanje v maternem jeziku;
- poznavanje ključnih pojmov s področja poslovanja v tujih jezikih;
- digitalna pismenost – uporaba znanja s področja sodobnih informacijsko-komunikacijskih tehnologij in njegovo povezovanje z znanjem s poslovnega področja;
- učenje učenja in zavedanje pomena in nujnosti vseživljenjskega učenja;
- socialne in državljanske kompetence;
- kulturna zavest in izražanje.

3 OPERATIVNI CILJI IN VSEBINE

Pri predmetu podjetništvo so vsebine razdeljene v tri vsebinske sklope.

1. **Podjetniški način razmišljanja:** Dijaki spoznajo osnovne pojme in koncepte, povezane s podjetniškim procesom, nato pa jih izkusijo v izvedbi enega ali dveh preprostih projektov, pri čemer gredo skozi celoten cikel od odkrivanja priložnosti, razvoja rešitve in testiranja do vrednotenja in izboljševanja rešitve. Po izvedenih projektih dijake seznanimo še s preverjanjem ekonomike rešitev, s čimer vzpostavimo temelje za celovitejši razvoj podjetniške ideje v naslednjem sklopu.
2. **Razvoj podjetniške ideje:** Dijaki v skupinah razvijejo konkreten podjetniški projekt, pri čemer uporabijo do takrat pridobljeno znanje in izvedejo celoten proces razvoja podjetniške ideje od identifikacije potreb in ideje za posel do razvoja rešitve, poslovnega modela in drugih elementov, potrebnih za uspešen nastop na trgu.
3. **Rast in razvoj podjetja:** Dijaki na študijskih primerih spoznavajo različne vidike poslovanja novih in že obstoječih podjetij, pri čemer razvijejo poslovna znanja, pomembna za celovit pregled poslovnih funkcij in razumevanje njihove medsebojne povezanosti.

Učni načrt navaja delitev znanj na obvezna in izbirna znanja. Obvezna znanja so opredeljena kot znanja, potrebna za splošno izobrazbo, in so namenjena vsem dijakom, zato jih mora učitelj obvezno obravnavati. Izbirna znanja opredeljujejo dodatna ali poglobljena znanja, ki jih učitelj obravnava glede na zmožnosti in interese dijakov. V tabeli so obvezna znanja pisana pokončno in izbirna znanja poševno.

1 PODJETNIŠKI NAČIN RAZMIŠLJANJA

Vsebine	Operativni cilji
Svet podjetništva	Dijaki: • pojasnijo pojem in vlogo podjetništva v sodobni družbi; • razlikujejo med podjetništvom in podjetnostjo; • razvijejo pozitiven odnos do podjetništva in proaktivnega izboljševanja sveta; • identificirajo, razumejo in rešujejo probleme v svojem okolju; • pojasnijo, kako koristne rešitve razvijemo v posel; • <i>opredelijo vrste podjetij glede na ambicijo po rasti;</i> • pojasnijo vlogo inovativnosti pri podjetniškem procesu; • pojasnijo pomen etike v poslovanju; • pojasnijo trajnostno podjetništvo; • <i>analizirajo različne pogoje za podjetniško delovanje v Sloveniji in po svetu.</i>
Podjetništvo kot kariera	<i>Samozavedanje in samoučinkovitost</i> Dijaki: • razmislijo o svojih kratkoročnih in dolgoročnih potrebah, prizadevanjih in željah; • razvijajo sposobnost kritičnega vrednotenja svojih znanj in sposobnosti; • opredelijo svoja močna in šibka področja; • pojasnijo pomen osebne in podjetniške vizije; • oblikujejo lastne dolgoročne in kratkoročne cilje ter opredelijo konkretne aktivnosti za njihovo doseganje. <i>Motiviranost in vztrajnost</i> Dijaki: • razvijejo sposobnost vplivanja na potek dogodkov kljub negotovosti in začasnim neuspehom; • razvijejo vztrajnost pri doseganju individualnih ali skupinskih ciljev. <i>Iskanje informacij v okolju in pri podjetnikih</i> Dijaki: • opišejo aktivnosti in način dela podjetnikov; • analizirajo različne primere podjetnikov; • v pogovoru s podjetnikom iz okolja analizirajo naravo podjetnikovega dela; • opišejo motive za odločitve za podjetništvo; • analizirajo pozitivne in negativne vidike podjetništva kot karierne poti; • <i>navedejo medije, ki obravnavajo podjetniške teme;</i> • <i>spremljajo aktualna dogajanja s področja poslovanja in podjetništva;</i> • s pomočjo zunanjih mentorjev ter iskanjem virov informacij na internetu poiščejo možne rešitve za izzive, s katerimi se soočajo.

Podjetniške kompetence	Dijaki: • pojasnijo podjetniške kompetence; • opišejo metode razvoja kompetenc podjetnosti; • uporabljajo osnove poslovnega bontona; • razvijajo sposobnost komuniciranja (po različnih kanalih); • razvijajo veščine ravnanja s časom; • razvijajo sposobnost dela v skupini.
Odkrivanje potencialnih priložnosti	Dijaki: • razvijejo sposobnost za razumevanje okolja in ljudi, ki bivajo v njem; • razvijajo empatijo do uporabnikov (oz. potencialnih kupcev); • razlikujejo med željami in dejanskim vedenjem ljudi oz. uporabnikov; • prepoznajo in ocenijo potencialne priložnosti za ustvarjanje vrednosti z raziskovanjem družbenega, kulturnega in ekonomskega okolja; • identificirajo priložnosti za dvig vrednosti (na izbranem področju); • vzpostavijo nove smiselne povezave pri ustvarjanju priložnosti za ustvarjanje vrednosti; • pojasnijo, da ideja za posel še ni poslovna priložnost.
Razvoj in vrednotenje rešitev ter ustvarjalnost	Dijaki: • na podlagi prepoznanih potreb oz. priložnosti razvijejo različne zamisli za ustvarjanje vrednosti; • naredijo osnovno primerjavo zamisli in se odločijo za najbolj smiselno glede kriterija tehnološke izvedljivosti in ocenjene potencialne dodane vrednosti za uporabnike; • razvijejo rešitev s poudarkom na hitrem prototipiranju; • pri potencialnih uporabnikih preverijo (testirajo) izbrano rešitev; • rešitev nadgradijo in izboljšajo skladno s povratno informacijo (potencialnih) uporabnikov ter po potrebi večkrat ponovijo proces; • jedrnato in prepričljivo predstavijo svojo rešitev; • razlikujejo med pojmi inovacija, invencija, imitacija, podjetniška ideja in tržna priložnost.
Ekonomika rešitve	Dijaki: • raziščejo, kakšno ceno bi lahko dosegli na trgu; • ocenijo, kolikšna bi bila morebitna začetna investicija; • izračunajo, koliko bi znašali fiksni in spremenljivi stroški; • ocenijo, koliko stane pretvorba zamisli v posel; • ocenijo višino dobička; • pojasnijo pomen dobička; • navedejo pravnoorganizacijske oblike podjetij in temeljne razlike med njimi; • opišejo postopek ustanovitve podjetja.

2 RAZVOJ PODJETNIŠKE IDEJE

Podjetniški timi	Dijaki: • oblikujejo skupine za razvoj podjetniške ideje; • prepoznajo vloge posameznih članov za učinkovito delo v skupini; • določijo način dela in komunikacije znotraj skupine.
Viri podjetniških projektov	Dijaki: • pojasnijo različne načine prepoznavanja potreb (oz. priložnosti) in druge vire podjetniških idej; • pojasnijo različne metode zbiranja idej.
Metode razvoja idej v posel	Dijaki: • pojasnijo različne sodobne metode razvoja idej v rešitve (npr. Design Thinking, Lean Startup, študija izvedljivosti, poslovni načrt, kanvas poslovnega modela); • pojasnijo, da je razvoj rešitve iterativen proces, ki temelji na povratnih informacijah (potencialnih) uporabnikov (oz. trga).
Razumevanje uporabnika in iskanje idej	Dijaki: • uporabijo in preizkusijo eno ali več metod za zbiranje idej; • identificirajo lastna znanja in interese (tudi hobije, potrebe ipd.) kot dodatno izhodišče pri zbiranju idej; • opredelijo širšo temo oz. problemsko področje, v okviru katerega bodo iskali ideje; • uporabijo sekundarne vire (npr. spletne vire, raziskave, podcaste, video oddaje, revije) za seznanitev z izbranim področjem; • opravijo intervjuje s strokovnjaki in podjetji iz izbrane panoge; • opravijo pogovore s potencialnimi uporabniki o potrebah, težavah in željah (na izbranih področjih) ter načinih njihovega dosedanjega reševanja; • razvijajo sposobnost razumevanja uporabnika (s pomočjo empatije ipd.); • analizirajo zbrane informacije o različnih možnih idejah.
Oprelitev problema in identifikacija potencialnih uporabnikov	Dijaki: • izvedejo evalvacijo in primerjavo zbranih potencialnih rešitev; • se uskladijo in opredelijo rešitev (oz. projekt), ki jo bodo razvijali; • identificirajo ciljno skupino uporabnikov (oz. tržni segment ali nišo); • izvedejo primarno tržno raziskavo (poglobljeni pogovori s predstavniki niše in morebitno posledično anketiranje z namenom razumevanja specifik); • opišejo tipičnega uporabnika na podlagi tržne raziskave in drugih zbranih informacij; • natančno opredelijo problem z vidika uporabnika.
Zasnova rešitve in prototipiranje	Dijaki: • natančno opredelijo rešitev (npr. izdelek, storitev oz. kombinacijo); • izdelajo vizualno ponazoritev izdelka;

	• na podlagi razumevanja uporabnikov identificirajo rešitev in opišejo njene ključne koristi (npr. funkcije, če gre za izdelek); • oblikujejo letak s celovito predstavitvijo izdelka tipičnemu uporabniku (kar spodbuja k vživljanju vanj in njegovo percepcijo), letak testirajo in izboljšajo; • izdelajo oz. pripravijo prototip rešitve in ga testirajo pri ciljni skupini, po možnosti večkrat; • celovito opišejo proces nakupnega vedenja tipičnega uporabnika – od tega, kako ta izve za rešitev (izdelek ali storitev), opravi nakup, jo uporablja, kako mu koristi, kako se nato odloči za ponovni nakup in kakšno je njegovo drugo ponakupno vedenje, kot npr. kaj pove drugim o svoji izkušnji z rešitvijo in (v primeru izdelka) kako ga zavrže ob dokončni uporabi.
Ponudba vrednosti rešitve (angl. value proposition)	Dijaki: • opredelijo, kako se koristi (oz. funkcionalnosti) rešitve pretvorijo v vrednost, ki jo uporabnik prejme z njeno uporabo; • kvantitativno ocenijo in izračunajo vrednost rešitve za uporabnika glede na njegove prioritete (oz. razloge za uporabo te rešitve), posledično sodijo o primerni ceni izdelka/storitve.
Identifikacija ključnega dejavnika uspeha	Dijaki: • identificirajo ključni dejavnik uspeha njihovega posla; • utemeljijo, kako bodo vzpostavili svoj posel in zagotavljali svojo rešitev, kakršne druga podjetja ne bodo zmogla.
Opredelitev velikosti in vrednosti trga	Dijaki: • pojasnijo različne metode izračuna obsega trga oz. tržnega segmenta; • na podlagi opisa tipičnega uporabnika (in drugih zbranih podatkov) kvantitativno ocenijo velikost izbranega tržnega segmenta oz. tržne niše; • presodijo, ali je velikost tržnega segmenta primerna ali pa je treba tržni segment še nadalje zožiti (oz. razširiti) (da bo optimalen in obvladljiv za podjetje, ki ga nameravamo vzpostaviti).
Opredelitev konkurenčne pozicije in prednosti	Dijaki: • na podlagi rezultatov testov pri uporabnikih pojasnijo, kako dobro rešitev naslavlja potrebe uporabnikov; • skozi oči dejanskih uporabnikov analizirajo konkurenčne rešitve; • primerjajo, kako dobro potrebe uporabnikov zadovoljujejo obstoječe rešitve na trgu glede na lastno rešitev; • utemeljijo skladnost potreb uporabnikov z dosegljivostjo ključnega dejavnika uspeha načrtovanega posla; • <i>sestavijo grafično ponazoritev umestitve rešitve glede na konkurenčne ponudnike.</i>

Načrt trženja in prodaje	Dijaki: • sestavijo načrt konkretnih aktivnosti, kako bodo pridobili prve kupce; • časovno opredelijo nakupni proces in mejnike; • oblikujejo prodajni proces za svojo rešitev; • oblikujejo trženjski splet (4P) za rešitev; • glede na razumevanje potencialnih kupcev sestavijo načrt trženja in prodaje; • ocenijo predvidene prihodke po posameznih trženjskih aktivnostih; • spoznajo različne možnosti oglaševanja in izbirajo najprimernejše oblike glede na stroške in učinke; • oblikujejo promocijska gradiva (npr. letake, spletno stran oz. trgovino, objave na družbenih omrežjih); • <i>razvijejo kazalnike o uspešnosti prodajnega procesa.</i>
Življenjska vrednost in strošek pridobitve kupcev	Dijaki: • pojasnijo pojma »življenjska vrednost kupca« in »strošek pridobitve kupca«; • na podlagi ocen izračunajo življenjsko vrednost kupca; • <i>na podlagi ocen izračunajo strošek pridobitve kupca na kratek rok (pridobitev prvih kupcev) in na daljši rok (ko je posel oz. podjetje že uveljavljeno).</i>
Razvoj najosnovnejše trženjsko sprejemljive rešitve	Dijaki: • oblikujejo najosnovnejšo trženjsko sprejemljivo rešitev (angl. minimum viable product, MVP); • <i>izračunajo stroške izvedbe oz. izdelave;</i> • <i>opredelijo cenovno politiko svoje rešitve.</i>
Oblikovanje poslovnega modela	Dijaki: • se seznani s pojmom »poslovni model« in različnimi primeri poslovnih modelov (npr. naročniški, stroški plus, licenciranje, oglaševalski, preprodaja podatkov o uporabnikih); • <i>preučijo poslovne modele konkurenčnih podjetij;</i> • <i>razvijejo in opišejo poslovni model za svoj posel.</i>
Finančne projekcije	Dijaki: • sestavijo finančne projekcije (s prihodki, stroški in dobičkom) za naslednjih nekaj let ter podrobneje za prvo leto poslovanja; • <i>izračunajo osnovne kazalnike finančnega poslovanja;</i> • seznani se s pomenom denarnega toka; • opredelijo morebitne potrebne vire za zagon posla in kdo jih bo zagotovil; • <i>ocenijo tveganja pri poslovanju.</i>

Organizacija	Dijaki: • opredelijo vloge članov tima v podjetju; • določijo optimalno pravnoorganizacijsko obliko podjetja; • poiščejo lokacijo oz. poslovne prostore podjetja; • ocenijo zaposlitvene potrebe; • ocenijo časovni potek zagona podjetja; • pripravijo celovit dokument o podjetniškemu projektu.
Predstavitev rešitve	Dijaki: • pripravijo predstavitev svojega podjetniškega projekta; • pripravijo spremljajoča trženjska gradiva (npr. letake, vizitke).

3 RAST IN RAZVOJ PODJETJA

Podjetništvo in menedžment	Dijaki: • pojasnijo dejavnike, ki vplivajo na uspešnost podjetniškega projekta oz. podjetja; • prepoznajo in primerjajo različne vrste poslovnih modelov; • pojasnijo razlike v delovanju in izzive, s katerimi se soočajo nova hitro rastoča podjetja ter že uveljavljena in večja podjetja; • pojasnijo vlogo podjetniške inovativnosti pri ustvarjanju in razvoju podjetij; • razlikujejo med vlogama podjetnika in menedžerja; • pojasnijo različni vlogi načrtovanja pri razvoju nove podjetniške priložnosti in pri obstoječih že uveljavljenih podjetjih.
Trženje	<i>Raziskava trga in analiza poslovne priložnosti</i> Dijaki: • ozavešijo pomen tržne naravnosti podjetja; • pojasnijo primarne in sekundarne tržne raziskave; • pojasnijo kvantitativne in kvalitativne vrste raziskav; • pojasnijo ključna področja raziskave trga (kupci, panoga, konkurenca); • pojasnijo različne metode preučevanja trga (npr. analiza SPIN oz. SWOT); • spoznajo pristope za oceno tveganj. <i>Opredelitev ciljnih kupcev in tržnega segmenta</i> Dijaki: • preučijo nakupno vedenje potrošnikov in organizacij (v vlogi kupcev); • segmentirajo različne trge, identificirajo ustrezne tržne niše in izberejo ciljne trge (oz. kupce); • ocenijo velikost trga in trendov njegovega prihodnjega razvoja.

	<i>Nastop na trgu</i> Dijaki: • utemeljijo pomen skladnosti izdelka ali storitve s potrebami ciljnih kupcev (oz. trga); • razlikujejo med pojmi trženje, oglaševanje in prodaja; • razlikujejo med lastnostmi in koristmi izdelkov ali storitve; • spoznajo temeljne sestavine trženjskega spleta (4P) in alternativ (kot npr. 7P, 5F, S.A.V.E. idr.); • pojasnijo življenjsko vrednost stranke (angl. customer lifetime value, CLV); • spoznajo pomen sistematičnega upravljanja odnosov s kupci (angl. customer relationship management, CRM); • pojasnijo načine za pridobitev novih kupcev in zadržanje obstoječih; • pojasnijo vlogo blagovne znamke; • pojasnijo pomen učinkovitega trženjskega sporočila; • razvijejo osrednje trženjsko sporočilo za izdelek ali storitev; • <i>oblikujejo preprost trženjski proračun;</i> • pojasnijo različne cenovne politike in strategije; • <i>preučijo zasnovo prodajnega sortimenta nekaterih znanih podjetij;</i> • <i>preučujejo možnosti razvijanja proizvodov oz. storitev v širino in globino;</i> • pojasnijo prodajne poti in preučujejo njihov vpliv na prodajo in kupce; • pojasnijo načine oblikovanja ustreznega imena podjetja in izdelkov ali storitev; • pojasnijo elemente javne podobe podjetja (logo, slogan, izbora barv itd.); • pojasnijo funkcije embalaže izdelka; • pojasnijo vlogo poslovne logistike in distribucije. <i>Oglaševanje in druge metode pridobivanja kupcev</i> Dijaki: • se seznanijo z različnimi načini, s katerimi podjetje privablja kupce, in njihovimi značilnostmi ter primernostjo v različnih kontekstih: - oglaševanje v tiskanih medijih, - oglaševanje na radiu in televiziji, - »digitalni marketing« prek spletnih strani, družbenih omrežij, iskalnikov in aplikacij, - odnosi z javnostmi, - brošure, katalogi in druga gradiva o ponudbi podjetja, - direktna pošta, - kuponi in promocijske akcije ter popusti, - mreženje, - sejmi,
--	---

	- javne predstavitve (npr. na konferencah), - novice po elektronski pošti (newsletter), - razdeljevanje vzorcev, - sponzorstva, - virusno oglaševanje, - postavitev ponudbe na bolj izpostavljena mesta v trgovinah ipd.; • razvijajo vzorčne primere tržnega komuniciranja, zlasti oglaševanja; • pojasnijo pomen oglaševanja po več kanalih hkrati in učinkovitost ponavljanja sporočila; • pojasnijo pomen oglaševanja »od ust do ust«; • spoznajo načine krepitev lojalnosti uporabnikov; • na primeru znajo oblikovati kratko (ustno) predstavitev izdelka ali storitve; • <i>ocenjujejo različne oglaševalske akcije v medijih;</i> • vrednotijo oglase z etičnega vidika.
Prodaja	Dijaki: • pojasnijo pomembnost prodaje pri poslu; • pojasnijo prodajni proces; • pojasnijo različne načine iskanja prodajnih priložnosti; • pojasnijo različne vrste prodajnih kanalov (zastopniki, maloprodaja, prodaja prek spleta, licenciranje itd.); • <i>pojasnijo delo in vodenje prodajnega tima oz. oddelka v podjetju;</i> • <i>pojasnijo razlike v prodaji končnim kupcem in organizacijam;</i> • opišejo prodajne tehnike; • sestavijo ponudbo; • <i>pojasnijo poprodajne aktivnosti (npr. podpora uporabnikom, vzdrževanje in zagotavljanje garancije izdelkov, recikliranje).</i>
Finance	Dijaki: • pojasnijo vire poslovnih financ (lastniške in dolžniške); • pojasnijo značilnosti virov financiranja novih podjetij (npr. lastna sredstva ustanoviteljev, razpisi, skladi tveganega kapitala, poslovni angeli, množično financiranje); • opišejo pripravo finančnih projekcij; • izračunajo točko preloma; • izračunajo kazalnik za izračun donosnosti investicije (ROI); • <i>izračunajo zagonske stroškov za nov posel oz. podjetje;</i> • pojasnijo pojem denarni tok in njegov pomen za nova podjetja; • <i>pojasnijo izračun posojila;</i> • <i>pojasnijo načine izračuna vrednosti podjetja.</i>
Menedžment	Dijaki: • pojasnijo različne vidike vodenja podjetja; • na primerih pojasnijo različne pristope in stile vodenja, njihove prednosti in slabosti;

	• pojasnijo potrebna znanja, sposobnosti in lastnosti za uspešno vodenje; • pojasnijo različne organizacijske strukture v podjetjih; • pojasnijo razmerja med ustanovitelji oz. lastniki, vodstvom in zaposlenimi v podjetju.
Proizvodnja oz. izvedba storitev ter razvoj	Dijaki: • pojasnijo osnove organiziranja dela; • pojasnijo pomen delitve dela v podjetju; • pojasnijo pomen oblikovanja delovnih procesov; • pojasnijo različne značilnosti proizvodnih in storitvenih podjetij; • <i>pojasnijo pojem predaje dela zunanjim izvajalcem;</i> • <i>pojasnijo pojem oskrbovalne verige;</i> • pojasnijo vlogo raziskav in razvoja v podjetjih; • pojasnijo trajnostni vidik proizvodnje oz. izvedbe storitev ter vpliv uporabe izdelkov oz. storitev na okolje.
Ravnanje z ljudmi pri delu	Dijaki: • pojasnijo pomen dobrih sodelavcev; • pojasnijo temeljna priporočila pri izbiri sodelavcev; • pojasnijo načine iskanja novih sodelavcev; • se seznanijo s potekom zaposlitvenega razgovora; • <i>pojasnijo pomen oblikovanja procesa napredovanja v podjetju;</i> • <i>pojasnijo temeljna načela nagrajevanja in motiviranja sodelavcev;</i> • <i>se seznanijo z načini za zadržanje sodelavcev;</i> • <i>se seznanijo z načini odpustitve sodelavcev;</i> • pojasnijo pomembnost načrtovanja lastne kariere; • pojasnijo pomen vseživljenjskega izobraževanja in usposabljanja.
Računovodstvo, pravo in davki	Dijaki: • poznajo vlogo računovodstva pri načrtovanju, spremljanju in analiziranju poslovanja; • pojasnijo temeljna pravila dvostavnega knjigovodstva; • pojasnijo temeljne računovodske izkaze (predvsem bilanco stanja in izkaz poslovnega izida); • pojasnijo način obračuna plače zaposlenih; • <i>se seznanijo s programskimi rešitvami za vodenje računovodstva;</i> • pojasnijo obračun DDV; • pojasnijo vrste davkov, ki jih plačujejo podjetja; • pojasnijo osnovne oblike obdavčitev manjših podjetij (npr. vključitev v sistem DDV, obdavčitev na podlagi normiranih odhodkov); • pojasnijo temeljne dokumente pri poslovanju (npr. ponudba, naročilnica, račun, dobavnica); • <i>pojasnijo temeljne sestavine kupoprodajne pogodbe;</i> • <i>sestavijo preprosto kupoprodajno pogodbo;</i>

	• <i>pojasnijo možnosti izterjave dolgov;</i> • <i>opišejo postopek ustanovitve podjetja.</i>
Informatika	Dijaki: • <i>pojasnijo vlogo informacijske tehnologije v poslovanju;</i> • <i>pojasnijo različne oblike in značilnosti programskih rešitev za podporo poslovanju (npr. rešitve na strežnikih zunanjih ponudnikov oz. rešitve, ki so nameščene na lastnih strežnikih podjetja);</i> • <i>pojasnijo z različne informacijske rešitve za posamezne poslovne funkcije;</i> • <i>pojasnijo pomen skrbi za informacijsko varnost v podjetju.</i>
Razvoj podjetja in delovanje v širšem okolju	Dijaki: • <i>pojasnijo razloge za odločitev za nadaljnjo rast podjetja;</i> • <i>pojasnijo strategije rasti;</i> • <i>pojasnijo izzive, s katerimi se srečujejo hitro rastoča podjetja;</i> • <i>pojasnijo možnosti izstopa iz podjetja (npr. prodaja, prevzem, združitve, vstop na borzo, zaprtje podjetja);</i> • <i>pojasnijo podjetniško podporno okolje (npr. inkubatorje, tehnološke parke, davčne olajšave);</i> • <i>pojasnijo vpliv globalizacije na poslovanje (priložnosti in nevarnosti),</i> • <i>pojasnijo trende v poslovanju na mednarodni ravni;</i> • <i>ozavestijo pomen socialnega in družbeno odgovornega podjetništva.</i>

4 STANDARDI ZNANJA IN MINIMALNI STANDARDI ZNANJA

Pri predmetu podjetništvo dijak ob različnih aktivnostih postopoma razvija kompetence podjetnosti, vzporedno pa tudi znanja s področja podjetnega pristopa k identifikaciji problemov, razvoju rešitev in vzpostavitvi posla. To izkušnjo nadgradi s poznavanjem posameznih poslovnih funkcij in razvoja obstoječega podjetja. Cilji se postopno nadgrajujejo, tako da dijak:

- **opredeli pojem in vlogo podjetništva v sodobni družbi;**
- razvije pozitiven odnos do podjetništva in proaktivnega izboljševanja okolja, v katerem delujejo;
- identificira, razume in rešuje probleme v svojem okolju;
- oceni potencialne priložnosti za ustvarjanje vrednosti z raziskovanjem družbenega, kulturnega in ekonomskega okolja;
- **predstavi, kako koristne rešitve razvijemo v posel;**
- ozavešči pomen (sposobnosti) razumevanja uporabnika;
- na primeru identificira priložnost za dvig vrednosti;
- **utemelji pomen etičnega ravnanja in družbeno odgovornega poslovanja;**
- vpliva na potek dogodkov kljub negotovosti in začasnim neuspehom;
- **navede aktivnosti in način dela podjetnikov ter motive za odločitve za podjetništvo;**
- **ovrednoti pozitivne in negativne vidike podjetništva kot karierne poti;**
- **jedrnato in prepričljivo predstavi svojo rešitev;**
- **opiše postopek ustanovitve podjetja;**
- razume razlike v delovanju in izzive, s katerimi se soočajo nova hitro rastoča podjetja in že uveljavljena ter večja podjetja;
- **razlikujejo med vlogama podjetnika in menedžerja;**
- **opredeli poslovna znanja, pomembna za celovit pregled poslovnih funkcij, in razume njihovo medsebojno povezanost;**
- utemelji pomen tržne naravnosti podjetja;
- **kritično ovrednoti vlogo trajnostnega podjetništva.**

5 DIDAKTIČNA PRIPOROČILA

Predmet podjetništvo obsega 280 ur. V tretjem in četrtem letniku se dijaki pri 35 urah razdelijo v skupine, kar omogoča vzpostavljanje avtentičnih učnih okolij, aktivne metode dela in izvedbo aktivnosti, pri katerih dijaki obravnavane teme spoznavajo izkustveno ob razvoju podjetniških idej, študijah primerov in skupinskem delu na konkretnih projektih. Tako ne le spoznavajo poslovni svet, temveč tudi razvijajo kompetence podjetnosti.

Podlaga za uspešno učenje podjetništva je spodbujanje dijakov k optimističnemu in proaktivnemu izboljševanju okolja, v katerem delujejo. Zato mora biti pouk izveden tako, da dijake čim bolj spodbuja, da opazujejo, razmišljajo in udeležujejo spremembe. Namesto kulture iskanja težav in razlogov, zakaj rešitve niso možne, je treba vzpostaviti kulturo iskanja priložnosti, »igre« in prototipiranja. Podjetništvo v svojem bistvu vedno preizkuša dogme, ki veljajo v okolju, in išče boljše rešitve, ki temeljijo na dejstvih. Takšni pristopi praviloma odstopajo od tistih, ki jih običajno uporabljamo pri drugih predmetih, kar ustvarja veliko priložnost za dijake, ki jim je bližji lateralni način razmišljanja, obenem pa lahko na začetku povzroča zmedo in frustracijo pri dijakih, ki lažje delujejo na podlagi jasnih navodil, točno določenih pravil in predvidljivih rezultatov.

Da bi bil proces učenja podjetništva čim bolj učinkovit, navajamo nekaj priporočil.

- Izogniti se moramo povečevanju pomena idej in njihovega lastnika ter namesto tega poudarjati pomen razvoja ideje na podlagi razumevanja kupca in čim hitrejšega testiranja razvitih rešitev. Velik delež podjetij namreč ni posledica visokotehnoloških in »originalnih« idej.
- Enakovredno obravnavamo a) prepoznane potrebe in posledični razvoj ideje ter b) ideje in posledično raziskovanje, ali obstaja potreba, ki jo ideja zadovoljuje. Namesto besede ideja, kjer je smiselno, raje uporabimo besedo rešitev.
- Učitelj naj se ne postavi v vlogo sodnika kakovosti poslovnih idej oziroma zaznanih priložnosti za izboljšavo okolja. Ideje je težko oceniti vnaprej, zato se je smiselno izogibati sodbam, kot so »dobra ideja«, »slaba ideja« in podobno, ampak spodbujamo njihovo preverjanje pri uporabnikih. Namesto tega naj igra učitelj vlogo pozitivno in optimistično naravnane »hudičevega advokata«, ki spodbuja dijake, da svoje ideje testirajo pri strankah. Namesto napak pri dijaških projektih iščemo priložnosti za izboljšave, testiranje, raziskovanje.
- Učitelj naj ne glorificira podjetništva kot superiorno karierno izbiro, tudi ne t. i. »startup kulture«. Bolj pomembno je pokazati dijakom, da lahko pristope, ki veljajo v podjetništvu, koristno uporabijo v svojem življenju in karieri.
- Pri izboru gostov, mentorjev in obiskov v podjetjih priporočamo pazljivost, saj podjetniki pogosto nimajo pedagoškega čuta in lahko njihovi nastopi delujejo tudi zaviralno. To je še posebej očitno v primerih, ko se podjetnik izrazito hvali, zaradi

česar lahko dobijo dijaki občutek, da je podjetnik »nekaj posebnega« in da oni tega ne bodo mogli doseči.

- Učenje podjetništva je bolj trening kot podajanje in pomnjenje znanja. Usvojene koncepte morajo dijaki čim večkrat preizkusiti v praksi.
- Velja naj pravilo, da morajo vse odločitve temeljiti na podatkih, ki so jih dijaki zbrali z analizo trga in testiranjem svojih rešitev. Izogibamo se odločanju na podlagi mnenj in ocen. Ko dijaki argumentirajo določeno funkcionalnost rešitve, mora biti funkcionalnost utemeljena v prepoznani tržni potrebi. Vse je treba utemeljevati z vidika konkretnega uporabnika.
- Namesto velike predstavitve na koncu projekta je bolje organizirati več predstavitev med samim potekom projekta. Roki za dokončanje (prve verzije) celotnega projekta naj bodo krajši, da lahko dijaki večkrat nadgradijo svoj projekt.

V sklopu Podjetniški način razmišljanja spoznajo dijaki osnovne pojme in koncepte, povezane s podjetniškim procesom, nato pa jih izkusijo v izvedbi enega ali dveh preprostih projektov, pri čemer gredo skozi celotni cikel od odkrivanja priložnosti, razvoja rešitve in testiranja do vrednotenja in izboljševanja rešitve. Po izvedenih projektih dijake seznanimo še s preverjanjem ekonomike rešitev, s čimer vzpostavimo temelje za celovitejši razvoj podjetniške ideje v naslednjem sklopu.

V sklopu Razvoj podjetniške ideje dijaki v skupinah razvijejo konkreten podjetniški projekt, pri čemer uporabijo do sedaj pridobljeno znanje in izvedejo celotni proces razvoja podjetniške ideje od identifikacije potreb in ideje za posel do razvoja rešitve, poslovnega modela in drugih elementov, potrebnih za uspešen nastop na trgu.

V sklopu Razvoj obstoječega podjetja se dijaki globlje seznani s posameznimi vidiki poslovanja, in sicer ob reševanju študijskih primerov in delu pri manjših zaokroženih projektih, s čimer ravno tako spodbujamo proaktivnost pri iskanju rešitev in krepimo še druge kompetence podjetnosti (sodelovanje pri delu v skupini, prevzemanje pobude, odkrivanje priložnosti, ustvarjalnost, vrednotenje zamisli idr.).

Vseskozi je priporočeno, da vzpostavljamo avtentično učno okolje s tem, da dijake spodbujamo, naj bodo čim več v stiku z zunanjim okoljem, potencialnimi uporabniki, podjetniki, strokovnjaki in institucijami. Smiselni so obiski podjetnikov in strokovnjakov ter iskanje rešitev za realne izzive, s katerimi se soočajo podjetja, ter preverjanje rešitev pri potencialnih uporabnikih. Skozi tovrstno izkustveno učenje dijake izpostavimo tudi izkušnji zavrnitve, potrebi po spremembi smeri iskanja rešitve, ustvarjalnosti, vztrajnosti in kritičnemu razmišljanju.

OCENJEVANJE

Učitelj dijakom omogoča izkazovanje znanja na različne načine, pri čemer naj bo poudarek predvsem na ocenjevanju izvedbe projektov, rešitev študije primerov, podjetniškega projekta in njegove predstavitve, mape učnih dosežkov ter drugih

izdelkov. Ocene izjemoma lahko pridobimo tudi ustno ali pisno, vendar to ne sme biti edini način ocenjevanja.

MEDPREDMETNE POVEZAVE

Podjetništvo se dotika različnih področij, zato so možnosti za medpredmetno povezovanje številne. Pri strokovnih predmetih je tako smiselno iskati povezave z ekonomijo in poslovanjem, ki obsega poslovno informatiko, finance, računovodstvo, trženje in prodajo ter mednarodno poslovanje, kakor tudi s splošnimi predmeti izobraževalnega programa: sociologijo, psihologijo, matematiko in tujimi jeziki. Glede na vsebino projektov dijakov je moč iskati povezave tudi širše, npr. v obveznih izbirnih vsebinah.

6 MATERIALNI POGOJI

Materialni pogoji za izvajanje pouka (prostor, oprema, učna gradiva, skupine) morajo biti skladni s sprejetimi standardi in normativi. Pri delu v skupinah je zaželeno, da imajo dijaki dostop do informacijsko-komunikacijske tehnologije.

7 ZNANJA IZVAJALCEV

Podjetništvo lahko poučuje učitelj, ki ima znanja s področja visokošolskega izobraževanja ekonomije ali poslovnih ved – podjetništva, menedžmenta ali organizacije.