



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Projekt: Evropska šola podjetništva



Projekt št.. 2017-1-FR01-KA202-037256

Ključni ukrep 2: Sodelovanje za inovacije in izmenjavo dobrih praks

Intelektualni izid O2: Razvoj skupnega okvira Evropskega izobraževanja

Projektni partnerji



Kazalo

1. Uvod	4
2. Ciljna skupina.....	5
3. Opis učnega načrta	7
4. Metodologija	12
5. Vključevanje.....	14
6. Podrobni opisi učnih načrtov.....	15
<i>Predmet 1: Podjetništvo.....</i>	16
<i>Predmet 2: Prvi koraki pri zagonu start-up podjetja.....</i>	20
1. del: Validacija poslovne ideje	20
2. del: Učinkovita predstavitev svoje podjetniške dejavnosti	25
3. del: Kanvas poslovnega modela.....	29
<i>Predmet 3: Evropske možnosti financiranja podjetij.....</i>	36
1. del: Kako deluje Evropska unija	36
2. del: Priložnosti za podjetja v Evropskem okviru	38
<i>Predmet 4: Podjetniški ekosistem</i>	45
1. del: Poznavanje koncepta podjetniškega ekosistema	46
2. del: Trg – trženje	47
3. del: Kultura podjetja.....	48
4. del: Izobraževanje in usposabljanje.....	49

5. del: Podporni mehanizmi	50
6. del: Infrastrukturni regulativni okvir in infrastruktura	51
7. del: Človeški kapital / razpoložljivost delovne sile.....	52
8. del: Financiranje in finance	53
<i>Predmet 5: Družbena odgovornost podjetij</i>	<i>57</i>
1. del: Razumevanje družbene odgovornosti podjetij	58
2. del - Osnove družbene odgovornosti podjetja.....	60
3. del - Izvajanje DOP pristopa: študija primera	62
<i>Predmet 6: Možnosti za socialno podjetništvo.....</i>	<i>67</i>
1. del: Koncept socialnega podjetništva in gospodarski model družbenega podjetništva	68
2. del: Družbene in okoljske potrebe in ustvarjanje skupnih vrednot	70
7. Rezultati	75
8. Literatura	75

1. Uvod

Kaj je »podjetništvo«?

Podjetništvo je postopek ustvarjanja, lansiranja in vodenja nove podjetniške dejavnosti, ki je na začetku pogosta manjša dejavnost. Ljudje, ki se ukvarjajo s temi podjetniškimi dejavnostmi, so podjetniki.

Podjetništvo je opisano kot »zmožnost in želja po razvoju, organizaciji in vodenju podjetja ob upoštevanju morebitnih tveganj z namenom ustvarjanja dobička. Definicija podjetništva se običajno osredotoča na lansiranje in vodenje podjetniške dejavnosti. Vendar pa zaradi velikega tveganja, ki spremlja lansiranje start-up podjetja, veliko število takšnih podjetij delovanje prekine. To se pogosto zgodi zaradi »pomanjkanja financ, slabih poslovnih odločitev, gospodarske krize, pomanjkanja povpraševanja na trgu – ali zaradi kombinacije vsega zgoraj naštetega.

Včasih se uporablja širša definicija tega termina, posebej na področju ekonomije. V tem primeru je podjetnik subjekt, ki ima možnost, da priložnosti spremeni v nove izume oziroma tehnologijo v nove produkte: »Podjetnik je zmožen prepoznati tržni potencial izuma in organizirati kapital, talent in druge vire, ki izum spremenijo v tržno uspešno inovacijo.« V tem pomenu termin »podjetništvo« poleg aktivnosti nove podjetniške dejavnosti zajema tudi dejavnosti pri ustanavljanju novega podjetja.

Vir: Wikipedija

Projekt ESE

Da bi bralec bolje razumel ta predmetnik, bi vam želeli predstaviti nekaj osnov našega projekta. Evropska šola podjetništva (ESE) je projekt, ki ga je soustanovila Evropska komisija v okviru programa Erasmus+.

Projekt ESE je namenjen promociji in vzpodbujanju podjetništva med mladimi, ženskami in ljudmi, ki so oddaljeni od zaposlitve. S projektom bi jim radi omogočili, da si pridobijo novo znanje in sposobnosti, ki so nujno potrebna za zagon lastnega podjetja.

Po akcijskem načrtu Evropske komisije za leto 2020 sodeč, je 40 % mladih Evropejcev izjavilo, da se zanimajo za samo-zaposlitev. Naša naloga je, da ljudem zagotovimo potrebna znanja in sposobnosti za zagon lastnega podjetja, saj takšnih znanj v tradicionalnih učnih načrtih ni. To se odraža v naši misiji - izobraževanje mladih podjetnikov. Želimo jim zagotoviti znanje, da bi sami zgradili, razvili in vodili svojo podjetniško dejavnost. Osredotočamo se na gradnjo podjetij, ki so obstojna in družbeno odgovorna.

Evropska šola podjetništva je namenjena ljudem, ki želijo začeti svojo podjetniško dejavnost, vendar rabijo nekaj pomoči pri tem. ESE program jim bo pri tem pomagal s spletnimi in osebnimi izobraževanji. Potencialnim podjetnikom ponujamo izobraževalni program, ki vključuje tako osebno kot spletno izobraževanje. Ponujamo module kot so: Uvod v podjetništvo, Prvi koraki pri zagonu podjetja, Evropsko financiranje za podjetja, Analiza trga, Podjetniški ekosistem, Družbena odgovornost podjetij, Socialna podjetja in veliko drugih. Zagotavljamo letni izobraževalni program, ki vključuje osebna izobraževanja in mentorstvo, spletna izobraževanja, predstavitev najboljših praks in možnost potovanja v tujino, kjer se študentje lahko srečajo z drugimi podjetniki. Dolžina in specifičnost programa je odvisna od lokacije, vendar pa vsi sledijo istemu spletnemu učnem načrtu. Program se zaključi s študijsko prakso, s katero študent pridobi uporabne izkušnje. Najboljši študenti bodo imeli možnost, da odpotujejo v eno od partnerskih mest in se srečajo s tujimi podjetji s podobno dejavnostjo.

Študijski predmeti bodo pridobili certifikat ECVET. ECVET (European Credit System for Vocational Education and Training) je orodje za pridobivanje kvalifikacij, ki je priznано s strani Evropske unije in povezano s certifikatom Europass mobilnost.

Ekipo projekta sestavlja pet partnerjev iz petih različnih držav, vsak z različnim naborom izkušenj, ki dopolnjujejo in doprinašajo k programu. Strokovno znanje partnerjev se razteza od pospeševanja start-up podjetij do univerzitetne izobrazbe pa do poklicnega izobraževanja in certificiranja. Lahko se pohvalijo z več kot 80 let izkušnjami v izobraževanju, usposabljanju in vzpodbujanju podjetniške dejavnosti.

Po drugi strani, je projekt namenjen usklajevanju učenja podjetništva s pomočjo ustaljenega evropskega izobraževalnega okvira. Namen projekta je tudi oblikovati priročnik z dobrimi praksami v evropskem podjetništvu. Ta priročnik bo na voljo brezplačno v tiskani in elektronski obliki (epub format).

2. Ciljna skupina

Projekt ESE je namenjen mladim ljudem in tistim, ki so najbolj oddaljeni od zaposlitve. Abraham Lincoln je rekel, da je »najboljši način, da predvidiš svojo prihodnost ta, da jo ustvariš.« Dandanes te besede odmevajo glasneje kot kadarkoli, saj visoka stopnja nezaposlenosti po celem svetu mlade ljudi nagovarja, naj vzamejo prihodnost v svoje roke in si po koncu študija ustvarijo lastne službe. Podjetništvo, ki je na grobo opisano kot ustvarjanje nečesa iz nič, bi bilo lahko rešitev globalne težave nezaposlenosti med mladimi in močan vir ustvarjanja še kako potrebnih delovnih mest. Poleg tega podjetništvo lahko izraža kreativnost mladih, tehnološko zmogljivost, podjetništvo pa je tudi močno orodje za krepitev mladih (Gavrielidou, 2014).

S projektom bi radi mladim, preko usposabljanja in individualne pomoči, pomagali in jih spodbujali k ustvarjanju podjetniške dejavnosti na različnih evropskih področjih. Vsi udeleženci usposabljanja bodo deležni individualne ali skupinske podpore (vodenja), prejeli pa bodo tudi vsa nujno potrebna orodja za ustanovitev svojega lastnega podjetja po koncu usposabljanja. Vsako leto je za pet udeležencev vsakega partnerja načrtovana tudi izmenjava. Mednarodna srečanja so priložnosti, da se udeleženci izobraževanja med seboj pogovarjajo, obogatijo znanje drug drugega ter se udeležijo in sodelujejo pri srečanjih s poslovnimi voditelji ali strokovnjaki, ki bodo z njimi delili svoje izkušnje.

Vsak partner bo oblikoval skupino študentov, približno po dvajset študentov na skupino. Študentje bodo prišli iz petih različnih držav. Pred vpisom v program je potrebno imeti osnovno znanje in spretnosti s področja podjetništva. **Nivo usposabljanja bo ekvivalenten nivoju EQF level 5 (European Qualifications Framework)**

Zaradi tega je potrebno pri uporabi učnega načrta upoštevati program E.S.E. kot zbirko predlaganih predmetov, metodologij in izkušenj, s pomočjo katerih bodo udeleženci usposabljanja dosegli višjo raven znanja in spretnosti na področju podjetništva ter višali svoj nivo izobrazbe ter možnosti za zaposlitev.

Projekt ESE je namenjen promociji in vzpodbujanju podjetništva med mladimi, ženskami in ljudmi, ki so oddaljeni od zaposlitve. S projektom bi jim radi omogočili, da si pridobijo novo znanje in sposobnosti, ki so nujno potrebna za ustvarjanje lastnega podjetja.

3. Opis učnega načrta

Učni načrt, ki je lahko definiran kot predmetnik, (12 ECTS) se lahko izvaja in vključi v različne študijske programe kot predlagana specializacija/potek; to pomeni vključitev že obstajajočih predmetov, novo oblikovanih predmetov in izkušenj ter uporaba inovativne učne metode.

Učni načrt (syllabus, v množini syllabi) je akademski dokument, s katerim se sporoča informacije o predmetih in določa pričakovanja ter odgovornosti. Učni načrt je deskriptivne narave (za razliko od preskriptivnega ali specifičnega predmetnika). Učni načrt lahko pripravi komisija oziroma profesor, ki nadzoruje kakovost predmeta. Učni načrt je »pogodba med člani fakultete in njihovimi študenti, ki študentom ponuja odgovore na vprašanja o predmetu in jih obvešča o posledicah, v primeru, če študentje ne dosežejo predvidenih ciljev ali pričakovanj predmeta. Učni načrt vsebuje sedem pomembnih delov: Informacije o inštruktorju, splošne informacije o predmetu, cilji predmeta, politika predmeta, ocenjevanje, učni viri in študijski koledar (Slattery, Carlson 2005).

Za primerjavo, učni načrt je v izobraževanju širše opredeljen kot celota študijskih izkušenj, ki se zgodijo med izobraževalnim procesom. Termin se pogosto specifično nanaša na načrtovano zaporedje usposabljanja ali na pregled študentovih izkušenj v smislu izobraževalčevih ali šolskih ciljev pri usposabljanju (Kelly 2009, Willes 2008).

Zato za ta dokument uporabljamo izraz učni načrt (Syllabus) za opis enega predmeta, predmetnik pa za skupino več učnih načrtov skupaj.

Kar se tiče usposabljanja, smo izbrali inovativen učni način: mešano učenje, na primer spletni in osebni učni sistem s pomočjo vzpostavitve spletne platforme za poučevanje. Ta rešitev predstavlja veliko zanimivosti, saj udeležencem usposabljanja ponujamo možnost, da se s platformo povežejo kjerkoli in kadarkoli.

Med potekom usposabljanja bomo na široko preučili medkulturno in medgeneracijsko dimenzijo ter delovanje Evropske unije (s specifičnega, podjetniškega vidika). Učili se bomo tudi o konceptu družbene odgovornosti podjetij DOP (Corporate Social Responsibility CSR), o pristopu k trajnostnemu razvoju in o konceptu agilnega managementa pri podjetjih.

E.S.E. Učni načrt predstavlja skupni okvir evropskega usposabljanja za različne partnerje na podlagi ECVET (pristop, ki temelji na sposobnostih) in usposabljanje z zagotovljenimi spletnimi učnimi viri, ki so dostopni preko digitalne platforme, in organiziranim osebnim usposabljanjem v petih evropskih državah. Usposabljanje bo certificirano.

Udeleženci usposabljanja s (kvalificiranim) E.S.E. učnim načrtom bodo usvojili znanje in spretnosti. Glavni cilj predmeta je izboljšati podjetniške sposobnosti.

E.S.E. učni načrt je sestavljen iz seta **učnih modulov, predmetov, izkušenj in metodologije**, ki določajo celovit koncept izobraževanja za oblikovanje novih, mladih podjetnikov. Ti moduli so:

1. Podjetništvo, blagovne znamke in njihov razvoj
2. Prvi koraki pri zagonu start-up podjetja
3. Evropske možnosti financiranja podjetij
4. Podjetniški ekosistem
5. Možnosti za socialno podjetništvo
6. Družbena odgovornost podjetij

Vsi moduli se bodo izvajali v obliki serij šestih predmetov (vsak po 12 ECTS kreditnih točk)

Navedeno število ur je zgolj okvirno. Že po definiciji izobraževanje na daljavo omogoča veliko mero prilagodljivosti pri času in dolžini učenja. Spletni kurzi so na spletu dostopni 24/7, vsak učenec bo imel možnost, da se uči glede na lastne zmogljivosti, vendar pa bo vseeno moral upoštevati datume preverjanja znanja, če bodo ti določeni s strani izobraževalne inštitucije.

Slika 1. Koncept učnega načrta

→ Poglejte si diagram na spletni strani ESE : <http://ese-project.eu/>

Certificiranje / preverjanje znanja Tabela sestavnih enot in ciljnih znanj

	Naslov	Odgovorni partner	Preizkus	Učna enota	Kreditne točke	Koeficient	Način ocenjevanja	Predviden čas izobraževanja (spletni kurzi)
1	Podjetništvo	Univerza na Primorskem	Aktivno sodelovanje pri predavanjih in seminarjih 30 % končne ocene Predstavitev poslovnega modela 70 % končne ocene	- Podjetništvo in podjetnik: - Vloga in pomen podjetništva za gospodarski razvoj - Kreativnost in poslovna ideja - Poslovni načrt - Viri financiranje nove podjetniške dejavnosti - Vodenje in razvoj nove podjetniške dejavnosti	1	1	- Aktivno sodelovanje pri predavanjih in seminarjih 30 % - Predstavitev poslovnega modela - 70 %	20h
1	Blagovne znamke	Univerza na Primorskem	Idem # podjetništvo	- Podjetništvo in podjetnik: - Vloga in pomen podjetništva za gospodarski razvoj - Kreativnost in poslovna ideja - Poslovni načrt - Viri financiranje nove podjetniške dejavnosti - Vodenje in razvoj nove podjetniške dejavnosti	1	1	- Aktivno sodelovanje pri predavanjih in seminarjih 30 % - Predstavitev poslovnega modela - 70 %	20h
2	Prvi koraki pri zagonu start-up podjetja	Tetuan Valley	- Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja) - PowerPoint predstavitev - Govorna predstavitev - Domača naloga	- Analiza poslovne ideje - Učinkovita predstavitev - Kanvas poslovnega modela	2	1	- Preverjanje in ocenjevanje znanja - PowerPoint predstavitev - Govorna predstavitev - Domača naloga	24 h (44 ur dela)

3	Evropske možnosti financiranja podjetij	CCBI	Vprašanja odprtega tipa in vprašalniki z več možnimi odgovori: 40 % skupne ocene	<ul style="list-style-type: none"> - Kako deluje Evropska unija - Priložnosti za podjetja v Evropskem okviru 	3 Sklop znanj A1 = 1 kreditna točka Sklop znanj A2 = 2 kreditni točki	1	<ul style="list-style-type: none"> - Potrditev študentovega usvojenega znanja 	60 h
4	Podjetniški ekosistem	CBE	<ul style="list-style-type: none"> - Predstavitev obstoječega poslovnega primera in/ali projekt oblikovanja lastne podjetniške dejavnosti - Študentje predstavijo svoje projekte oblikovanja ali prevzema podjetja. Projekt bodo predstavili govorno (ob uporabi računalnika) in pisno 	<ul style="list-style-type: none"> - Koncept podjetniškega ekosistema - Trg - trženje - Kultura podjetja - Izobraževanje in usposabljanje - Podporni mehanizmi - Regulatorni okvir in infrastruktura - Vlada in politika - Človeški kapital / razpoložljivost delovne sile - Financiranje in finance 	1	2	<ul style="list-style-type: none"> - Pisna naloga: Pisni dokument mora odražati rezultate raziskave, analize in implementacije, ki se nanašajo na resnične ali dobro definirane vidike dejavnosti nekega podjetja in so vezani na evropski gospodarski kontekst. - Ustni izpit traja 1 uro: govorna teoretična predstavitev (30 minut) + vprašanja / odgovori komisije (30 minut) 	32h
5	Možnosti za socialno podjetništvo	SYNTEA	<ul style="list-style-type: none"> - Preverjanje znanja z vprašanji - Potrditev študentovega usvojenega znanja 	<ul style="list-style-type: none"> - Koncept družbenega podjetništva (SE) in Gospodarski model družbenega podjetništva - Družbene in okolijske potrebe in ustvarjanje skupnih vrednot 	2	2	<ul style="list-style-type: none"> - Preverjanje znanja z vprašanji - Potrditev študentovega usvojenega znanja 	50 h
6	Družbena odgovornost podjetij (DOP)	CBE	<ul style="list-style-type: none"> - Študentovo delo: marljivost; predstavitev (govorne in pisne), raziskava ter pregled literature - Igranje vlog: upoštevanje navodil (čas, cilji ...) jasna predstavitev, argumentacija 	<ul style="list-style-type: none"> - Razumevanje DOP: težave, definicija, regulatorni okvir - Implementacija DOP pristopa: študija primer 	2	2	<ul style="list-style-type: none"> - Stalno preverjanje znanja z zapiski in vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 20 % skupne ocene - Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 15 % skupne ocene - Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 15 % skupne ocene 	35 h (60 ur dela)

							- Stalno preverjanje znanja (15 %) končne ocene)	
Pripravn ništvo								
Obdobje izmenjave						1		
Spomin/ Priprav nikovo poročilo						1		
SKUPAJ					12 kreditnih točk			286 h

Vsebina

Pedagoška vsebina modulov in njihovo povezovanje z učnimi elementi (izpiti, material, snemalni studio in pripravništvo) so bili razviti s strani ESE. projektnih partnerjev v zadnji fazi oblikovanja učnega načrta.

Vsebina je skladna s predmeti, ki so jih izbrali partnerji in jih vključili kot predlagani del izobraževanja.

4. Metodologija

V poročilu Evropske komisije o podjetništvu v poklicnem izobraževanju in usposabljanju (2008) strokovnjaki izpostavljajo učna orodja / metode, ki so najbolj primerne oziroma učinkovite za podjetniške programe in predmete, posebej za udeležence, ki nimajo svojega podjetja. Rezultati te raziskave kažejo na očitno preferenco metod, ki temeljijo na »skupinskih tehnikah oblikovanja novih poslovnih idej« in na »študijah primerov«. Glede na ti dve glavni kategoriji, so izpostavili še druga enako učinkovita orodja: delavnice za načrtovanje podjetja, gostujoči govorniki (in sicer podjetniki) in simulacija podjetniške dejavnosti. Med poudarjenimi in izpostavljenimi orodij so tudi metode, ki temeljijo na izvajanju praktičnih podjetniških dejavnosti, in vaje za kreativnost, ki vodijo k razvoju idej. Zanimivo je to, da so strokovnjaki klasična predavanja komajda omenili kot učinkovit način za podjetniško usposabljanje.

Iz tega lahko zaključimo, da klasične izobraževalne metode niso dobro kompatibilne z naprednim podjetniškim značilnostmi ter da je multi-disciplinarno povezovanje ključnega pomena za oblikovanje podjetniških sposobnosti. Pri oblikovanju študijskih predmetov je potrebna večja fleksibilnost. Delovne prakse, razlike med rednim študijem in izrednim študijem, organizacija intenzivnih kurzov, akreditacije formalnega in neformalnega izobraževanje - vse to ima pomembno vlogo.

Klasična predavanja, ki »hranijo« pasivne študente, so neprimerne za to področje in nasploh ne učinkovit način izobraževanja. V izobraževanje je potrebno vpeljati bolj interaktivne pristope, pri katerih učitelj prevzame bolj vlogo moderatorje in ne predavatelja. Uporaba učnih metod, ki temeljijo na izkušnjah, je nujna za razvoj podjetniških spretnosti in sposobnosti. Da bi podjetništvo vpeljali v učni načrt, je pri vseh disciplinah nujna uporaba pristopov, ki so akcijsko usmerjeni. Ta metoda je intenzivna in draga ter zahteva specifično usposabljanje.

Profesorji bi morali imeti izkušnje na akademskem področju ter nedavne izkušnje v podjetništvu, kot so na primer svetovanje pri podjetniških dejavnostih ali spodbujanje podjetniških dejavnosti. Idealno bi bilo, če bi profesorji ohranjali močno povezavo s poslovnim področjem. Najboljši profesorji so učitelji, ki imajo zahtevane kompetence in resnične strokovne izkušnje v privatnem sektorju. Treba je ločiti izobraževanje in ozaveščanje ter dejansko poslovno podporo (Podjetniško in poklicno izobraževanje in usposabljanje 2008).

Klasični didaktični pristopi je preoblikovan od »na študenta osredotočenega učenja« k metodam, ki poudarjajo aktivno učenje. Vsi **predmeti** in **moduli** imajo **fleksibilno strukturo**. OER (Open educational resources, prosto dostopni učni viri), spletni učni materiali omogočajo dostop do vseh modulov, ki ponujajo pregled določenih delov, dodatne vire literature, primere ipd.

Definicija učnih metod:

- formalno, s predavanji, seminarji in testi, ki gradijo napredno, konceptualno znanje, **klasično**;
- kognitivno, prevzemanje učenja, pri katerem se mešajo **predavanja in učenje preko spleta** z uporabo OER, **učenje z razmišljanjem**;
- operativno, usposabljanje med delom - preverjanje, analiza in vodenje malih ali srednje velikih podjetij, implementacija strateških predmetov pri organizaciji, vodenje in nadzor procesov prodaje, **učenje skozi prakso**.

Na ta način bomo študente vodili skozi težave, jih pohvalili ali podali kritiko, s pomočjo učenja, ki temelji na reševanju težav, učenja na osnovi vprašanj, učenja na osnovi sposobnosti, s pomočjo avtonomnega učenje ter eksperimentalnega in aktivnega učenja preverjali, ali je snov jasna.

Izbrani način za doseganje rezultatov je klasično učenje z poudarkom na študijah primerov in skupinskih tehnikah za oblikovanje novih podjetniških idej (predavanja), multimedijski spletni učni materiali (OER), video posnetki (kratki filmi).

Ocenjevanje

Študent bo prejel oceno glede na vse različne izobraževalne metode, torej:

- **klasično učenje** bo ocenjeno s pomočjo testov in preverjanja določene vsebine;
- **inovativno učenje** bo ocenjeno glede na **uporabo** (OER, Cli.Ma materiala), preverjanje med poukom in preverjanje **dostopa do platforme, odstotek prisotnosti in ocenjevalnih testov** (Movie Education and SMEs checkups).

5. Vključevanje

Študentje

Na tej stopnji bodo partnerji lahko potrjene predmete vključili v svojo študijsko ponudbo. Njihovo študijsko ponudbo bo takoj obogatil vir **inovativnega učenja in izkušnje**, ki se nanašajo na podjetniški študijski program. Tako bodo lahko študentje preizkusili, okrepili in uporabili v praksi novo osvojeno znanje, sposobnosti in orodja v profesionalnem okolju. Poleg tega bodo v učni načrt vključeni **potrjeni predmeti**, ki se jih bodo morali študenti udeležiti, da bi dosegli znanje in sposobnosti, potrebna za uspešno mednarodno prodajo ter da bi postali skrbniki ključnih strank.

6. Podrobni opisi učnih načrtov

Predmet 1: Podjetništvo

Cilji :

Širši cilj tega predmeta je podjetnikom dati potrebna orodja za prve korake pri iskanju poslovne ideje, ovrednotenje te ideje in začetek samostojne poslovne poti. V nadaljevanju bodo udeleženci spoznali osnove blagovnih znamk in brandinga, ki je ena najpomembnejših podjetniških veščin.

Ta učni načrt zajema:

Trajanje izobraževanja: (v predavalnici) : 20h

Trajanje on-line izobraževanja: 20 ur

2 ECTS kreditni točki za 40 urno delovno obveznost

Predmet sestoji iz dveh sklopov:

A1 – Podjetništvo

A2 - Blagovne znamke

Cilji sklopa A1: Podjetništvo

1. Glavni cilj sklopa je pridobiti teoretično in praktično znanje o podjetništvu in podjetniškem procesu od ideje, ovrednotenja te poslovne ideje, vzpostavljanja podjetja ter razvijanja podjetniških spretnosti in ustvarjalnega razmišljanja. Program spodbuja študente k podjetniškemu razmišljanju in ustvarjanju in razvoju njihovih poslovnih idej.

Cilj sklopa A2: Blagovne znamke

2. Glavni cilj predmeta je pridobiti teoretično in praktično znanje o pomenu blagovnih znamk in brandinga ter znanje o samem procesu brendiranja.

Učni rezultati

Naloga (T)	Kompetence / sposobnost (C)	Spretnosti	Znanje
<p>T1: uporaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pri tem predmetu bo študent pridobil veščine, ki jih je mogoče uporabiti za prepoznavanje podjetniških spretnosti in poslovnih zamisli ter bo lahko preveril svoje osebne lastnosti in odnos do podjetništva, - Študent bo sposoben začeti podjetniški proces od ideje do začetka poslovanja in bo v tem okviru pripravil poslovni načrt in njegovo predstavitev. <p>Odsev:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Na podlagi poznavanja teoretičnih principov bo študent sposoben analizirati in kritično ovrednotiti poslovne ideje, poslovne načrte in poslovno prakso obstoječih podjetij, - Študent bo lahko poiskal sredstva za razvoj poslovanja v Sloveniji in naredil primerjalno analizo učinkovitega okolja za razvoj poslovanja. 	<p>C1: Splošne kompetence:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Razvoj analitičnega in ustvarjalnega razmišljanja - Razvijanje pozitivne samozavesti, pobude, vztrajnosti in nagnjenosti k uspehu - Razvijanje osredotočenosti na rezultate - Razvijanje sposobnosti iskanja informacij in znanja - Razvijanje občutka medosebnih odnosov in timskega dela ter osredotočanje na uporabnika/kupca - Razvoj avtonomije, prožnosti in prilagodljivosti pri odločanju <p>Predmetne kompetence:</p> <ul style="list-style-type: none"> - razvijanje podjetniških sposobnosti - Razvijanje sposobnosti predvidevanja in oblikovanja - Ocenjevanje in uporaba ekonomskih virov - Razvijanje osredotočenosti na poslovni uspeh 	<p>S1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - razumevanje koncepta podjetništva, podjetnika ter vloge in pomen podjetništva za gospodarski razvoj; - razumevanje podjetniškega procesa od ideje do ustanavljanja podjetij, tehnik ustvarjalnega mišljenja in komponent poslovnega načrta. 	<p>K1: Znanje in razumevanje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - poznavanje in razumevanje konceptov podjetništva, podjetnika ter vloge in pomena podjetništva za gospodarski razvoj; - Znanje in razumevanje podjetniškega procesa od ideje do ustvarjanja podjetij, - Poznavanje pomena in tehnik ustvarjalnega mišljenja - poznavanje pomena in sestavin poslovnega načrta; - poznavanje virov financiranja tveganega kapitala, - Poznavanje osnovnega vodenja novih podjetij, strategij za razvoj in rast novih podjetij ter njihovo prenehanje - Poznavanje podpornega okolja za podjetništvo in zlasti podpornega okolja za razvoj podjetij
<p>T2:</p> <p>Uporaba:</p> <p>Študenti so sposobni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Začeti z oblikovanjem in razvojem lastne blagovne znamke - oblikovati trženjski načrt ter oblikovati in izvajati promocijske kampanje. <p>Odsev:</p> <p>Udeleženci so sposobni postaviti ustrezna vprašanja, povezana z različnimi vidiki blagovne znamke in trženja, ter ustrezno nadgraditi svoje znanje / kompetence.</p>	<p>C2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sposobnost pridobivanja novih znanj s področja blagovne znamke in trženja. - sposobnost sodelovanja in timskega dela; - Sposobnost razumevanja konceptov blagovne znamke in trženja, ki usmerjajo študente pri reševanju izzivov in težav pri uvajanju in promociji lastne blagovne znamke. 	<p>S2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pridobiti znanje o tehnikah trženja in prodaje. Teoretične osnove vključujejo poznavanje osnovnih načel trženja in elementov trženjskih strategij. - Praktično delo omogoča takojšnjo uporabo pridobljenega znanja in pripravo lastnih projektov študentov. - vpogled v različne prodajne tehnike in dobro podlago za oblikovanje prodajnih strategij. 	<p>K2:</p> <p>Znanje in razumevanje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Osnovni koraki pri ustvarjanju in razvoju blagovne znamke. - Znanje in razumevanje strukture blagovne znamke. - Razumevanje procesa blagovne znamke. - razumevanje marketinške strategije in povezava njenih elementov za izvedbo.

Certificiranje

Vsebina	Kriterij ocenjevanja
<p>Podjetništvo in podjetnik</p> <ul style="list-style-type: none"> •Značilnosti in razvoj podjetništva •Definicije podjetništva •Podjetniški proces •Primerjava managerskega in podjetniškega sprejemanja odločitev •Definicije podjetnika •Podjetniški odločitveni proces •Značilnosti podjetnika – sposobnosti, motivacija •Notranje podjetništvo in notranji podjetniki •Družinsko podjetništvo <p>Ustvarjalnost in poslovna zamisel</p> <ul style="list-style-type: none"> •Viri novih zamisli •Metode za porajanje zamisli •Ustvarjalno reševanje problemov •Proizvodno načrtovanje in razvojni proces <p>Poslovni načrt</p> <ul style="list-style-type: none"> •Pomen in namen priprave poslovnega načrta •Potrebe po informacijah •Postopek priprave in vsebina poslovnega načrta •Uporaba in izvajanje poslovnega načrta <p>Viri financiranja za novo podjetje</p> <ul style="list-style-type: none"> •Financiranje z lastniškim kapitalom •Financiranje z dolžniškim kapitalom •Tvegani kapital •Razvojne spodbude države za razvoj novih podjetij s poudarkom na turizmu •Ocenjevanje podjetja <p>Management in rast novega podjetja Prenehanje poslovanja podjetja</p>	<p>Načini ocenjevanja:</p> <p>aktivna prisotnost na predavanjih in vajah 30%</p> <p>- Predstavitev poslovnega modela Business model – 70%</p>

Predlagana literatura:

1 A Podjetništvo:

1. Ash Maurya. Delaj vitko. 2014. Pasadena: Ljubljana.
2. Eric Ries "Lean Startup". <http://theleanstartup.com/>
3. Steve Portigal. "Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights"
4. Mitja Ruzzier, Boštjan Antončič, Tina Bratkovič, Robert D. Hisrich. 2008. Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave
5. Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. "Business Model Generation"
6. <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

1 B Blagovne znamke in branding

1. Startup branding funnel. Find your perfect brand-market fit to hack your growth. 2015Maja K. Ruzzier, Mitja Ruzzier. Publisher: Meritum, ISBN: 978-961-92961-4-1.
2. David A. Aaker BRAND PORTFOLIO STRATEGY
3. Debbie Millman BRAND THINKING
4. OReilley LEAN BRANDING

Predmet 2: Prvi koraki pri zagonu start-up podjetja

Cilji

Širši cilj te skupine tem je dati podjetnikom pomembna orodja za prve korake za zagon svoje podjetniške dejavnosti. Cilj je, da študentje pridobijo dobro podlago za razvoj poslovne ideje.

V tem učnem načrtu:

Enajst enot *Učnih izidov* (3 deli)

Trajanje izobraževanja: 24h

2 kreditni točki učenja EQF, Level V, za 44 ur dela

Sklop znanj A1 9h - Analiza poslovne ideje

Sklop znanj A2 6h - Učinkovita predstavitev

Sklop znanj A3 9h - Kanvas poslovnega modela

1. del: Validacija poslovne ideje

Cilji:

Preden vložiš preveč časa in denarja v novo idejo, je pomembno, da preverite, ali ima ideja potencialne stranke ter ali ideja ustreza trgu. Pri tej temi bomo preučili, kako oceniti in analizirati poslovno idejo preden začnemo poslovno dejavnost, da bi se izognili večjim neuspehom v prihodnosti:

- Spoznali bomo, kaj pomeni analiza in kaj je ključni koncept analize
- Znali bomo centi pomen analize pred začetkom oblikovanja poslovne dejavnosti
- Razumeli bomo koncept ujemanja težave in rešitve ter ujemanja izdelka in trga
- Spoznali bomo, kako raziskati in analizirati idejo in tržišče z uporabo sekundarne raziskave, s pomočjo intervjujev uporabnikov in eksperimentov.
- Spoznali bomo, kako izmeriti pravi obseg trga za določen izdelek ali storitev

Učni izidi

Naloga	Sposobnost	Sprenosti	Znanje
T1. Kaj je validacija?	<p>C1. Študent spozna ključne koncepte validacije: ujemanje težave in rešitve, eksperimenti, raziskave</p> <p>C2. Študent izrazi pomen validacije pred začetkom oblikovanja poslovne dejavnosti</p>	<p>S1. Študenti opredeli ključne koncepte validacije</p> <p>S2. Študent razlikuje med ujemanjem težave in rešitve ter ujemanjem produkta in trga</p> <p>S3. Študent opiše pomen validacije kot prvi korak začetka podjetniške dejavnosti</p>	<p>K1. Validacija</p> <p>K2. Ujemanje težave in rešitve</p> <p>K3. Ujemanje izdelka in trga</p> <p>K4. Pomembnost validacije</p>
T2. Ujemanje težave in rešitve	<p>C1. Študent razume, kdaj in zakaj se izvaja ujemanje težave in rešitve</p> <p>C2. Študent pozna osnove za dober intervju, ki se nanaša na težavo</p> <p>C3. Študent razume koncept ujemanja težave in rešitve</p> <p>C4. Študent pozna osnove za dober intervju, ki se nanaša na rešitev</p>	<p>S1. Študent opiše ujemanje težave in rešitve ter razloži, za kaj se uporablja</p> <p>S2. Uporaba tehnike intervjuja, ki se nanaša na težavo, pri svoji podjetniški dejavnosti in izvajanje učinkovitega intervjuja, ki se nanaša na težavo</p> <p>S3. Študent opiše koncept ujemanja težave in rešitve</p> <p>S4. Študent razloži, zakaj morata biti intervjuja ločena med seboj</p>	<p>K1. Intervjuji, ki se nanašajo na težavo</p> <p>K2. Intervjuji, ki se nanašajo na rešitev</p> <p>K3. Razlika med intervjuji, ki se nanašajo na rešitev, in tistimi, ki se nanašajo na težavo</p> <p>K3. Definicija ujemanja težave in rešitve</p> <p>K4. Primeri ujemanja težave in rešitve</p>
T3. Ujemanje izdelka in trga	<p>C1. Študent razume koncepte ujemanja izdelka in trga</p> <p>C2. Študent povzame 4 eksperimente, s katerimi bi preizkusil ujemanje izdelka s trgov</p> <p>C3. Študent razume koncept velikosti trga: popolnoma dosegljiv trg TAM, trg, dosegljiv za določeno storitev TSM in trg kot odskočna deska</p>	<p>S1. Študent opiše, kaj je ujemanje izdelka in trga</p> <p>S2. Študent našteje pogoje za preverjanje ujemanja izdelka in trga</p> <p>S2. Študent opiše vsaj 4 eksperimente, s katerimi bi preizkusil ujemanje izdelka s trgov</p> <p>S3. Študent pokaže sposobnost za vodenje eksperimenta za validacijo trga</p> <p>S4. Študent opredeli in uporabi koncepte, ki so povezani z velikostjo trga</p>	<p>K1. Ujemanje izdelka in trga</p> <p>K2. Eksperiment za ujemanje izdelka in trga</p> <p>K3. Velikost trga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Popolnoma dosegljiv trg (TAM) - Trg, dosegljiv za določeno storitev (SAM) - Ciljni trg - Odskočni trg

Ocenjevanje

Naloge	Znanje (K), spretnosti (S), preverjena sposobnost (A)	Metode ocenjevanja	Kriterij ocenjevanja
<p>T1 - Kaj je validacija?</p>	<p><u>Znanje:</u> K1. Validacija K2. Ujemanje težave in rešitve K3. Ujemanje izdelka in trga K4. Pomembnost validacije</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent opredeli ključne koncepte validacije S2. Študent razlikuje med ujemanjem problema in rešitve ter ujemanjem produkta in trga S3. Študent opiše pomen validacije kot prvi korak začetka podjetniške dejavnosti</p> <p><u>Sposobnosti:</u> C1. Študent spozna ključne koncepte validacije: ujemanje težave in rešitve, eksperimenti, raziskave C2. Študent predstavi pomen analize pred začetkom oblikovanja poslovne dejavnosti</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji na koncu vsakega dela: 10 % skupne ocene</p>	<p>Študent pravilno odgovori na vprašanja</p> <p>Študent pokaže razumevanje teme, o kateri je bilo govora v razredu</p> <p>Študent je prebral zahtevano gradivo</p>

<p>T2 - Ujemanje težave in rešitve</p>	<p><u>Znanje:</u> K1. Intervjuji o težavi K2. Intervjuji o rešitvi K3. Razlika med intervjuji o rešitvi in tistimi o težavi K3. Definicija ujemanja problema in rešitve K4. Primeri ujemanja težave in rešitve</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent opiše ujemanje težave in rešitve ter razloži, za kaj se ujemanje uporablja S2. Študent uporabi tehniko intervjuja o težavi pri svoji podjetniški dejavnosti in izvede učinkovit intervju o problemu S3. Študent opiše koncepta ujemanja težave in rešitve S4. Študent razloži, zakaj morata biti intervjuja ločena med seboj</p> <p><u>Sposobnosti:</u> C1. Študent razume, kdaj in zakaj se izvaja ujemanje težave in rešitve C2. Študent pozna osnove za dober intervju o problemu C3. Študent razume koncept ujemanja težave in rešitve C4. Študent pozna osnove za dober intervju o rešitvi</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 15 % skupne ocene</p> <p>Domača naloga 1 - Študent izvede tri intervjuje o težavi in napiše povzetek glavnih ugotovitev z vključenim predlogom o nadaljnjih ukrepih (15 % skupne ocene)</p> <p>Domača naloga 2 - Študent izvede tri intervjuje o rešitvi in napiše povzetek glavnih ugotovitev z vključenim predlogom o nadaljnjih ukrepih (15 % skupne ocene)</p>	<p>Študent pravilno odgovori na vprašanja</p> <p>Kakovost analize in ugotovitev, pridobljenih z intervjuji s strankami</p> <p>Študent je sposoben sprejemati odločitve glede na ugotovitve, do katerih je prišel z intervjuji</p>
---	--	---	---

<p>T3 - Ujemanje izdelka in trga</p>	<p><u>Znanje:</u> K1. Ujemanje izdelka in trga K2. Eksperiment za ujemanje izdelka in trga K3. Velikost trga: Popolnoma dosegljiv trg Trg, dosegljiv določeni storitvi Ciljni trg Trg kot odskočna deska</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent opiše, kaj je ujemanje izdelka in trga S2. Študent našteje pogoje za preverjanje ujemanja izdelka in trga S2. Študent opiše vsaj 4 eksperimente, s katerimi bi preizkusile ujemanje izdelka s trgom S3. Študent pokaže sposobnost za vodenje eksperimenta za analizo trga S4. Študent opredeli in uporabi koncepte, ki so povezni z velikostjo trga</p> <p><u>Sposobnosti:</u> C1. Študent razume koncepte ujemanja izdelka in trga C2. Študent povzame 4 eksperimente, s katerimi bi preizkusil ujemanje izdelka s trgom C3. Študent razume koncepte velikosti trga popolnoma dosegljiv trg TAM, trg, dosegljiv za določeno storitev TSM in trg kot odskočna deska</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 15 % skupne ocene</p> <p>Kratek preizkus znanja v razredu: 15 % skupne ocene</p> <p>Domača naloga 3 - Študent določi popolnoma dosegljiv trg TAM, trg, dosegljiv za določeno storitev TSM in trg kot odskočno desko za svoje podjetje in poda ocene njihovega obsega Študent napiše kratko poročilo o izbiri trgov: 15 % skupne ocene</p>	<p>Študent je osvojil koncepte in na vprašanja odgovarja pravilno</p> <p>Študent kaže razumevanje naučenega koncepta s kratkimi odgovori v testu</p> <p>Študent je prebral gradivo - Kakovost analize trga in velikosti trga</p>
---	---	--	---

Predlagana literatura:

1. “Disciplined Entrepreneurship” avtor: Bill Aulet
2. “Lean Startup” avtor: Eric Ries
3. “Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights” avtor: Steve Portigal

Spletni viri:

1. <https://fizzle.co/sparkline/real-world-idea-validation>
2. <https://www.entrepreneur.com/article/237455>
3. <https://medium.com/makesideproject/making-a-side-project-part-2-idea-validation-d682dd05c475>
4. <https://medium.com/startup-reviews/how-im-hustling-a-9-startup-idea-validation-9318bb61dad1>

2. del: Učinkovita predstavitev svoje podjetniške dejavnosti

Cilji:

Pomemben del uspeha podjetniške dejavnosti je tudi, kako dobro ste sposobni svojo dejavnost prodati drugim - potencialnim strankam, partnerjem ali investitorjem. Ta del vas bo naučil, kako učinkovito komunicirati in pripraviti dobro predstavitev vaše podjetniške dejavnosti. V tem delu se boste:

- Naučili, kako predstavljati.
- Spoznali razliko med različnimi tipi predstavitev, ki jih bo podjetje morda rabilo.
- Naučili, kako pripraviti predstavitev.
- Spoznali dobre prakse za oblikovanje predstavitev in najboljše prakse predstavitev.

Učni izidi

Naloga	Sposobnost	Spretnosti	Znanje
T1. Tipi predstavitev	<p>C1. Študent razloži, kaj je predstavitev in pomen učinkovite predstavitve</p> <p>C1. Študent razlikuje med različnimi predstavitvami glede na njihovo dolžino</p> <p>C2. Študent razlikuje med različnimi predstavitvami glede na njihovo publiko</p>	<p>S1. Študent razlikuje med različnimi predstavitvami glede na njihovo dolžino in postavljanje prioritete</p> <p>S2. Študent razlikuje med različnimi predstavitvami glede na njihovo publiko in glede na osredotočenost</p>	<p>K1. Kratka predstavitev (elevator pitch)</p> <p>K2. 3-5 minutna predstavitev</p> <p>K3. Dolga predstavitev</p> <p>K4. Predstavitve za prodajo</p> <p>K5. Predstavitve za investicijo</p> <p>K6. Predstavitve za partnerstvo ali marketing</p>
T2. Sestava predstavitve	<p>C1. Študent opiše elemente, zaradi katerih je predstavitev učinkovita</p> <p>C2. Študent prepozna najbolj učinkovite strukture za predstavitev izdelka ali storitve</p> <p>C3. Študent oriše deset enot, ki bi jih vključil v vsako predstavitev in razloži njihovo relevantnost</p> <p>C4. Študent postavi prioriteto enotam glede na publiko</p>	<p>S1. Študent uporabi koncept protagonista, konflikta in kontekst predstavitve</p> <p>S2. Študent določi in uporabi strukturo »kaj-kako-zakaj« v predstavitvi</p> <p>S3. Študent našteje 10 enot, ki bi jih vključil v predstavitev</p> <p>S4. Študent pripravi učinkovito 3-5 minutno predstavitev z uporabo usvojenih konceptov</p>	<p>K1. Struktura predstavitve</p> <p>K2. Elementi predstavitve</p> <p>K3. Učinkovitost predstavitve</p>
T3. Izpopolnjevanje predstavitve	<p>C1. Študent upošteva dobre prakse pri pripravi vizualne podpore za predstavitev</p> <p>C2. Študent si zapomni in se tako izogne vizualni predstavitvi</p> <p>C3. Študent usvoji komunikacijske spretnosti za učinkovito predstavitev</p>	<p>S1. Študent pripravi dobro, učinkovito PowerPoint predstavitev</p> <p>S2. Študent prepričljivo predstavi ideje, izdelek ali podjetniško dejavnost</p>	<p>K1. Učinkovita PowerPoint predstavitev</p> <p>K2. Komunikacijske sposobnosti</p>

Ocenjevanje

Naloge	Znanje (K), spretnosti (S), preverjena sposobnost (A)	Metode ocenjevanja	Kriterij ocenjevanja
T1 - Tipi predstavitev	<p><u>Znanje:</u> K1. Kratka predstavitev K2. 3-5 minutna predstavitev K3. Dolge predstavitve K4. Predstavitve za prodajo K5. Predstavitve za investicijo K6. Predstavitve za partnerstvo ali marketing</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Razločevanje med različnimi predstavitvami glede na njihovo dolžino in postavljanje prioritet S2. Razločevanje med različnimi predstavitvami glede na njihovo publiko in glede na osredotočenost</p> <p><u>Sposobnosti:</u> C1. Opis elementov, zaradi katerih je predstavitev učinkovita C2. Prepoznavanje najbolj učinkovitih struktur za predstavitev izdelka ali storitve C3. Oris desetih enot, ki bi jih vključili v vsako predstavitev in diskusija o njihovi relevantnosti C4. Postavljanje prioritete enotam glede na publiko</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja) 15% skupne ocene</p>	<p>Študent pravilno odgovori na vprašanja</p> <p>Študent pokaže razumevanje teme, o kateri je bilo govora v razredu</p>
T2 - Sestava predstavitev	<p><u>Znanje:</u> K1. Struktura predstavitve K2. Elementi predstavitve K3. Učinkovitost predstavitve</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Uporaba koncepta protagonista, konflikta in konteksta predstavitve S2 Določanje in uporaba strukture »kaj-kako-zakaj« v predstavitvi S3. Seznam 10 enot, ki bi jih vključili v predstavitev S4. Priprava učinkovite 3-5 minutne predstavitve z uporabo usvojenih konceptov</p> <p><u>Sposobnosti:</u> C1. Študent opiše elemente, zaradi katerih je predstavitev učinkovita</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 10 % skupne ocene</p> <p>Govorna predstavitev: 20 % skupne ocene</p>	<p>Študent pravilno odgovori na vprašanja</p> <p>Predstavitev vsebuje elemente, ki se jih je študent naučil v tem delu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Predstavitev je pravilno strukturirana - kot se je študent naučil v razredu - Predstavitev je jasna in učinkovito posreduje sporočilo

	<p>C2. Študent prepozna najbolj učinkovite strukture za predstavitev izdelka ali storitve</p> <p>C3. Študent oriše deset enot, ki bi jih vključil v vsako predstavitev in razloži njihovo relevantnost</p> <p>C4. Študent postavi prioritete enotam glede na publiko</p>		
<p>T3 - Izpopolnjevanje predstavitev</p>	<p><u>Znanje:</u></p> <p>K1. Učinkovita PowerPoint predstavitev</p> <p>K2. Komunikacijske sposobnosti</p> <p><u>Spretnosti:</u></p> <p>S1. Študent pripravi dobro, učinkovito PowerPoint predstavitev</p> <p>S2. Študent prepričljivo predstavi ideje, izdelek ali podjetniško dejavnost</p> <p><u>Sposobnosti:</u></p> <p>C1. Upoštevanje dobrih praks pri pripravi vizualne podpore za predstavitev</p> <p>C2. Navade pomnjenja, da bi se izognili vizualni predstavitvi</p> <p>C3. Usvajanje komunikacijskih spretnosti za učinkovito predstavitev</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 15 % skupne ocene</p> <p>Powerpoint predstavitev 20 % skupne ocene</p> <p>Govorna predstavitev: 20 % skupne ocene</p>	<p>Študent je osvojil koncepte in na vprašanja odgovarja pravilno</p> <p>PowerPoint predstavitev sledi navodilom, ki so bila dana v razredu</p> <p>PowerPoint predstavitev je jasna</p> <p>Govorna predstavitev je jasna in vsebuje elemente in strukturo, o katerih je bilo govora v razredu</p> <p>Sposobnost predstavljanja je višja kot pri prvi ustni predstavitvi</p>

Predlagana literatura:

1. "Pitch anything" avtor: Oren Klaff
2. "The Art of the Pitch" avtor: Peter Coughter

Spletni viri:

1. <https://www.inc.com/jeff-haden/how-to-pitch-18-steps-to-create-and-deliver-a-winn.html>
2. https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action

3. del: Kanvas poslovnega modela

Cilji:

Cilj kanvasa oz. okvira poslovnega modela (Business Model Canvas BMC) je pomagati podjetjem pri oblikovanju strategije. Ponuja jim vse relevantne vidike poslovnega načrta na enem samem listu papirja. Pri oblikovanju kanvasa poslovnega modela bodo študentje prisiljeni razmisliti o različnih vidikih, zaradi katerih bo vaše podjetje uspešno. V tem delu bodo študentje:

- Spoznali kanvas poslovnega modela (BCM) in ga uporabili pri svoji podjetniški dejavnosti.
- Spoznali različne dele kanvasa poslovnega modela: infrastrukturo, ponudbe, stranke in finance.
- Določali različne dele kanvasa za svoje podjetje.
- Oblikovali svoj kanvas poslovnega modela.

Učni izidi

Naloga	Sposobnost	Spretnosti	Znanje
T1. Pregled kanvasa poslovnega modela	<p>C1. Študent razume, kaj je kanvas oz. okvir poslovnega modela (BMC)</p> <p>C1. Študent razume, za kaj in kje je kanvas uporaben</p>	<p>S1. Študent prepozna kanvas in njegove dele</p> <p>S2. Študent razloži, čemu BMC služi in kako lahko pomaga podjetju</p>	K1. Kanvas poslovnega modela
T2. Infrastruktura	<p>C1. Študent spozna vloge ključnih partnerjev</p> <p>C2. Študent spozna, kaj so ključne dejavnosti podjetja</p> <p>C3. Študent spozna, kaj so ključni viri</p>	<p>S1. Študent določi vloge ključnih partnerjev in poimenuje 2 ali 3 ključne partnerje, v povezavi s svojim podjetjem</p> <p>S2. Študent opiše, kako so ključne dejavnosti povezane z kanvasom poslovnega modela, in poimenuje 2 ali 3 aktivnosti, povezane s podjetjem</p> <p>S3. Študent določi, kaj so ključni viri in poimenuje 2 ali 3 ključnih virov, v povezavi s svojim podjetjem</p>	<p>K1. Ključni partnerji</p> <p>K2. Ključne dejavnosti</p> <p>K3. Ključni viri</p>
T3. Ponudbe	<p>C1. Študent razume, kaj je ponujena vrednost</p> <p>C2. Študent uporabi koncept ponujene vrednosti pri svojem podjetju</p> <p>C3. Študent prepozna rešena »tveganja« in »profite«, ki sta jih ustvarila izdelek ali podjetje</p>	<p>S1. Študent opredeli termin »ponujena vrednost«</p> <p>S2. Študent razlikuje med kvantitativnimi in kvalitativnimi ponujenimi vrednostmi</p> <p>S3. Študent opredeli in obdela ponujene vrednosti za svoje podjetje</p>	<p>K1. Ponujena vrednost</p> <p>K2. Tveganja in profiti</p>
T4. Stranke	<p>C1. Študent razume vlogo odnosa s strankami v kanvasu poslovnega modela (BMC)</p> <p>C2. Študent pozna, kako so stranke razdeljene po demografskih, socialni in vedenjskih kriterijih.</p> <p>C3. Študent pozna različne kanale za širjenje ponujene vrednosti na hiter, učinkovit in stroškovno učinkovit način.</p>	<p>S1. Študent opiše, kaj je odnos s stranko in določi 2 ali 3 pomembne odnose s strankami za svojo podjetniško dejavnost</p> <p>S2. Študent določi segmentov strank pri svojem podjetju</p> <p>S3. Študent razlikuje med različnimi načini segmentacije strank</p> <p>S4. Študent našteje 3 kanale za deljenje ponujene vrednosti</p>	<p>K1. Razmerje s stranko:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Osebna asistenca - Predana osebna asistenca - Samopostrežba - Avtomatizirane storitve - Skupnosti - So-ustvarjanje <p>K2. Segmenti strank</p> <p>K3. Kanali</p>

		S5. Študent določi dva kanala, prek katerih bo podjetje delilo svojo ponujeno vrednost	
T5. Finance	<p>C1. Študent razume, da stroškovna struktura vpliva na izbiro poslovnega modela za podjetniško dejavnost</p> <p>C2. Študent diskutira o različnih stroškovnih strukturah podjetja</p> <p>C3. Študent navede in razume značilnosti stroškovne strukture in njeno implementacijo</p> <p>C4. Študent izrazi, kako podjetje pride do dobička pri vsakem segmentu strank.</p>	<p>S1. Študent definira stroškovno strukturo in določi stroškovno strukturo za svoje podjetje</p> <p>S2. Študent razloči med strukturo podjetja, ki temelji na vrednotah ter strukturo stroškovno usmerjenega podjetja. Študent definira, kakšno stroškovno strukturo bo imelo njegovo podjetje</p> <p>S3. Študent definira različne značilnosti stroškovne strukture: fiksni stroški, spremenljivi stroški, ekonomija obseg, ekonomija razpona. Študent vse usvojene koncepte uporabi pri svoji stroškovni strukturi</p> <p>S4. Študent našteje 5 tokov prihodkov podjetja</p> <p>S5. Študent prepozna glavni tok prihodkov za vsak segment strank pri svojem podjetju</p>	<p>K1. Stroškovna struktura</p> <p>K2. Tipi poslovnih struktur</p> <p>K3. Značilnosti stroškovnih struktur</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stalni stroški - Spremenljivi stroški - Ekonomija obsega - Ekonomija razpona <p>K4. Tokovi prihodkov</p>

Ocenjevanje

Naloge	Znanje (K), spretnosti (S), preverjena sposobnost (A)	Metode ocenjevanja	Kriterij ocenjevanja
T1 - Pregled kanvasa poslovnega modela	<p><u>Znanje:</u> K1. Kanvas poslovnega modela</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Prepoznavanje kanvasa in njegovih delov S2. Študent razloži, čemu BMC služi in kako lahko pomaga podjetju</p> <p><u>Sposobnosti:</u> C1. Študent razume, kaj je kanvas oz. okvir poslovnega modela (BMC) C1. Študent razume, za kaj in kje je kanvas uporaben</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja) 5 % skupne ocene</p>	<p>Študent pravilno odgovori na vprašanja</p> <p>Študent pokaže razumevanje teme, o kateri je bilo govora v razredu</p>
T2 - Infrastruktura	<p><u>Znanje:</u> K1. Ključni partnerji K2. Ključne dejavnosti K3. Ključni viri</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent definira vlogo ključnih partnerjev in poimenuje 2 ali 3 ključne partnerje, v povezavi s svojim podjetjem S2. Študent opiše, kako so ključne dejavnosti povezane s kanvasom poslovnega modela in poimenuje 2 ali 3 aktivnosti, povezane s podjetjem S3. Študent določi, kaj so ključni viri in poimenuje 2 ali 3 ključne vire, v povezavi s svojim podjetjem</p> <p><u>Sposobnosti:</u> C1. Študent spozna vloge ključnih partnerjev C2. Študent razume, kaj so ključne dejavnosti podjetja C3. Študent razume, kaj so ključni viri</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 5 % skupne ocene</p> <p>Domača naloga 1 - študent razvije in predstavi podnaslov »Infrastruktura« v kanvasu poslovnega modela za svoje podjetje: 20 % skupne ocene</p>	<p>Študent pravilno odgovori na vprašanja in dokaže razumevanje konceptov iz tega dela</p> <p>Podnaslov »Infrastruktura« v kanvasu poslovnega modela je razumljiv in izraža snov, naučeno v razredu</p> <p>Študent prepozna ključne partnerje, ključne vire in ključne dejavnosti v svojem kanvasu poslovnega modela</p>

<p>T3 - Ponudbe</p>	<p><u>Znanje:</u> K1. Ponujena vrednost K2. Tveganja in profiti</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent opredeli termin »ponujena vrednost« S2. Študent razlikuje med kvantitativnimi in kvalitativnimi ponujenimi vrednostmi S3. Študent opredeli in obdela ponujene vrednosti za svoje podjetje</p> <p><u>Sposobnosti:</u> C1. Študent razume, kaj je ponujena vrednost C2. Študent uporabi koncept ponujene vrednosti pri svojem podjetju C3. Študent prepozna rešena »tveganja« in »profite«, ki sta jih ustvarila izdelek ali podjetje</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 5 % skupne ocene</p> <p>Domača naloga 2 - študent določi ponujeno vrednost svojega izdelka ali storitve: 15 % skupne ocene</p>	<p>Študent je osvojil koncepte in na vprašanja odgovarja pravilno</p> <p>»Ponujena vrednost« v kanvasu poslovnega modela je razumljiva in izraža snov, naučeno v razredu</p> <p>Ponujena vrednost izraža vsaj eno razrešeno tveganje in en ustvarjen profit</p>
<p>T4 - Stranke</p>	<p><u>Znanje:</u> K1. Odnos s stranko K2. Segmenti strank K3. Kanali</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent opiše, kaj je odnos s stranko in določi 2 ali 3 pomembne odnose s strankami za svojo podjetniško dejavnost S2. Študent določi segmente strank pri svojem podjetju S3. Študent razlikuje med različnimi načini segmentacije strank S4. Študent našteje 3 kanale za deljenje ponujene vrednosti S5. Študent določi dva kanala, prek katerih bo podjetje delilo svojo ponujeno vrednost</p> <p><u>Sposobnosti:</u> C1. Študent razume vlogo odnosa s strankami v kanvasu poslovnega modela (BMC) C2. Študent spozna, kako so stranke razdeljene po demografskih, socialnih in vedenjskih kriterijih. C3. Študent pozna različne kanale za širjenje ponujene vrednosti na hiter, učinkovit in stroškovno učinkovit način.</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 5 % skupne ocene</p> <p>Domača naloga 3 - študent razvije in predstavi podnaslov »Stranke« v kanvasu poslovnega modela za svoje podjetje: 20 % skupne ocene</p>	<p>Študent je osvojil koncepte in na vprašanja odgovarja pravilno</p> <p>Podnaslov »Stranke« v kanvasu poslovnega modela je razumljiv in izraža snov, naučeno v razredu</p> <p>Študent določi odnose s strankami, segmente strank in kanale v kanvasu poslovnega modela</p>

<p>T5 - Finance</p>	<p><u>Znanje:</u> K1. Stroškovna struktura K2. Tipi poslovnih struktur K3. Značilnosti stroškovnih struktur K4. Tokovi prihodkov</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent definira stroškovno strukturo in določi stroškovno strukturo za svoje podjetje S2. Študent loči med strukturo podjetja, ki temelji na vrednotah ter strukturo stroškovno usmerjenega podjetja Študent definira, kakšno stroškovno strukturo bo imelo njegovo podjetje S3. Študent definira različne značilnosti stroškovne strukture: fiksni stroški, spremenljivi stroški, ekonomija obseg, ekonomija razpona. Študent vse usvojene koncepte uporabi pri svoji stroškovni strukturi S4. Študent našteje 5 tokov prihodkov podjetja S5. Študent prepozna glavni tok prihodkov za vsak segment strank pri svojem podjetju</p> <p><u>Sposobnosti:</u> C1. Študent razume, da stroškovna struktura vpliva na izbiro poslovnega modela za podjetniško dejavnost C2. Diskusija o različnih stroškovnih strukturah podjetja C3. Študent navede in razume značilnosti stroškovne strukture in njeno implementacijo C4. Študent izrazi, kako podjetje pride do dobička pri vsakem segmentu strank.</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 5 % skupne ocene</p> <p>Domača naloga 4 - študent razvije in predstavi podnaslov »Finance« v kanvasu poslovnega modela za svoje podjetje: 20 % skupne ocene</p>	<p>Študent je osvojil koncepte in na vprašanja odgovarja pravilno</p> <p>Podnaslov »Stranke« v kanvasu poslovnega modela je razumljiv in izraža snov, naučeno v razredu</p> <p>Študent določi stroškovno strukturo in tokove prihodkov v svojem kanvasu poslovnega modela</p>
----------------------------	--	--	---

Predlagana literatura:

1. “Business Model Generation” avtorja: Alexander Osterwalder in Yves Pigneur

Spletni material:

1. <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

Vsebina	Kriterij ocenjevanja
<p>Vsebina izobraževanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 24 ur izobraževanja - 24 ur študijskega dela izven časa izobraževanja - Zagotovitev virov: učilnica, video projektor, zvočna oprema - Učni material: načrt in povzetek učnih ur, PowerPoint predstavitve, predloge domačih nalog <p>Okvir informacij:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spletni kurzi - Obvezna besedila - Dodatna besedila <p>Tehnološki okvir:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dostop do spleta - Dostop do platforme za učenje preko spleta in komunikacijskih orodij <p>Vodstveni okvir</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spremembe pri akademskem predmetu <p>Relacijski kontekst:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Odnos do strank, izvajanje intervjujev s strankami - Odnos do drugih podjetij z izkušnjami in validacija trga, predstavitev in oblikovanje kanvasa poslovnega modela (BMC) 	<p>Kriterij ocenjevanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Študentovo znanje in razumevanje teme se meri s testi in vprašanji v razredu - Študentovo sposobnost, da usvojene koncepte uporabi v resničnem podjetniškem življenju, se meri z domačimi nalogami in projekti <p>Merila uspešnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sposobnost izvršiti dodeljeno nalogo - Sodelovanje v razredu - Sposobnost skupinskega dela - Abstraktna sposobnost - Komunikacijske in predstavitvene sposobnosti - Zmožnost kritičnega razmišljanja <p>Pričakovanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pozitiven odnos študentov do učenja - Proaktivnost - Radovednost <p>Pričakovani rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6 kreditnih točk - Obvladanje novih orodij in usvajanje spretnosti za svojo podjetniško dejavnost. Kazalnik: študent pripravi kanvas poslovnega modela, sklop predstavitev in izvede intervjuje s strankami - Študent je zadovoljen z osvojenim znanjem (meri se s končnim ocenjevanjem pri predmetu)

Predmet 3: Evropske možnosti financiranja podjetij

Cilj

Globalni cilj tega predmeta je podjetniku podati celotno znanje o sistemu evropskih inštitucij in o postopku odločanja. Cilj je študentu zagotoviti glavno znanje o evropskih inštitucijah, finančnem okviru ter evropskem financiranju. Študentje bodo še posebej usvojili sposobnosti in spretnosti za pisanje in vodenje evropskega projekta, kot so na primer odzivanje na razpise za zbiranje predlogov, urejanje strukture projekta, oblikovanje partnerstva in oblikovanje proračunskega načrta.

Oris učnega načrta

Devet enot *Učnega izida* (2 enoti v dveh sklopih)

Trajanje izobraževanja: 60h

3 kreditni točki učenja EQF Level V

Sklop A1 - 1 kreditna točka / 20 ur - Razumevanje, kako deluje Evropska unija

Sklop A2 - 2 kreditni točki / 40 ur - Priložnosti za podjetja v okviru Evropske unije

1. del: Kako deluje Evropska unija

Cilji:

- Podati osnovno znanje o zgodovini Evropske unije in pogodb;
- Študent se nauči, kaj je Evropska unija ter katere so njene glavne inštitucije;
- Študent se nauči, kaj je notranji trg in katere so njegove pozitivne točke;
- Študent razume, kaj je Evropski proračun ter spozna njegove glavne programe.

Učni izidi

Naloga	Sposobnost	Spretnosti	Znanje
Osnove	<p>C1 - Študent spozna glavne korake v integracijskem procesu v Evropski uniji in mednarodni zgodovinski okvir</p> <p>C2 - Študent pozna pogodbe Evropske unije od Evropske skupnosti za premog in jeklo iz leta 1951 do Lizbonske pogodbe iz leta 2009</p>	<p>S1. Študent opiše evropski zgodovinski proces integracije</p> <p>S2. Študent loči glavne značilnosti evropskih pogodb</p>	<p>K1. Evropski zgodovinski integracijski proces</p> <p>K2. Glavne pogodbe Evropske unije</p>
T2. Inštitucije Evropske unije	<p>C1. Študent razlikuje med inštitucijami Evropske unije in njihovimi postopki odločanja</p> <p>C2. Študent prepozna razmerja med inštitucijami Evropske unije</p>	<p>S1. Študent opredeli inštitucije Evropske unije</p> <p>S2. Študent opiše postopek odločanja</p> <p>S3. Študent definira razmerja med inštitucijami Evropske unije</p>	<p>K1. Inštitucije Evropske unije in razlike med njimi</p> <p>K2. Razmerja med inštitucijami Evropske unije</p> <p>K3. Postopek sprejemanja odločitev</p>
T3. Evropski notranji trg in proračun Evropske unije	<p>C1. Študent razume zgodovino oblikovanja notranjega trga Evropske unije</p> <p>C2. Študent prepozna pozitivne točke in omejitve notranjega trga</p> <p>C3. Študent razume proračunski sistem Evropske unije</p> <p>C4. Študent zna opisati glavne Evropske programe za financiranje</p>	<p>S1. Študent definira ključne korake pri oblikovanju notranjega trga</p> <p>S2. Študent razloži delovanje notranjega trga in opredeli glavne udeležene akterje</p> <p>S3. Študent opiše Evropski proračun in njegovo sestavo</p> <p>S4. Študent opiše razlike med evropskimi programi za financiranje</p>	<p>K1. Notranji trg</p> <p>K2. Proračun Evropske unije</p> <p>K3. Evropski programi za financiranje (sklad)</p>

Viri	Ocena
<p>Vsebina izobraževanja: 20 ur učenja; Metoda »učenje skozi prakso« Učni material: PowerPoint predstavitev, povzetki predavanj;</p> <p>Vodstveni okvir Študijski predmeti, vaje in skupinsko delo ter individualno delo;</p> <p>Okvir informacij: Spletni kurz; Literatura, pripravljena s strani CCBI in publikacija Evropske unije</p> <p>Tehnološki okvir Dostop do spleta; Pisarniška programska oprema; Komunikacija: Programska oprema za klepet, spletni brskalnik.</p>	<p>Kriterij ocenjevanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Potrditev študentovega usvojenega znanja <p>Merila uspešnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sposobnost sintetiziranja <p>Pričakovani rezultati</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 kreditna točka - Zadovoljstvo študentov (ocenjevalni vprašalnik) <p>Indikator: stopnja zadovoljstva študentov (Zelo zadovoljen - Zmerno zadovoljen - Nezadovoljen)</p>

2. del: Priložnosti za podjetja v Evropskem okviru

Cilji:

- Študent razume razliko med neposrednim in posrednim financiranjem;
- Študent razume, kaj so Evropski razpisi in njihove dobre točke;
- Študent zna razložiti razliko med razpisi in projekti;
- Študent ve, kako se prijaviti na razpis in projekte
- Študent razume, kdo je vodja evropskega projekta in njegovo vlogo;
- Študent spozna upravljanje projektnega cikla;
- Študent razvije idejo za projekt;
- Študent razume, kako oblikovati partnerstvo;
- Študent zna pripraviti osnutek projekta.

Učni izidi

Naloga	Sposobnost	Spretnosti	Znanje
T1. Možnosti evropskega financiranja: razpisi in projekti	<p>C1. Študent razloži, kaj so Evropski razpisi, in opiše njihove značilnosti in prednosti</p> <p>C2. Študent razloži, kaj so Evropski projekti, in opiše njihove značilnosti in prednosti</p>	<p>S1. Študent prepozna razpis in razume značilnosti evropskih razpisov</p> <p>S2. Študent prepozna ponudbo in razume prednosti in priložnosti projekta</p> <p>S3. Študent prepozna razliko med razpisom in projektom</p>	<p>K1. Evropski razpisi in njihove značilnosti ter prednosti</p> <p>K2. Evropske ponudbe in njihove značilnosti</p> <p>K3. Glavne razlike med razpisi in projekti</p>
T2. Upravljanje projektnega cikla	<p>C1. Študent definira, kdo je vodja evropskega projekta</p> <p>C2. Študent razloži koncept upravljanje projektnega cikla</p> <p>C3. Analiza dokumentov</p>	<p>S1. Študent opiše vlogo vodje projekta</p> <p>S2. Študent opiše glavne značilnosti upravljanja projektnega cikla</p> <p>S3. Študent prepozna glavne dokumente</p>	<p>K1. Vodja projekta</p> <p>K2. Projekti cikla</p> <p>K3. Pomembnost dokumentov</p>
T3 - Logični okvir	<p>C1. Študent razloži strukturo ideje za projekt</p> <p>C2. Študent razume, kako oblikovati mrežo</p> <p>C3. Študent spozna, kako oblikovati partnerstvo</p> <p>C4. Študent pridobi sposobnost snovanja in urejanja projekta</p>	<p>S1. Študent opiše strukturo ideje za projekt</p> <p>S2. Študent določi korake postopka za oblikovanje mreže</p> <p>S3. Študent pokaže sposobnosti za razvoj partnerstva</p> <p>S4. Študent razvije idejo za projekt</p>	<p>K1. Študent oblikuje idejo za projekt</p> <p>K2. Koncept mreženja</p> <p>K3. Koncept partnerstva</p> <p>K4. Urejanje in snovanje ideje za projekt</p>
T4 - Internacionalizacija podjetja	<p>C1. Študent razume, kako internacionalizirati podjetje</p>	<p>S1. Študent določi akterje ter orodja za internacionalizacijo podjetja</p>	<p>K1. Internacionalizacija</p>

Viri	Ocena
<p>Vsebina izobraževanja: 40 ur učenja; Metoda »učenje skozi prakso« Učni material: PowerPoint predstavitev, povzetki predavanj;</p> <p>Vodstveni okvir Študijski predmeti, vaje in skupinsko delo ter individualno delo;</p> <p>Okvir informacij: Spletni kurz; Besedila; Literatura, pripravljena s strani CCBI in publikacija Evropske unije</p> <p>Tehnološki okvir Dostop do spleta; Pisarniška programska oprema; Komunikacija: Programska oprema za klepet, spletni brskalnik.</p> <p>Relacijski kontekst: Srečanja s strokovnjaki Praktične vaje</p>	<p>Kriterij ocenjevanja: - Potrditev študentovega usvojenega znanja</p> <p>Merila uspešnosti: - Sposobnost sintetiziranja - Sposobnost pisne komunikacije - Zmožnost kritične analize</p> <p>Pričakovanja: - Motivacija - Proaktivnost - Timski duh</p> <p>Pričakovani rezultati: - 2 kreditni točki - Študent je sposoben sodelovati pri evropskih projektih - Študentovo zadovoljstvo, izmerjeno z vprašalnikom - Indikator: (Zelo zadovoljen - Zmerno zadovoljen - Nezadovoljen)</p>

Certificiranje

Aktivnost 1 - Kako deluje Evropska unija

Naloga	Znanje (K), spretnosti (S), preverjena sposobnost (A)	Metode ocenjevanja	Kriterij ocenjevanja
T1. Zgodovina in sporazumi Evropske unije	<p><u>Znanje:</u> K1. Evropski zgodovinski integracijski proces K2. Glavne pogodbe Evropske unije</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent spozna glavne korake v integracijskem procesu v Evropski uniji v mednarodnem zgodovinskem okviru S2. Študent pozna pogodbe Evropske unije od Evropske skupnosti za premog in jeklo iz leta 1951 do Lizbonske pogodbe iz leta 2009</p> <p><u>Sposobnosti:</u> A1. Študent opiše evropski zgodovinski proces integracije A2. Študent loči glavne značilnosti evropskih pogodb</p>	<p>Za T1+T2+T3: vprašanja odprtega tipa in vprašalniki z več možnimi odgovori; 40 % skupne ocene</p>	<p>Potrditev študentovega usvojenega znanja; jasna predstavitev in argumentacija</p> <p>Študentovo delo: vestnost, sposobnost sintetiziranja, raziskava in analiza dokumentov</p>
T2. Inštitucije Evropske unije	<p><u>Znanje:</u> K1. Inštitucije Evropske unije in razlike med njimi K2. Razmerja med inštitucijami Evropske unije K3. Postopek sprejemanja odločitev</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent razlikuje med inštitucijami Evropske unije in njihovimi postopki odločanja S2. Študent pozna razmerja med inštitucijami Evropske unije</p> <p><u>Sposobnosti:</u> A1. Študent določi inštitucije Evropske unije A2. Študent opiše postopek odločanja A3. Študent določi razmerja med inštitucijami Evropske unije</p>		
T3. Evropski notranji trg in sredstva	<p><u>Znanje:</u> K1. Notranji trg K2. Sredstva Evropske unije K3. Evropski programi za financiranje (sklad)</p>		

Spretnosti:

- S1. Študent razume zgodovino oblikovanja notranjega trga Evropske unije
- S2. Prepoznavanje pozitivnih točk in omejitev notranjega trga
- S3. Opis glavnih Evropskih programov za financiranje

Sposobnosti:

- A1. Študent definira ključne korake pri oblikovanju notranjega trga
- A2. Študent razloži delovanje notranjega trga in glavne udeležene akterje
- A3. Študent opiše razlike med evropskimi programi za financiranje

Aktivnost 2- Priložnosti za podjetja v evropskem okviru

Naloga	Znanje (K), spretnosti (S), preverjena sposobnost (A)	Metode ocenjevanja	Kriterij ocenjevanja
T1. Možnosti evropskega financiranja: razpisi in projekti	<p><u>Znanje:</u> K1. Evropski razpisi in njihove značilnosti ter prednosti K2. Evropske ponudbe in njihove značilnosti K3. Glavne razlike med razpisi in projekti</p> <p>+ <u>Spretnosti:</u> S1. Študent razloži, kaj so Evropski razpisi, in opiše njihove značilnosti in prednosti S2. Študent razloži, kaj so Evropski projekti, in opiše njihove značilnosti in prednosti</p> <p><u>Sposobnosti:</u> A1. Študent prepozna razpis in razume značilnosti evropskih razpisov A2. Študent prepozna ponudbo in razume prednosti in priložnosti projekta A3. Študent prepozna razliko med razpisom in projektom</p>	<p>Vprašalnik z več možnimi odgovori in odprtimi tipi vprašanj: 15 % skupne ocene</p> <p>- Priprava mape za analizo ključnih dokumentov; raziskava podatkovne baze;</p>	<p>Potrditev študentovega usvojenega znanja;</p> <p>-Študentovo delo: vestnost, sposobnost , raziskava in analiza dokumentov;</p> <p>- Študent obvlada tehnični vidik projekta in uspešno upravlja s časom;</p> <p>- Študent je sposoben predstaviti projekt, predstavitev je jasna, upošteva natančen organizacijski načrt.</p>
T2. Upravljanje projektnega cikla	<p><u>Znanje:</u> K1. Vodja projekta K2. Projekti cikel K3. Pomembnost dokumentov</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent določi, kdo je vodja projekta S2. Študent razloži koncept upravljanje projektnega cikla S3. Analiza dokumentov</p> <p><u>Sposobnosti:</u> A1. Študent opiše vlogo vodje projekta A2. Študent prepozna glavne značilnosti upravljanja projektnega cikla A3. Študent določi glavne dokumente</p>	<p>Vprašanja odprtega tipa in vprašalniki z več možnimi odgovori;</p> <p>20 % skupne ocene</p> <p>Pripravljanje mape za analizo glavnih dokumentov, raziskava podatkovne baze;</p> <p>Urejanje in snovanje projektov</p>	
T3. Logični okvir	<p><u>Znanje:</u> K1. Oblikovanje ideje za projekt K2. Koncept mreženja K3. Koncept partnerstva K4. Urejanje in snovanje ideje za projekt</p>	<p>Vprašanja odprtega tipa in vprašalniki z več možnimi odgovori;</p> <p>Pripravljanje mape za analizo glavnih dokumentov, raziskava podatkovne baze;</p>	

	<p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent razloži strukturo ideje za projekt S2. Študent razume, kako oblikovati mrežo S3. Študent spozna, kako oblikovati partnerstvo S4. Študent pridobi sposobnosti snovanja in urejanja projekta</p> <p><u>Sposobnosti:</u> A1. Študent opiše strukturo ideje za projekt A2. Študent določi korake postopka za oblikovanje mreže A3. Študent pokaže sposobnost za razvoj partnerstva A4. Študent pripravi idejo za projekt</p>	<p>Urejanje in snovanje ideje za projekt</p> <p>Študent našteje možne partnerje za projekt</p> <p>20 % skupne ocene</p>	
T4. Internacionalizacija podjetja	<p><u>Znanje:</u> K1. Internacionalizacija</p> <p><u>Spretnosti:</u> S1. Študent razume, kako internacionalizirati podjetje</p> <p><u>Sposobnosti:</u> A1. Študent določi akterje ter orodja za internacionalizacijo podjetja</p>	<p>Študent našteje primerne in ustrezne akterje in orodja za internacionalizacijo podjetja;</p> <p>Pripravljanje mape za analizo ključnih dokumentov, raziskava podatkovne baze;</p> <p>5 % skupne ocene</p>	

Predmet 4: Podjetniški ekosistem

Predstavitev

Podjetniški ekosistemi so definirani kot sklop neodvisnih akterjev in dejavnikov, ki delujejo na takšen način, da omogočajo produktivno podjetništvo na določenem področju.

Cilji usposabljanja:

- Ozaveščati o socialno-gospodarski vlogi podjetništva na določenem območju, saj je to ključni dejavnik za dinamiko regije.
- Razumevanje sistema interakcij med različnimi akterji v ekosistemu.
- Določanje povezav, ki jih podjetje ali podjetnik razvije z različnimi deležniki in mrežami v podjetniškem okolju.
- Kako spodbujati nastanek podjetniškega ekosistema in kako ga podjetje lahko uporabi.
- Razumevanje razmerij med ekosistemi in sorodnimi pojmi, kot so industrijska območja, grozdi in sistemi inovacij.

Ustvarjanje in razvoj podjetja v kontekstu podjetniškega ekosistema

1. del: Poznavanje koncepta podjetniškega ekosistema (razumevanje analogij z biološkim ekosistemom)

Naloge	Sposobnost	Spretnosti	Znanje	Opis
T1 - Definicija podjetniškega ekosistema	<p>C1 - Zgodba koncepta ekološkega ekosistema</p> <p>C2 - Študent ve, da so bile osnovne ideje podjetniškega ekosistema najprej razvite v osemdesetih in devetdesetih letih kot del odmika podjetniških študijskih izobraževanj stran od individualnih, osebno-usmerjenih izobraževanj proti usposabljanjem s širšo perspektivo, ki je vključevala vlogo socialnih, kulturnih in ekonomskih sil v podjetniškem procesu.</p> <p>C3 - Študent je sposoben določiti vse akterje ekosistema: šole, univerze, investitorje, banke, raziskovalne centre, lokalne oblasti, zasebne ustanove ipd.</p> <p>C4 - Študent pozna vse glavne ključne pogoje, ki določajo ekosistem</p> <p>C5 - Študent spodbuja podjetniško aktivnost, proces, s katerim posamezniki oblikujejo priložnosti ali strukture, ki spodbujajo inovacije: start-up podjetja, patentiranje itn.</p> <p>C6 - Študent pozna in razlikuje med različnimi tipi podjetniških ekosistemov; trg in neuspeh na trgu; nov gospodarski pogled na ljudi, mreže in inštitucije.</p>	<p>S1 - Merjenje interesa lastnika podjetja za integracijo v mrežo z namenom, da bi imeli od ekonomij obsega v kombinaciji s fleksibilnostjo in podjetniškim dinamizmom korist</p> <p>S2 - Študent ve, kako izbrati podjetniški ekosistem, glede na podjetniško aktivnost (prepozna merilo ekosistema):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekosistem start-up podjetij • Univerzitetni podjetniški ekosistem • Podjetniški grozd • Ekonomije aglomeracije • Skupna inovacijska mreža • Sodelovanje (coworking) • Inovacijski sistem • Tvegani kapital <p>S3 - Merjenje pomembnosti družbenega konteksta znotraj podjetniškega ekosistema</p> <p>S4 - Analiza izvedljivosti projekta</p> <p>Specifične spretnosti za bodočega podjetnika</p> <p>S1 - Študent je sposoben upoštevati prioritete, kompleksnost situacije, dnevna tveganja in se soočiti z nepredvidenimi situacijami</p> <p>S2 - Študent dela v dobro</p>	<p>K1 - Definicija podjetniškega sistema</p> <p>K2 - Glavni misleci in teoretiki podjetniškega ekosistema: Harvard Business Review, Daniel Isenberg, Spigel, Stam, Wong, Freeman & Audia ipd.</p> <p>K3 - Dejavniki uspeha v podjetniškem ekosistemu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekosistem je oblikovan v svojem edinstvenem okolju • Ekosistem je okolje z zmanjšanimi birokratkami ovirami. Vladna politika podpira potrebe podjetništva in tolerira neuspešne podjetniške dejavnosti • Aktivno spodbuja in vabi financiranje k sodelovanju pri novem podjetju. Ekosistem je močen, ni zgrajen iz nič, podpora ima s strani vlade, akademskih ali komercialnih organizacij. • Ekosistem je relativno svoboden oziroma lahko spreminja kulturne predsodke, ki bi lahko botrovali neuspehu ali vplivali na delovanje podjetja • Ekosistem kaže uspeh, s katerim privablja nova podjetja • Ekosistem temelji na dialogu me različnimi deležniki <p>K4 - Različni podjetniški</p>	<p>Biološka interpretacija: biološke interpretacije tega koncepta, v katerem je bistvena interakcija med živimi organizmi in fizičnem okoljem, seveda ne gre jemati dobesedno. Podjetniški ekosistem poudarja, da se podjetništvo dogaja v okolju neodvisnih akterjev</p> <p>Podjetniški ekosistem je sestavljen iz več elementov, ki se povezujejo med seboj, akterjev ali področij. Vsak od teh vsebuje pod-elemente, ki vplivajo na usposabljanja in razvoj podjetniških in inovativnih podjetij znotraj določenih regij ali teritorijev.</p> <p>Start-up ekosistem je poseben tip podjetniškega ekosistema (start-up je začasna organizacija, katere cilj je poiskati poslovni model in izkoristiti priložnost v negotovih razmerah)</p>

		<p>medsebojnih odnosov, stremi k sproščanju napetosti, preprečevanju konfliktov in se jim izogiba ter tako spremlja spremembe</p> <p>S3 - Študent predlaga delovne metode, prilagojene kontekstu, upošteva organizacijo kot celoto, ureja datoteke in je vsestranski</p>	<p>ekosistemi, na primer ekosistem, ki je značilen za določeno vejo v industriji (Primer BioRegio v Nemčiji na področju znanosti)</p> <p>K5 - Zgodbe o uspehu: Silicijeva dolina, MITov podjetniški ekosistem, London, New York, Toronto, Tajvan, Izrael, Irska . . .</p>	
--	--	--	---	--

2. del: Trg – trženje (upoštevanje lokalnega okolja in razvoja trga in izvajanje komercialne dejavnosti in operacij trženja z namenom ojačati prodajo ter upoštevanje podobe blagovne znamke)

Naloga	Sposobnost	Spretnosti	Znanje
<p>T2 - Pomembni domači trgi</p> <p>T3 - Pomembni tuji trgi</p>	<p>C1 - Študent ve, da pristop k podjetniškemu ekosistemu vsebuje odmik od klasičnega gospodarskega razmišljanja o poslovanju k novemu pogledu na ljudi, mreže in inštitucije.</p> <p>C2 - Študent je na primeren način sposoben analizirati razmere in situacijo podjetja na njenem trgu</p> <p>C3 - Študent je sposoben analizirati trg skupaj z obrazloženimi predlogi in poslovnim razvojem</p> <p>C4 - Študent je sposoben predlagati strategijo za razvoj podjetja</p> <p>C5 - Študent uporabi kakovosten pristop pri svojem podjetju</p> <p>C6 - Študent je sposoben poslovni trg nadzorovati za prakse, produkte, regulacije in tržne aktivnosti.</p>	<p>S1 - Podjetniški ekosistemi so dinamični. Pojma tržna in strukturna napaka sta zelo statična: ali obstajata ali pa ne. Podjetniški ekosistemi so soustvarjeni. So dinamična stikanja med njegovimi deležniki</p> <p>S2 - Vstopanje na trg ali ustvarjanje trga je odvisen od strategije. Ali jo podjetnik pozna ali ne.</p> <p>S3 - Študent oceni potencialne stranke, ki lahko podajo svoje mnenje ali inovativne produkte oziroma storitve</p>	<p>K1 - Dostopnost in odzivnost trga</p> <p>K2 - Dostop do strank na domačem ali tujem trgu</p> <p>K3 - Pomembnost intelektualne lastnine in patentnega varstva</p> <p>K4 - Analiza tržnih trendov</p> <p>K5 - Trženjsko in konkurenčno obveščanje</p> <p>K6 - Nadzorovanje evolucije poslovnega trga</p> <p>K7 - Tržna strategija in njena uporaba</p> <p>K8 - Tehnike zvestobe</p> <p>K9 - Identifikacija ali relevantni viri informacij</p>

3. del: Kultura podjetja (študent je sposoben opredeliti in oblikovati določeno kulturo podjetja v skladu s strategijo in cilji podjetja)

Naloge	Sposobnost	Spretnosti	Znanje	Opis
<p>T1 - Toleriranje tveganja in neuspeha</p> <p>T2 - Prednost samozaposlitve</p> <p>T3 - Zgodbe o uspehih - vzornikih</p> <p>T4 - Raziskava, izobrazba in podporni programi</p> <p>T5 - Pozitivna podoba podjetništva</p> <p>T6 - Pomembnost inovacij</p>	<p>C1 - Študent pozna osnove kulture podjetja</p> <p>C2 - Študent prepozna vrednote in vedenje, ki olajšajo vodenje podjetja</p> <p>C3 - Študent je sposoben sestaviti poslovni projekt in med uveljavljanjem njegove identitete določiti glavne cilje, vrednote, filozofijo podjetja.</p>	<p>S1 - Študent spodbuja kulturo, ki tolerira napake, neuspeh, vrednost tveganja in kontradikcije, in podjetništvo razume kot pozitivno izbiro</p> <p>S2 - Študent spodbuja izmenjavo izkušenj: Uspešni posamezniki ponovno vložijo svoj čas, denar in izkušnje z namenom, da bi spodbudili in podprli nove podjetniške aktivnosti</p> <p>S3 - Študent spodbuja raznolikost in ponuja raznorazne programe in projekte, ki privlačijo razne podjetnike, zvrsti in različne nivoje</p>	<p>K1 - Razvoj goste mreže razmerij med različnimi akterji</p> <p>K2 - Specifična kultura podjetja, ki združuje deležnike</p> <p>K3 - Podjetniško usposabljanje</p> <p>K4 - Toleranca tveganja in napak, pozitiven družbeni status podjetništva</p>	<p>Odpri ekosistem z lahkoto sprejme nove člane, dovoli izmenjavo informacij med člani in podpira njihovo pestrost.</p> <p>Dostop do bivalnih in delovnih mest je ključnega pomena za razvoj podjetniškega ekosistema.</p> <p>Visoka gostota podjetnikov je pomembna, saj ustvarja dinamiko za uveljavljene podjetnike, zagotavlja dostopne točke za nove člane ekosistema in spodbuja izmenjavo informacij.</p>

4. del: Izobraževanje in usposabljanje (študent se zaveda pomembnosti izobrazbe in usposabljanja)

Naloga	Sposobnost	Spretnosti	Znanje	Opis
T1- Pred-univerzitetna izobrazba	C1 - Študent pozna postopek zaposlovanja	S1 - Študent pozna inštitucije na višjem nivoju - univerze, ki spodbujajo inovacije s pomočjo spodbujanja raziskovanja	K1 - Bližina univerzitetnih središč / poslovnih šol, raziskovalnih centrov	Start-up podjetje zahteva veliko različnega znanja in učenja, da se spopada s tipično resnimi omejitvami virov.
T2- Univerzitetna izobrazba	C2 - Študent glede na potrebe določi kandidatovo pozicijo in profil	S2 - Študent pozna podjetniški center za usposabljanje ter se trudi za nastanek start-up podjetij		Podjetnikovo znanje je ključnega pomena. Znanje o podjetniškem procesu se deli med podjetniki in mentorji prek informacijske socialne mreže, podjetniških organizacij in ponujenih usposabljanj
T3 - Posebno podjetniško usposabljanje	C3 - Študent ve, kakšno strategijo uporabiti za iskanje kandidatov			

5. del: Podporni mehanizmi (študent pozna glavne akterje in opremo za podporo podjetjem)

Naloga	Sposobnost	Spretnosti	Znanje	Opis
T1- Mentorji / svetovalci Strokovne službe Inkubatorji / pospeševalniki / skupne pisarne (coworking) Mreža podjetniških vrstnikov T2 - Tehnična nadarjenost T3 - Sposobnost najemanja zunanjih izvajalcev T4 - Izkušnja podjetja: Vodenje - mreženje - mentorstvo	C1 - Študent ve, kdo lahko pomaga pri zagonu podjetja Zasebni kapital Tvegani kapital Poslovni angel (mecen) Dostop do kreditov / posojil	S1 - Študent pozna javne voditelje, ki spodbujajo podjetništvo in podjetnike S2 - Študent pozna vlado / administrativne službe, ki spodbujajo inštitucije, ki so povezane s podjetništvom, ter olajšujejo pravne prepreke S3 - Študent pozna glavne akterje in pripomočke za zagon podjetja	K1 - Obstoj izobraževalnih programov, konferenc, seminarjev → neformalne izobrazbe K2 - Mreže strokovnjakov z različnih področij K3 - Obstoj vladnih programov, ki spodbujajo lokalni gospodarski razvoj K4 - Kakovost življenja na območju S5 - Različni tipi pomoči <ul style="list-style-type: none"> • Socialna pomoč • Davčna pomoč • Finančna pomoč • Informacijska pomoč in podpora • Podporne mreže pri ustanovitvi 	Različne vrste podjetniške pomoči: vladne in nevladne institucije, inkubatorji, skupne pisarne (coworking), coaching Podjetniška pomoč pri internacionalizaciji podjetja Prisotnost tehnološkega grozda pozitivno vpliva na podjetništvo Najbolj inovativna podjetja imajo pozitiven vpliv na druge lokalne inovatorje, čeprav običajno z zakasnitvijo

6. del: Infrastrukturni regulativni okvir in infrastruktura

Dejavnost	Naloge	Sposobnost	Spretnosti	Znanje	Opis
<p>OKVIRNI POGOJI</p> <p>Dejavnost 6: Infrastruktura</p> <p>Zagotovljen javni prevoz</p> <p>Poznavanje lokalne politike in pomoči pri poslovnem razvoju</p> <p>Regulativni okvir in infrastruktura</p> <p>Vlada in politika</p>	<p>T1 - Fiskalna vzpodbuda</p> <p>T2 - Dostop do prevoza</p> <p>T3 - Dostop do osnovne infrastrukture (Voda, elektrika, telekomunikacije/ splet ...)</p> <p>T4 - Fizična infrastruktura</p>	<p>C1 - Študent razume, da okvirne pogoje sestavljajo socialni (neformalne in formalne inštitucije) in fizični pogoji, ki omogočajo ali ovirajo človeško interakcijo.</p> <p>C2: Študent razume, da so sistemski pogoji center ekosistema in vključujejo mrežo podjetnikov, voditeljev, financ, talenta, znanja in podpornih storitev.</p>	<p>S1 - Študent ve, kako upoštevati pomembnost obstoječe infrastrukture, telekomunikacije, prevoza, energije, bližine inkubatorjev, poslovnih parkov itn.</p> <p>S2 - Študent izmeri vpliv javnega sektorja na podjetništvo</p> <p>S3 - Študent spozna, kako zaustaviti beg možganov</p> <p>S4 - Študent prepozna uspešna podjetja, ki imajo vlogo vzornika, spodbuja raziskave ter podpira lokalno podjetništvo s pomočjo specifičnih pobud</p> <p>S5 - Študent upošteva družbene spremembe v prihodnosti</p> <p>S6 - Študent je sposoben uporabljati digitalne vire informacijskega sistema v podjetju.</p>	<p>K1 - Politika in pravila so eni glavnih dejavnikov, ki lahko vplivajo na vlogo elementov v ekosistemu</p>	<p>Geografska bližina pomaga v smislu pridobivanja znanja in ustvarjanja sodelavskih vezi pri start-up podjetjih. V zgodnjih fazah ter z manj razvitimi zunanjimi povezavami je geografska bližina posebej pomembna za pridobivanje znanja. Pomembnost geografske bližine lahko s časom upade, saj podjetje lahko investira v raziskave in se bolj razvija</p> <p>Zaradi aglomeracije, posebej v urbanih okoljih, se nova podjetja lažje uveljavijo, odkrijejo trg, priložnosti in izkoristi prilagodljivost delavnega trga. Na primer: multinacionalno podjetje ustvarja priložnosti za okoliške podjetniške storitve, ki temeljijo na znanju.</p> <p>Aglomeracija lahko tudi olajša razvoj tržno usmerjenega izdelka. Sodelovanje znotraj regije pa je pogosto pomembnejše za inovacije, ki temeljijo na znanosti.</p> <p>Gostota podjetij na določenem področju / regiji oblikuje ekonomijo obsega s pomočjo specializiranih storitev in nabora talentov, ki so potrebni za rast podjetja</p> <p>»Dajte nam prostor, da lahko eksperimentiramo, in ne ubijajte nas z vsemi možnimi prepovedi, dolžnostmi in obtožbami.«</p> <p>»Dajte nam prostor, da lahko eksperimentiramo, in ne ubijajte nas z vsemi možnimi prepovedi, dolžnostmi in obtožbami.«</p>

7. del: Človeški kapital / razpoložljivost delovne sile (študent razume upravljanje s človeškimi viri)

Naloga	Sposobnost	Spretnosti	Znanje	Opis
T1 - Nadarjenost za upravljanje	C1 - Kako ohraniti človeški kapital? Kako pritegniti nadarjene?	S1 - Študent spodbuja podjetniško kulturo	K1 - Vloga podjetnika pri človeškem kapitalu <ul style="list-style-type: none"> • Sam posameznik • Vsi akterji, ki delajo z vodjem podjetja • Nabor sposobnosti in različnih posameznikov 	Inovacije so pogosto intelektualna lastnina, ki jo lahko izkoriščamo na različne načine.
T2 - Tehnična nadarjenost	C2 - Študent ve, kako neprestano upravljati s tokom talentov			Kako: potrebujemo inženirje, razvijalce, grafične oblikovalce, ljudi v prodaji, administratorje, vodje ... Vse te ljudi potrebujemo za zagon in rast inovativnih podjetij
T3 - Sposobnost najemanja zunanjih izvajalcev				
T4 - Dostop do priseljene delovne sile			K2 - Obstoječe usposabljanje Team-building, posamezno ali skupinsko vodenje, mentorstvo, sproščanje / dobro počutje itn.	
T5 - Podjetniška izkušnja podjetja: Vodenje - mreženje - mentorstvo				

8. del: *Financiranje in finance (študent ve, kako določiti in mobilizirati različne vire financiranja podjetja)*

Naloge	Sposobnost	Spretnosti	Znanje	Opis
Prijatelji in družina Zasebni kapital Tvegani kapital Poslovni angel (mecen) Dostop do kreditov/posojil	C1 - Študent pozna različne vire naložb, znanje finančne vire in ve, kako implementirati investicijsko odločitev	S1 - Študent najde privatne investitorje in olajša iskanje projektov. Podjetja lažje dostopajo do finančnih sredstev	K1 - Vpletenost bank in investitorjev v lokalnem gospodarstvu K2 - Vloga poslovnih angelov (mecenov) K3 - Različni modeli financiranja podjetja z velikim potencialom glede na njihov razvoj: <ul style="list-style-type: none"> • Financiranje s strani družine ali prijateljev • Tekmovanja • Pomoč • Inkubatorji • Množično financiranje • Poslovni angeli • Tvegani kapital K4 - klasične metode financiranja Samo-financiranje Povečanje kapitala Posojilo Leasing Financiranje poslovnega cikla (FDR) Konkurenca med bankami Poslovni kredit	Kapital: po definiciji, nobeno novo podjetje ne more začeti svoje poti brez denarja in primerne infrastrukture =>vloženi kapital v opredmetena osnovna sredstva

Vsebina	Kriterij ocenjevanja
<p>Viri</p> <p>Spletni viri Literatura Spletni kurz Izmenjava dobrih praks / pričevanje podjetnikov Evropski poslovni vodnik ESE projekta</p> <p>Podatki in informacije, ki so na voljo</p> <p>Informacije o strateških in tržnih odločitvah, ki so bile sprejete znotraj SME, glede na zastavljene cilje Tržni dokumenti: nabavni nalogi, dobavnice, računi, standardne pogodbe, razpisi itn.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pravila v povezavi z javnimi naročili, tržnimi pogodbami • Informacije o izdelkih in cenah, popustih, splošnih pogojih prodaje, garancijah - Predstavitev različnih postopkov in procedur, ki jih uporablja podjetje • Računovodski, pravni in poslovni davčni dokumenti - Informacije o izdelkih in storitvah, ki se jih potrebuje za delovanje (standardi) - Informacije o politiki javnih naročil družbe (merila za sklicevanje, specifikacije, količine, hitrost, omejitve) - Računovodska organiziranost podjetja, računovodski informacijski sistem - Računovodski dokumenti podjetja <p>Oprema in programska oprema, ki je na voljo študentom</p> <ul style="list-style-type: none"> • Multimedijški mikroračunalniki, povezani na notranje in zunanje omrežje, tiskalniki • Oprema za komunikacijo (stacionarni in mobilni telefoni) • Pisarniška programska oprema: program za pisanje, program za oblikovanje preglednic, oprema za predstavitve, oprema za komunikacijo (na primer za pošiljanje sporočil) 	<p>Analiza tržne situacije podjetja in upoštevanje prioritet, naključnosti in značilnosti trga</p> <p>Izbira razvojnih osi v skladu z gospodarskim modelom podjetniškega ekosistema</p> <p>Sposobnost izvajanja strateške analize za določanje virov, ki so na voljo podjetju, in ključnih dejavnikov uspeha okolja, v katerem deluje, z namenom predlagati strateške usmeritve da bi glede na značilnosti konkurence</p>

Referenčni dokument o certificiranju

Sklop znanj 1

ZAGON SVOJEGA PODJETJA V KONTEKSTU PODJETNIŠKEGA EKOSISTEMA

Znanje, spretnosti, ocenjena sposobnost	Metode ocenjevanja	Kriterij ocenjevanja
<p>Študent je sposoben predstaviti postopek ustvarjanja podjetja</p> <p>Izbor podjetniškega ekosistema: konteksta, tipa, geografske lokacije, finančnega vira, človeškega kapitala itn.</p> <p>Študent je sposoben razviti misel, ki temelji na težavah</p> <p>Tehnike, v povezavi s podjetjem</p> <p>Študent, ki obvlada svoje področje, glede na njegov nivo, je sposoben prikazati profesionalne sposobnosti in znanje, ki se jih od njega pričakuje.</p> <p>Študent je sposoben objektivno oceniti vsebino in izid študija oziroma vodnega projekta</p> <p>Za pisanje zaključne naloge / poročila o pripravištvu</p> <p>Kandidat mora v pisnem izdelku izraziti svoje razmišljanje in upoštevati pravila</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Stil in pravopisna pravila kandidatovega jezika; ✓ Kandidat mora izražati jasno misel; ✓ Študent mora organizirati svoje razmišljanje glede na pripravljen, točno določen načrt; ✓ Študent izpolni zahteve za predstavitev in vsebino, ki so določene v repozitoriju testov. 	<p>Predstavitev obstoječega poslovnega primera in/ali projekt oblikovanja lastne podjetniške dejavnosti</p> <p>Študentje predstavijo svoje projekte oblikovanja ali prevzema podjetja. Projekt bodo študentje predstavili govorno (ob uporabi računalnika) in pisno</p> <p>Študent obvlada tehnični vidik, ki ga obravnava v svojem zaključnem delu, in pokaže avtonomnost na tem področju.</p> <p>Študent pokaže svojo strokovno znanje na tehničnem področju, ki se nanaša na njegovo specialno področje, v skladu s stopnjo izobrazbe EQF level V</p>	<p>Pisna naloga + ustna predstavitev</p> <p>Pisna naloga: Pisni dokument mora odražati rezultate raziskave, analize in implementacije, ki se nanašajo na resnične ali dobro definirane vidike dejavnosti nekega podjetja in so vezani na evropski gospodarski kontekst.</p> <p>Opazovanje prakse v podjetju, organizacija in / ali branje.</p> <p>Iz teoretičnih del v zvezi s predmetom mora kandidat najti težavo, specifično za kontekst. Teoretična dela morajo kandidatu dati priložnost, da razvije analizo, in konkretne predloge, ki jih mora utemeljiti.</p> <p>Ustni izpit traja 1 uro</p> <p>Ustno: govorna predstavitev (30 minut) + vprašanja /odgovori komisije (30 minut)</p> <p>Kandidat mora:</p> <p>Imeti dober pregled nad temo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pravilno in jasno govoriti; ✓ Organizirati svoje ideje; ✓ Obvladati vsebino izpita; ✓ Obvladovati čas ✓ Dobro argumentirati, z namenom prepričati poslušalce ✓ Aktivno poslušati <p>Popolnoma obvladati prineseno dokumentacijo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Biti sproščen pri predstavitvi in uporabiti dokumente, ki podpirajo ustno komunikacijo. ✓ Znati stopiti korak nazaj in pregledati interes in osebno ter strokovno prednost, ki jo ponujajo raziskava in kontakt s podjetji.

Specifična literatura

Building Entrepreneurial Ecosystems Conducive to Student Entrepreneurship: New Challenges for Universities - Mireille Matt
Entrepreneurial Ecosystems: Place-Based Transformations and Transitions - [Allan O'Connor](#)
Entrepreneurial Ecosystems: Perspectives from Emerging Economies- [Mathew J Manimala](#)

Spletni viri

[L'écosystème entrepreneurial à Bordeaux Métropole](#)
[Entrepreneurship ecosystem - Wikipedia](#)
[Entrepreneurial Ecosystems](#)
[Entrepreneurial Ecosystems - OECD.org](#)
[Entrepreneurial Ecosystems: Research, Policy and Practice ...](#)

Predmet 5: Družbena odgovornost podjetij

Cilj

Cilj je usposobiti profesionalce, ki lahko izvajajo pristop družbene odgovornosti podjetij (POD) od odkrivanja težav pa do razvoja akcijskega načrta in pisanja poročila o družbeni odgovornosti podjetij.

Predstavitev učnega načrta

Šest enot *Učnega izida* (3 enote v dveh sklopih znanj)

Trajanje izobraževanja: 35 ur - 60 ur dela

2 kreditni točki učenja EQF Level V

Sklop znanj A: 1 kreditna točka / 17 ur učenja - Razumevanje DOP

Sklop znanj B: 1 kreditna točka / 18 h - Izvajanje DOP

Učni izidi

1. del: Razumevanje družbene odgovornosti podjetij (DOP): težave, definicija, regulativni okvir

Aktivnosti	Naloge - enote učnega izida	Sposobnost - zahtevane kompetence	Spretnosti - nadarjenost	Znanje	Meje znanja
A1 - Osnove družbene odgovornosti podjetij	T1 - Trajnostni razvoj in družbena odgovornost podjetij	C1 - Študent pozna teoretično osnovo za trajnosti razvoj in družbena odgovornost podjetij C2 - Analiza družbene odgovornosti podjetij in prakse podjetij	A1 - Študent prepozna težave trajnostnosti in družbene odgovornosti A2 - Študent razume družbeno odgovornost podjetij in jo vključuje v podjetje A3 - Študent analizira družbeno odgovornost podjetij s pomočjo strokovnih in študijskih informacij A4 - Študent razume nove ekonomske modele (krožno gospodarstvo, socialna in solidarnostna ekonomija)	S1 - Težave trajnostnega razvoja in družbene odgovornosti podjetij S2 - Teoretični okvir družbenega okvira podjetij S3 - Ukrepi družbene odgovornosti podjetij in prakse podjetij	Začetek trajnostnega razvoja Konceptualni pristop k trajnostnemu razvoju (močna/šibka trajnostnost) Strateško upravljanje in trajnostni razvoj Evalvacija gospodarske, okoljske in družbene učinkovitosti
	T2 - Institucionalizacija družbene odgovornosti podjetja in standard ISO 260000	C1 - Mobilizacija legalnih normativnih instrumentov	A1 - Študent določi vodilne principe DOP A2 - Študent organizira kontekstualizirano pravno spremljanje DOP A3 - Študent usvoji evropske in nacionalne predpise A4 - Študent določi standarde, certifikate, oznake pri pristopu DOP A5 - Študent opiše principe in smernice standarda ISO 26000	S1 - Mednarodne konvencije in priporočila, globalni učinek S2 - Evropski in nacionalni pravni okvir S3 - CST standardi Certificiranje in označevanje	Usvajanje besedil o zakonih Uporaba standardov v podjetju
	T3 – Poročilo DOP in nefinančna ocena	C1 - Študent obvlada orodja za nefinančno poročanje C2 - Študent razume težave nefinančnega poročanja	A1 - Študent usvoji standarde pobude za globalno poročanja (GRI) A2 - Analiza prikaza, statistike in rezultatov sledenja dokumentov A3 - Študent določi težave nefinančnega poročanja	S1 - Okviri nefinančnega poročanja S2 - Indikatorji družbene odgovornosti podjetij S3 - Nefinančno poročanje	Metode finančnega ocenjevanja Določanje indikatorjev družbene odgovornosti podjetij

Pogoj za realizacijo / viri za pridobivanje rezultatov Vsebina	Merila uspešnosti Kriterij ocenjevanja
<p>Vsebina izobraževanja</p> <ul style="list-style-type: none"> - 17 h učenja - Zagotovitev materialnih virov (učilnica, pisarniško pohištvo video projektor) - Učni material: načrt in povzetki učnih ur, PowerPoint predstavitve s predavanj - Spreminjanje skupinskega dela in individualnega dela <p>Okvir informacij:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spletni kurzi - Obvezna literatura - Literatura, znanstveni članki, strokovni časopisi in spletne strani <p>Tehnološki okvir</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dostop do spleta - Pisarniška programska oprema - Komunikacijska orodja: pošiljanje sporočil, programska oprema, spletni brskalnik <p>Vodstveni okvir</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spreminjanje študijskih programov, skupinsko delo <p>Relacijski kontekst</p> <ul style="list-style-type: none"> - Razmerje s podjetji - Konferenca / pogovor z DOP menedžerji podjetij ali povzetki video posnetkov menedžerjev 	<p>Kriterij ocenjevanja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Potrditev študentovega usvojenega znanja <p>Študentovo delo: marljivost; predstavitve (govorne in pisne), raziskava ter pregled literature</p> <ul style="list-style-type: none"> - Indikatorji: Stalno preverjanje znanja <p>Merila uspešnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Delovna sposobnost - Sposobnost sintetiziranja - Zmožnost kritičnega razmišljanja <p>»Pričakovana«</p> <ul style="list-style-type: none"> - Motivacija - Timski duh - Metoda in strogost <p>Pričakovani rezultati</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 kreditni točki - Študentovo zadovoljstvo (uporaba ocenjevalnega vprašalnika) <p>Indikator: stopnja zadovoljstva študentov (Zelo zadovoljen - Zmerno zadovoljen - Nezadovoljen)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Integracija v ekonomski svet Indikator: sledenje študentom 3 mesece, 6 mesecev in 1 leto po usposabljanju

Pravila certificiranja

2. del - osnove družbene odgovornosti podjetja

Naloge	Znanje (K), spretnosti (S), preverjena sposobnost (A)	Metode ocenjevanja	Kriterij ocenjevanja
T1 - trajnostni razvoj in družbena odgovornost podjetij	<p>Znanje:</p> <p>K1 - Trajnostni razvoj in težave družbene odgovornosti podjetij</p> <p>K2 - Teoretični okvir družbenega okvira podjetij</p> <p>K3 - Ukrepi družbene odgovornosti podjetij in prakse podjetij</p> <p>Spretnosti:</p> <p>S1 - Študent pozna teoretično osnovo za trajnostni razvoj in družbena odgovornost podjetij</p> <p>S2 - Analiza družbene odgovornosti podjetij in prakse podjetij</p> <p>Sposobnosti:</p> <p>A1 - Študent prepozna težave trajnostnosti in družbene odgovornosti</p> <p>A2 - Študent razume družbeno odgovornost podjetij in jo vključuje v podjetje</p> <p>A3 - Študent analizira družbeno odgovornost podjetij s pomočjo strokovnih in študijskih informacij</p> <p>A4 - študent razume nove poslovne modele</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z zapiski in vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 20 % skupne ocene</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Potrditev študentovega usvojenega znanja - Študentovo delo: vestnost; raziskava in analiza dokumentov; delanje obnove - Študent je sposoben analizirati in sintetizirati avdio ali video posnetke, pregledovati specializirane medije ter znanstvene članke
T2 - Institucionalizacija DOP in standard ISO 26000	<p>Znanje:</p> <p>K1 - Mednarodne konvencije in priporočila, globalni učinek</p> <p>K2 - Evropski in nacionalni pravni okvir</p> <p>K3 - Standardi, certificiranje in oznake DOP</p> <p>Spretnosti:</p> <p>S1 - Mobilizacija legalnih normativnih instrumentov</p> <p>Sposobnosti:</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 15 % skupne ocene</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Potrditev študentovega usvojenega znanja - Študentovo delo: vestnost, raziskava in analiza dokumentov

	<p>A1 - Študent določi vodilne principe DOP A2 - Študent organizirano spremlja zakonodajo DOP A3 - Študent usvoji evropske in nacionalne predpise A4 - Študent določi standarde, certifikate, oznake pri pristopu DOP A5 - Študent opiše principe in smernice standarda ISO 26000</p>		
<p>T3 - DOP poročilo in nefinančna ocena</p>	<p>Znanje: K1 - Okviri dodatnega finančnega poročanja K2 - indikatorji družbene odgovornosti podjetij K3 - Nefinančno poročanje</p> <p>Spretnosti: S1 - Študent obvlada orodja za nefinančno poročanje S2 - Študent razume težave nefinančnega poročanja</p> <p>Sposobnosti: A1 - Študent usvoji standarde pobude za globalno poročanja (GRI) A2 - Analiza prikaza, statistike in rezultatov sledenja dokumentov A3 - Študent določi težave nefinančnega poročanja</p>	<p>Stalno preverjanje znanja z vprašanji (metoda izbrana s strani učitelja): 15 % skupne ocene</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Potrditev študentovega usvojenega znanja - Študentovo delo: vestnost, raziskava in analiza dokumentov

3. del - Izvajanje DOP pristopa: študija primera

Aktivnosti:	Naloge - Grozdi učnih izidov (L.O.)	Sposobnost	Spretnosti - nadarjenost	Znanje	Meje znanja
A1 - Implementacija pristopa družbene odgovornosti podjetja	T1 - Strategija družbene odgovornosti podjetij	<p>C1 - Študent definira strategijo družbene odgovornosti podjetij</p> <p>C2 - Študent obvlada tehnike obvladovanja projektov, priložnosti in tveganj v povezavi s projekti družbene odgovornosti podjetja</p>	<p>S1 - Študent predstavi in razloži namen, cilje, težave in tveganja strategije družbene odgovornosti podjetja</p> <p>S2 - Analiza DOP diagnoze</p> <p>S3 - Študent postavi strateške smeri v skladu z notranjimi pravili in priporočili ter upošteva potrebe / omejitve podjetja (pravne, ekonomske ali družbene)</p>	<p>K1 - Strateško upravljanje</p> <p>K2 - Tehnike vodenja projekta družbene odgovornosti podjetja (diagnoze, izzivi, strategija, akcijski načrt, ocena)</p>	<p>Fiktivni primeri / ne vključenost v podjetje</p> <p>Delni nadzor nad pristopom DOP projekta</p>
	T2 - Akcijski načrt družbene odgovornosti podjetja	<p>C1 - Študent razvije program ukrepov za implementacijo</p> <p>C2 - Deležniki, združeni v okviru strategije DOP</p> <p>C3 - Olajševanje pristopa družbene odgovornosti podjetja</p>	<p>S1 - Prenos strategije v akcijski načrt v treh dimenzijah DOP (okoljski, gospodarski in socialni)</p> <p>S2 - Študent sestavi seznam ukrepov (ciljev, pobud, indikatorjev uspeha /rezultatov)</p> <p>S3 - Študent določi vpliv podjetja njegovih deležnikov</p> <p>S4 - Komunikacija in sodelovanje z deležniki (Pričakovanja in predlogi)</p> <p>S5 - Notranja mobilizacija (usvajanje težav DOP)</p> <p>S6 - Oblikovanje medija in primernih komunikacijskih orodij</p>	<p>K1 - Kako sestaviti akcijski načrt družbene odgovornosti podjetja</p>	<p>Fiktivni primeri / ne vključenost v podjetje</p> <p>Delni nadzor nad izpopolnjevanjem programa ali ukrepov</p>

	T3 - Usmerjanje procesa	<p>C1 - Študent uporabi metode poročanja družbene odgovornosti podjetij</p> <p>C2 - Študent uporablja orodje vodenja, za zagotovitev stalnega nadzora in izboljšav delovanja DOP</p>	<p>S1 - Študent napiše in zagovarja poročilo v skladu s standardi družbene odgovornosti podjetja</p> <p>S2 - Študent sestavi kontekstualiziran prikaz DOP indikatorjev</p>	<p>K1 - Standardi o poročanju o DOP (globalni dogovor, pobuda za globalno poročanje GRI Global reporting initiative)</p> <p>K2 - Indikatorji družbene odgovornosti podjetij</p>	<p>Fiktivni primeri / ne vključenost v podjetje</p> <p>Delni nadzor nad poskusnim orodjem</p>
--	-------------------------	--	--	---	---

Vsebina	Kriterij ocenjevanja
<p>Vsebina izobraževanja</p> <ul style="list-style-type: none"> - 18 h učenja - Zagotovitev materialnih virov (učilnica, pisarniško pohištvo video projektor) - Učni material: načrt in povzetki učnih ur, PowerPoint predstavitve s predavanj - Spreminjanje skupinskega dela in individualnega dela <p>Okvir informacij:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spletni kurzi - Obvezna literatura - Literatura, znanstveni članki, strokovni časopisi in spletne strani <p>Tehnološki okvir:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dostop do spleta - Pisarniška programska oprema - Komunikacijska orodja: pošiljanje sporočil, programska oprema, spletni brskalnik <p>Vodstveni okvir:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spreminjanje študijskih programov, skupinsko delo 	<p>Kriterij ocenjevanja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usvojena vsebina znanja - Študentovo delo: vestnost; scenarij za razvoj DOP strategije; priprava mape o implementaciji DOP pristopa v podjetju - Indikatorji: igra vlog (jasna predstavitev, argumentacija, upoštevanje navodil); Mapa poročil in zapiskov <p>Merila uspešnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Delovna sposobnost - Sposobnost sintetiziranja - Zmožnost kritičnega razmišljanja - Zmožnost pisne in govorne komunikacije - Moč predloga <p>»Pričakovana«</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vključenost - Timski duh - Metoda in strogost - Dinamizem

Relacijski kontekst:

- Odnosi s podjetji
- Konferenca / pogovor z DOP menedžerjem podjetij ali povzetki video posnetkov menedžerjev

Pričakovani rezultati

- 2 kreditni točki
- Študent je funkcionalen v ekonomskem svetu
- Študentovo zadovoljstvo (uporaba ocenjevalnega vprašalnika). Indikator: stopnja zadovoljstva študentov (Zelo zadovoljen - Zmerno zadovoljen - Nezadovoljen)
- Integracija v ekonomski svet Indikator: sledenje študentom 3 mesece, 6 mesecev in 1 leto po usposabljanju

Standard za certificiranje

2. del - implementacija pristopa družbene odgovornosti podjetja

Naloge	Znanje (K), spretnosti (S), preverjena sposobnost (A)	Kriterij ocenjevanja	Kriterij ocenjevanja
T1 - Strategija družbene odgovornosti podjetij	<p>Znanje:</p> <p>K1 - Strateško upravljanje</p> <p>K2 - Tehnike vodenja projekta družbene odgovornosti podjetja (diagnoze, izzivi, strategija, akcijski načrt, ocena)</p> <p>Spretnosti:</p> <p>S1 - Študent definira strategijo družbene odgovornosti podjetij</p> <p>S2 - Študent obvlada tehnike obvladovanja projektov, priložnosti in tveganj v povezavi s projekti družbene odgovornosti podjetja</p> <p>Sposobnosti:</p> <p>A1 - Študent predstavi in razloži namen, cilje, težave in tveganja strategije družbene odgovornosti podjetja</p> <p>A2 - Analizira diagnostiko družbene odgovornosti podjetja</p> <p>A2 - Študent postavi strateške smeri v skladu z notranjimi pravili in priporočili ter upošteva potrebe / omejitve podjetja</p>	<p>Stalno preverjanje znanja (15 %) končne ocene):</p> <p>Igranje vlog za ocenjevanje strategije družbene odgovornosti podjetja</p>	<p>Igranje vlog: študent upošteva navodil (čas, cilji ...) jasno predstavitev, argumentacijo</p> <p>Študent je sposoben uporabiti akademske sposobnosti za razvoj strategije</p> <p>Relacijske sposobnosti študenta</p>
T2 - Akcijski načrt družbene odgovornosti podjetja	<p>Znanje:</p> <p>K1 - Kako sestaviti akcijski načrt družbene odgovornosti podjetja</p> <p>Spretnosti:</p> <p>S1 - Študent razvije program ukrepov za implementacijo</p> <p>S2 - Deležniki, združeni v okviru strategije DOP</p> <p>S3 - Olajševanje pristopa družbene odgovornosti podjetja</p> <p>Sposobnosti:</p> <p>A1 - Prenos strategije v akcijski načrt v treh dimenzijah DOP (okoljski, gospodarski in socialni)</p>	<p>Stalno preverjanje znanja (35 %) končne ocene):</p> <p>- Oblikovanje mape o podjetju: razvoj programa ukrepov; pisanje seznama ukrepov; oblikovanje prikaza DOP indikatorjev</p>	<p>Kakovost akcijskega programa: ustreznost ukrepov v zvezi s cilji DOP, konsistentnost ukrepov, razvrščanje ukrepov po pomembnosti</p> <p>Kakovost seznama ukrepov: splošna čitljivost, definicija in časovni okvir podukrepov, indikatorji uspehov / rezultati</p> <p>Kakovost prikaza (relevantni indikatorji, čitljivost, zanesljivost, lahko se ga posodobi)</p>

	<p>A2 - Študent sestavi seznam ukrepov (ciljev, iniciativ, indikatorjev uspeha /rezultatov). Študent sestavi seznam ukrepov (ciljev, iniciativ, indikatorjev uspeha /rezultatov)</p> <p>A3 - Študent določi vpliv podjetja in njegovih deležnikov</p> <p>A4 - Komunikacija in sodelovanje z deležniki (pričakovanja, predlogi)</p> <p>A5 - Notranja mobilizacija (sprejemanje težav DOP)</p> <p>A6 - Oblikovanje primernega medija in komunikacijskih orodij</p>		
<p>T3 - Usmerjanje procesa</p>	<p>Znanje:</p> <p>K1 - Standardi o poročanju o DOP / globalni dogovor, pobuda za globalno poročanje GRI (Global reporting initiative)</p> <p>K2 - Indikatorji družbene odgovornosti podjetij</p> <p>Spretnosti:</p> <p>S1 - Študent uporabi metode poročanja družbene odgovornosti podjetij</p> <p>S2 - Študent uporabi orodje za upravljanje, z namenom, da bi zagotovil stalni nadzor in izboljšal delovanja DOP</p> <p>Zmožnosti:</p> <p>A1 - Študent napše in zagovarja poročilo v skladu s standardi družbene odgovornosti podjetja</p> <p>A2 - Študent sestavi kontekstualen prikaz DOP indikatorjev</p>		

Predmet 6: Možnosti za socialno podjetništvo

Cilj

Globalni cilj tega sklopa tem je podati podjetnikom znanje o socialnem podjetništvu kot o konceptu, ki je v zadnjem času postal popularen zaradi svojega inovativnega načina poslovanja. Študent bo pridobil znanje o socialnem podjetništvu, o ekonomskem modelu socialnega podjetništva in oblikah vodenja socialnih podjetij. Študent bo sposoben opisati socialna podjetja v Evropi in primerjal modele s socialno ekonomijo v evropskih državah ter na Kitajskem. Študent se bo naučil o spodnji trojni meji (Triple Bottom Line) - o posebnem računovodskem okviru.

Oris učnega načrta

Štiri enote *Učnega izida* (2 enoti v dveh sklopih)

Trajanje izobraževanja: 50 h

Dejavnost	Delo
Usposabljanje na platformi	30 h
Individualno učenje	10 h
Konzultacije z mentorjem	5 h
Razvoj projekta	5 h
SKUPAJ	50 h
Kreditne točke	2

Sklop znanj A1 - 1 kreditna točka/30 h - Koncept socialnega podjetništva (SE) in Gospodarski model socialnega podjetništva

Sklop znanja A2 - 1 kreditna točka / 20 h - Družbene in okolijske potrebe in ustvarjanje skupnih vrednot

1. del: Koncept socialnega podjetništva in gospodarski model družbenega podjetništva

Cilji:

- Definirati koncepte socialnega podjetništva, socialne ekonomije in trojne spodnje meje;
- Razložiti razliko med socialnim podjetništvom, družbeno odgovornostjo podjetij in filantropijo;
- Podati primere različnih modelov socialne ekonomije;
- Interpretirati različne kontekste socialne ekonomije;
- Obnoviti Brooksov proces socialne ekonomije.

Učni izidi:

Naloga	Sposobnost	Spretnosti	Znanje
T1. Kaj je socialno podjetništvo?	C1 - Študent pridobi znanje o osnovnih domnevah o socialni ekonomiji C2. Študent razume definicijo socialne ekonomije v Evropi C3. Študent pridobi znanje o osnovnih konceptih dela z ljudmi in organizacijo socialnega podjetja	S1. Študent opiše osnove in razloži mehanizem delovanja socialnega podjetja S2. Študent predstavi poglede na težave socialne ekonomije S2. Študent razloži razliko med socialnim podjetništvom, družbeno odgovornostjo podjetij in filantropijo S3. Študent definira koncept trojne spodnje meje (Triple Bottom Line)	K1. Študent navede pomembnost gradnje človeškega kapitala za lokalni razvoj K2. Delovanje in razvoj socialne ekonomije
	C1. Študent prepozna faktorje in razloži rast socialnih podjetij C2. Študent razume koncept družbene odgovornosti podjetja	S1. Študent analizira določeno socialno težavo v lokalnem okolju in predlaga ukrepanje znotraj socialne ekonomije S2. Študent pričakuje mnogo smerne socialne učinke socialnega podjetništva.	K1. Začetek in organizacija socialnega in gospodarskega življenja v regiji K2. K3.
T2. Večanje pomembnosti socialnega podjetništva	C1. Študent ve, kateri so tipi socialnih podjetij in katere ciljne skupine lahko najame v socialnem podjetništvu	S1. Študent razloži razliko med socialnim podjetništvom, družbeno odgovornostjo podjetij in filantropijo S2. Študent poda primere različnih modelov socialne ekonomije	K1. Študent prične z oblikovanjem podjetja socialne ekonomije

T3. Različne razmere socialnega podjetništva	<p>C1. Študent pozna definicijo socialne ekonomije, subjekte socialne ekonomije in socialno podjetništvo, ki ga je razvil Thematic Network of Social Economy (TESSEA) in potrdila Evropska komisija.</p> <p>C2. Študent razume in opiše mehanizem razvoja subjektov socialne ekonomije v svoji državi kot tudi v drugih državah Evropske unije in zunaj nje</p>	<p>S1. Študent primerja aktivnosti socialne ekonomije v evropskih državah ter na Kitajskem</p> <p>S2. Študent določi aktivnost socialnih podjetij v Evropski uniji</p> <p>S3. Študent razloži dva učinkovita pristopa širjenja kapacitete socialne ekonomije</p>	<p>K1. Socialni franšizing</p> <p>K2. Prenos in adaptacija rešitev</p>
T4. Socialno podjetništvo v Evropi	<p>C1. Študent pozna pomembne socialne težave na področju interesa socialne ekonomije</p>	<p>S1. Študent lahko uporabi pridobljeno znanje pri interpretaciji socialnega fenomena in nakaže načine za reševanje socio-ekonomskih težav izključenih, brezposelnih in marginaliziranih ljudi.</p> <p>S2. Študent prikaže izzive pri različnih poslovnih modelih socialne ekonomije</p>	<p>K1. Študent je sposoben samostojno poiskati znanje. Študent stremi k širitvi in k delu v skupini.</p>
T5. Izzivi socialnega podjetništva			

Viri Vsebina	Ocena
<p>Vsebina izobraževanja: 30 ur učenja; Praktični metodološki pristop; Učni material: PowerPoint predstavitev, povzetki predavanj;</p> <p>Vodstveni okvir Individualno delo na platformi; mentor dostopen preko spleta, skupinsko delo</p> <p>Okvir informacij: Spletni kurz; Literatura, ki so jo sestavili na Syntei</p>	<p>Kriterij ocenjevanja: Preverjanje znanja z vprašanji</p> <p>Merila uspešnosti Študent pravilno odgovori na vprašanja Študentje pripravijo projekt o socialnem podjetništvu</p> <p>Pričakovani rezultati 1 kreditna točka Pridobitev certifikata za osvojeno znanje</p>

2. del: Družbene in okoljske potrebe in ustvarjanje skupnih vrednot

Cilji:

- Prepoznati družbene in okoljske potrebe
- Razložiti, kako z uporabo SE lahko zadovoljimo družbene in okoljske potrebe
- Sposobnost razumevanja, da ima ustvarjanje skupnih vrednot pozitiven učinek na delovanje podjetja

Družbene in okoljske potrebe in ustvarjanje skupnih vrednot

T1. Študent poudari pomembnost socialne ekonomije kot storitve v splošnem interesu	C1. Študent pozna osnove razmerja med organizacijo socialne ekonomije in drugimi inštitucijami, ki svoje okolje oblikujejo na nacionalni in mednarodni ravni	S1. Kritično razloži, kako lahko z uporabo SE zadovoljimo družbene in okoljske potrebe
T2. Ključni načini, kako podjetja lahko ustvarijo priložnosti za skupne vrednote	C1. Določanje načinov, kako ustvariti skupne vrednote	S1. Študent upraviči dejstvo, da ima ustvarjanje skupnih vrednot pozitiven učinek na delovanje podjetja

Viri Vsebina	Ocena
<p>Vsebina izobraževanja: 20 ur učenja; Praktični metodološki pristop; Učni material: PowerPoint predstavitev, povzetki predavanj;</p> <p>Vodstveni okvir Individualno delo na platformi; mentor dostopen preko spleta, skupinsko delo</p> <p>Okvir informacij: Spletni tečaj; Literatura, ki so jo sestavili na Syntei</p>	<p>Kriterij ocenjevanja: Potrditev študentovega usvojenega znanja</p> <p>Merila uspešnosti - Študent pravilno odgovori na vprašanja - Študent pripravi projekt o socialnem podjetništvu</p> <p>Pričakovani rezultati - 1 kreditna točka - pridobitev certifikata za osvojeno znanje</p>

Predlagana literatura in viri (v angleškem in poljskem jeziku)

1. Akhmetshin, R. and Gayazova, E. (2017). About the Features of Perception of Social Entrepreneurship in the World. Journal of History Culture and Art Research, 6(4), 655-664.
2. Bjärsholm, D. (2017). Sport and Social Entrepreneurship: A Review of a Concept in Progress. Journal of Sport Management, 31(2), pp.191 -206.
3. Britton, J., Liger, Q. and Stefan, M. (2016). Social Economy. Brussels: European Parliament, Policy Department A: Economic and Scientific Policy. Available from [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU\(2016\)578969_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU(2016)578969_EN.pdf) [Accessed 27th February 2018].
4. Brooks, A. (2009). Social entrepreneurship. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
5. Caisl, J. et al. (2014). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Country Report: Czech Republic. European Commission.
6. CHORUM. (2014). La législation relatif a l'économie sociale et solidaire. Analyse comparé France-Europe. Chorum.
7. Chandra, Y. and Wong, L. (2016). Social Entrepreneurship in the Greater China Region: Policy and Cases. Routledge. Available from https://books.google.co.uk/books?id=kRfeCwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [Accessed 19th February 2018].

8. Crescendo and Muflon. (2008). Social Enterprises: Italian and Polish Experience. Transnational Cooperation for Social Enterprises Development. Available from <http://www.sens.rs/en/social-entrepreneurship/publications/165-social-enterprisesitalian-and-polish-experiences> [Accessed 3rd December 2017].
9. Dave, R. and Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. Business Review. Available from https://www.researchgate.net/profile/Christine_Woods/publication/242320433_Changing_the_World_on_a_Shoestring_The_Concept_of_Social_Entrepreneurship/links/0c96052afbd9a7929d000000/Changing-the-World-on-a-Shoestring-The-Conceptof-Social-Entrepreneurship.pdf [Accessed 31st January 2018].
10. Department for Business Innovation & Skills (2011). A guide to legal forms for social enterprise. Gov.uk. Available from https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf [Accessed 5th December 2017].
11. Dicken, P. (2015). Global Shift. 7th ed. London: SAGE.
12. Educação para Sustentabilidade. (2011). The Triple Bottom Line. Educação para Sustentabilidade. Available from <http://blog.pucsp.br/educasustentabilidade/2011/08/06/the-triple-bottom-line/> [Accessed 1st February 2018].
13. Ekonomiaspoleczna.pl. (2009). The Emaus Association. Ekonomiaspoleczna.pl. Available from <http://lublin.ngo.pl/x/440114?ci=komentarze&did=983879&state=am> [Accessed 1st March 2018].
14. Euricse. (2013). Social Economy and Social Entrepreneurship. Social Europe guide / Volume 4. Available from <http://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2015/03/social-economy-guide.pdf> [Accessed 3rd February 2018].
15. Fraisse, L. et al. (2016). Social enterprise in France: At the Crossroads of the Social Economy, Solidarity Economy and Social Entrepreneurship? International Comparative Social Enterprise Models. Available from <https://www.iapsocent.be/sites/default/files/France%20-%20Fraisse%20et%20al.pdf> [Accessed 1st March 2018].
16. Gomez, E. (2016). 10 Social Enterprise Examples and the 7 Principles That Guide Them. Conscious Connection Magazine. Available from <https://www.consciousconnectionmagazine.com/2016/02/social-enterpriseexamples-and-principles/> [Accessed 18th January 2018].
17. Gosling, P. (2011). Social co-operatives in Italy: Lessons for the UK. SEL for cooperative solutions. Available from <http://socialeconomyaz.org/wpcontent/uploads/2011/06/SocialCooperativesInItaly.pdf> [Accessed 9th February 2018].
18. Gov.uk. (2013). Case study: Bristol Together. Gov.uk. Available from <https://www.gov.uk/government/case-studies/bristol-together> [Accessed 28th February 2018].
19. Hazard, N. (2013). Can French social enterprise succeed globally? The Guardian. Available from <https://www.theguardian.com/social-enterprisenetwork/2013/feb/19/french-social-enterprise-succeed-globally> [Accessed 27th February 2018].
20. Helmsing, A. (2015). Conditions for Social Entrepreneurship. International Journal of Social Quality, 5 (1), 51-66.

21. Inside Philanthropy. (2017). Warren Buffet. Inside Philanthropy. Who's Funding What, and Why. Available from <https://www.insidephilanthropy.com/wall-streetdonors/warren-buffett.html> [Accessed 04th February 2018].
22. Ioan, A., Mair, J. and Wolf, M. (2017). Study Finds that German Social Enterprises Lead in Collaboration and Innovation. Tbd. Available from <https://www.tbd.community/en/s/uk> [Accessed 28th February 2018].
23. Kickul, J. and Lyons, T. (2016). Understanding Social Entrepreneurship. London: Taylor and Francis. Available from <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=4Ra4CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT14&dq=The+concept+of+social+entrepreneurship+is+growing+rapidly+and+attracting+increasing+attention+from+many+sectors+kickul+and+lyons&ots=MgcwrNU75m&sig=IucKwiq0dlbRVSnp2FzDav5JPQw#v=onepage&q&f=false> [Accessed 3rd December 2017].
24. Kramer, M. and Porter, M. (2011). Creating Shared Value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. Harvard Business Review. Available from <https://myhbp.org/leadingedge/d/cia?c=24811&i=25967&cs=e3c4e5ddc7e9cb91d18872a098ee63b6> [Accessed 04th February 2018].
25. Krige, K. (2016). The future is social entrepreneurship. YouTube. Available from <https://www.youtube.com/watch?v=mx9MEuxoWn0&t=163s> [Accessed 18th January 2018].
26. Kuratko, D. (2015). Entrepreneurship: Theory, Process and Practice, 10th ed. The United States of America: Cengage Learning. Available from <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=6v9UCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=In+general,+entrepreneurship+can+be+defined+as+establishing+and+managing+a+business+for+the+principal+purposes+of+profit+and+growth++&ots=f65fAm9HJc&sig=z0YBaiZBxW5UpaLS3u7iC6tadLw#v=onepage&q&f=false> [Accessed 3rd December 2017].
27. Neate, R. (2017). Bill Gates gives \$4.6bn to charity in biggest donation since 2000. The Guardian. Available from <https://www.theguardian.com/technology/2017/aug/15/bill-gatescharity-donation-microsoft-shares-foundation> [Accessed 09th February 2017].
28. Noya, A. (2006). Emerging models of social entrepreneurship: possible paths for social enterprise development in Central East and South East Europe. OECD. Available from <http://www.oecd.org/cfe/leed/37508561.pdf> [Accessed 24th January 2018].
29. OECD. (2010). Social Entrepreneurship and Social Innovation. SMEs, Entrepreneurship and Innovation. Available from http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/conference/oecd_en.pdf [Accessed 1st February 2018].
30. Porter, M. (2013). The case for letting business solve social problems. TED. Available from https://www.ted.com/talks/michael_porter_why_business_can_be_good_at_solving_social_problems [Accessed 5th December 2017].
31. Praszquier, R. et al. (2014). Social Enterprise, Social Innovation and Social Entrepreneurship in Poland: A National Report. EFESIIS. Available from <http://www.fp7-efeseiis.eu/national-report-poland/> [Accessed 03rd February 2018].

32. Roberts, D. and Woods, C. (2005). Changing the world on shoestring: The concept of social entrepreneurship. University of Auckland Business Review. Available from http://www.thebookshelf.auckland.ac.nz/docs/UABusReview/2005_07_i01-05-asd.pdf [Accessed 3rd December 2017].
33. Scaife, W. (2008). Venturing into Venture Philanthropy: Is More Sustainable Health and Medical Research Funding Possible Through Venture Philanthropy and Social Entrepreneurship?. Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing, 20(2), pp.245-260.

7. Rezultati

Oblikovan sklop izobraževanj, aktivnosti, znanj in spretnosti iz E.S.E. učnega načrta.

8. Literatura

1. Gavrielidou K. (2014). Youth Entrepreneurship: A catalyst for job creation. <https://www.oneyoungworld.com/blog/youth-entrepreneurship-catalyst-job-creation> Reacherd: 18.5.2018
2. Kelly, A.V. (2009). The Curriculum: theory and practice (6th ed.). ISBN 9781847872746.
3. Wiles, Jon (2008). Leading Curriculum Development. p. 2. ISBN 9781412961417.
4. Slattery, J.M.; Carlson, J.F. (2005). "Preparing an effective syllabus: current best practices". College Teaching. 54 (4): 159–164. doi:10.3200/CTCH.53.4.159-164.
5. Entrepreneurship in vocational education and training (2008) European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry. Brussels.