

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

PRAKTIČNO IZOBRAŽEVANJE: PODJETNIŠTVO Z ORGANIZACIJO

2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilji predmeta so:

- pripravljati in voditi tržno komuniciranje podjetja glede na potrebe in zmožnosti organizacije,
- se usposobiti za panožno in medpanožno povezovanje z ostalimi subjekti v prostoru.

3. PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE

V predmetu si študent poleg generičnih pridobi naslednje predmetno-specifične kompetence:

- podjetno razmišljanje, ustvarjalne miselnosti in sprejemanje poslovnih odločitev,
- vodenje trženja v zavarovanem območju
- trženje izdelkov in storitev s področja varstva narave, ekoremediacij, obnovljivih virov energije
- pripraviti in predstaviti poslovni načrt za podjetniško zamisel,
- spremljanja naravovarstvene politike, javnih razpisov ter vodenja evidenc in izpolnjevanja vlog.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
Študent:	
Podjetništvo	
<ul style="list-style-type: none"> - prepozna pomen podjetništva, - obvlada razvijanje in vrednotenje poslovnih zamisli, - pozna vodenje in timsko delo, - opiše gospodarske družbe in druge možne statusne oblike za izvajanje dejavnosti na področju naravovarstva - pojasni pomen javnih zavodov, katerih dejavnost je varstvo narave in področje varčevanja z energijo - pozna kmetijske in dopolnilne dejavnosti na kmetijah ter možnosti vključevanja in povezovanja le teh v področje naravovarstva in pridobivanje alternativnih virov energije - opredeli pomen in vsebino poslovnega načrta, 	<ul style="list-style-type: none"> - razvija podjetne lastnosti, - oblikuje in izpelje postopek razvijanja poslovne zamisli, - razmišlja podjetno, - izbere primerno organizacijsko obliko podjetja za svojo gospodarsko dejavnost, - izdelava in predstavi poslovni načrt za svojo poslovno zamisel,
Trženje	
<ul style="list-style-type: none"> - pojasni in opredeli pojem trženje, - pojasni življenjski cikel proizvoda, - opredeli proizvod, - pozna prodajne poti in načine tržnega komuniciranja, 	<ul style="list-style-type: none"> - načrtuje proizvodnjo in storitve glede na tržne možnosti, - išče tržne vrzeli, - vrednoti temeljne sestavine trženjske strategije,

<ul style="list-style-type: none"> - spozna temeljne sestavine trženjskega spleta, - pozna trženjske podatke, - pozna osnove prodaje in promocije izdelkov in storitev s področja varstva narave, alternativnih virov energije, ekoremediacij 	<ul style="list-style-type: none"> - preučuje vpliv tržnih poti in tržnega komuniciranja na prodajo in kupce, - oblikuje cene prodajnih artiklov, - komunicira s trgom, - zbira notranje in zunanje informacije gospodarstva, - presoja in primerja zbrane podatke, - opravi segmentacijo ciljnega trga,
Raziskava trga	
<ul style="list-style-type: none"> - pojasni postopek raziskave in analize trga, 	<ul style="list-style-type: none"> - izpelje postopek raziskave in analize trga, - proučuje konkurenco - načrtuje proizvodnjo in storitve glede na rezultate raziskave trga, - zbira in uporablja dostopne podatke,
Tržno komuniciranje	
<ul style="list-style-type: none"> - pojasni in opiše sestavine trženjskega spleta, - pozna organizacijske oblike skupnega komuniciranja, 	<ul style="list-style-type: none"> - pripravi in oblikuje izdelek oz. storitev s področja varstva narave, ekoremediacij in pridobivanja alternativnih virov energije , ki bo zanimiv za kupce - oblikuje prodajno ceno, - izbere ustrezne prodajne poti, - načrtuje tržno komuniciranje, - se usposobi za delo v organizacijskih oblikah skupnega trženja
Blagovne znamke	
<ul style="list-style-type: none"> - opiše pomen blagovne znamke, - opredeli pomen zagotavljanja kakovosti izdelkov in storitev, 	<ul style="list-style-type: none"> - išče primerne blagovne znamke, - kritično presodi o pomenu blagovne znamke za njegove proizvode,

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Skupaj 90 ur dela študenta v podjetju (3 KT).

Obvezen je zagovor poročila o opravljenem praktičnem izobraževanju pri mentorju v podjetju in mentorju v šoli.