

Učni načrt

GIMNAZIJA

PODJETNIŠTVO

Učni načrt

GIMNAZIJA



PODJETNIŠTVO

Ekonomska gimnazija

OBVEZNI PREDMET (315 UR)

Učni načrt

PODJETNIŠTVO

Gimnazija; Ekonomska gimnazija

Obvezni predmet (315 ur)

Predmetna komisija:

Ana Golob, Zavod RS za šolstvo Ljubljana, predsednica

dr. **Miroslav Glas**, Zavod RS za šolstvo Ljubljana, član

dr. **Mira Rihtarič**, Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta, članica

Irena Babič Vrečar, Ekonomska šola Ljubljana, članica

Zvezdana Lamovšek, Gimnazija in ekonomska šola Trbovlje, članica

Karmen Kranjec, Srednja ekonomska šola Celje, članica

Mirjam Bizjak, Srednja ekonomska šola, Kranj, članica

Pri posodabljanju učnega načrta je Predmetna komisija za spremljanje in posodabljanje učnega načrta za podjetništvo izhajala iz učnega načrta za podjetništvo iz leta 1998. Hkrati je upoštevala mnenja in nasvete učiteljev, svetovalcev in drugih strokovnjakov ter doslej objavljena dela slovenskih in tujih avtorjev v zvezi s poukom podjetništva.

Recenzenta:

dr. **Aleš Vahčič**, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta

Jolanda Lep, Srednja ekonomska šola Maribor

Izdala: Ministrstvo za šolstvo in šport, Zavod RS za šolstvo

Za ministrstvo: dr. **Milan Zver**

Za zavod: mag. **Gregor Mohorčič**

Uredili: **Katja Križnik** in **Nataša Purkat**

Jezikovni pregled: **Nataša Purkat**

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

371.214.1:658

UČNI načrt. Podjetništvo [Elektronski vir] : gimnazija : ekonomska gimnazija : obvezni predmet (315 ur) / predmetna komisija Ana Golob ... [et al.]. - Ljubljana : Ministrstvo za šolstvo in šport : Zavod RS za šolstvo, 2008

Način dostopa (URL): http://www.mss.gov.si/fileadmin/mss.gov.si/pageuploads/podrocje/ss/programi/2008/Gimnazije/UN_PODJETNISTVO_gimn.pdf

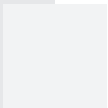
ISBN 978-961-234-718-5 (Zavod RS za šolstvo)

1. Golob, Ana, 1946-

239428352

Kazalo

1 OPREDELITEV PREDMETA	5
2 SPLOŠNI CILJI/KOMPETENCE	6
3 CILJI IN VSEBINE	7
4 PRIČAKOVANI DOSEŽKI/REZULTATI	19
5 MEDPREDMETNE POVEZAVE	20
6 DIDAKTIČNA PRIPOROČILA	21
7 VREDNOTENJE DOSEŽKOV	22



1 OPREDELITEV PREDMETA

Podjetništvo je strokovni predmet, ki posreduje temeljna poslovna znanja, razumevanje vloge podjetja v sodobni družbi, razvija podjetne lastnosti in spretnosti dijakov ter znanja za ustanovitev lastnega podjetja, dijake tudi motivira za študij na poslovnem področju.

2 SPLOŠNI CILJI/ KOMPETENCE

Pri predmetu podjetništvo dijaki razvijajo kognitivne in metakognitivne sposobnosti tako, da:

- spoznavajo značilnosti dobrega učnega okolja in oblikujejo svoj učni prostor,
- razvijajo sposobnosti kompleksnega mišljenja, veščin procesiranja informacij in miselne navade,
- razvijajo učne strategije,
- razvijajo podjetne, organizacijske in vodstvene lastnosti,
- spoznavajo in se navajajo na timsko delo s prevzemanjem vlog v timu, vključno z vodenjem sebe in drugih,
- se orientirajo in razmišljajo o načrtovanju svojega učenja,
- razvijajo ciljno naravnost, storilnost, konkurenčnost in usmerjenost k sprotnemu in končnemu vrednotenju procesov in rezultatov,
- spremljajo in vrednotijo svoje učenje in napredovanje,
- razumejo zahteve učitelja in njegovo vlogo,
- iščejo dodatno literaturo in aktualne članke z uporabo knjižničnih informacijskih virov,
- razvijajo kulturno zavest in izražanje,
- razvijajo in prepoznavajo lastne poklicne zmožnosti, interese in priložnosti v okolju.

3 CILJI IN VSEBINE

Globalni cilji predmeta se medsebojno prepletajo in uresničujejo z operativnimi cilji v celotnem učnem procesu.

Učni načrt navaja delitev znanj na splošna in posebna. Splošna znanja so opredeljena kot znanja, potrebna za splošno izobrazbo in namenjena vsem dijakom/dijakinjam, zato jih mora učitelj/učiteljica obvezno obravnavati. Posebna znanja opredeljujejo dodatna ali poglobljena znanja, ki jih učitelj/učiteljica obravnava glede na zmožnosti in interese dijakov.

V tretjem poglavju Cilji in vsebine so splošna znanja pisana pokončno, posebna znanja pa poševno.

Zap. št.	CILJI	TEMATSKI SKLOPI	MEDPREDMETNE IN KROSKURIKULARNE POVEZAVE
A 1	Dijaki spoznajo običajne lastnosti uspešnih podjetnikov, sebe, svoje lastnosti in razmišljajo o razvijanju podjetnih lastnosti pri sebi.	LASTNOSTI PODJETNIH OSEB	
A 1.1	• Znajo opisati pogoje, ki jih običajno izpolnjuje oseba, ki se odloča za podjetniško kariero, • znajo predstaviti odgovornosti in naloge podjetnikov, • analizirajo primere uspešnih slovenskih podjetnikov, • s projektno nalogo o podjetniku v svojem okolju spoznavajo značilnosti podjetnega razmišljanja in delovanja, • spoznavajo načine pridobivanja informacij v okolju, • v pogovoru s podjetnikom preverijo skladnost s podobo podjetnikov v podjetniški literaturi;	• podjetniki v okolju in odločitev za podjetništvo;	• psihologija;

A 1.2	• z intervjujem s sošolci razvijajo sposobnost spoznavanja drugih, poslušanja in kratkega povzemanja, • razvijajo razumevanje za razne interese, cilje in osebne lastnosti, • spoznajo koncept osebne analize SPIN, • razvijajo zmožnosti kritičnega ovrednotenja sebe in svojih zmožnosti, • razvijajo zmožnosti učinkovite pisne in ustne predstavitve.	• oblikovanje življenjepisa, • osebni razvoj in delovna kariera, • analiza SPIN kot instrument samospoznavanja in samoocenjevanja.	• sociologija, psihologija, slovenščina.
A 2	Dijaki spoznajo, zakaj je ob koncu 20. stoletja povsod po svetu zrasel pomen podjetništva, inovacij, težnje k samostojnemu poslovanju, kar je ključno za Evropo 21. stoletja.	PODJETNIŠTVO IN SODOBNO TRŽNO GOSPODARSTVO	• ekonomija;
A 2.1	• Spoznajo razloge za povečan pomen podjetništva ob koncu 20. stoletja, • zavedajo se, da so novosti/inovacije temelj podjetništva, • spoznajo prispevek malega gospodarstva k zaposlovanju, širjenju ponudbe, nastajanju podjetij, inovacijam;	• vloga podjetništva v družbi, • strategija inovativnosti, • povezava intelektualna lastnina – podjetništvo;	• zgodovina;
A 2.2	• spoznajo motive za odločitev za samozaposlitev, • preverjajo teoretične hipoteze s primeri podjetnikov, • razlikujejo vsebino teorij »push« in »pull« o odločitvi za podjetništvo, • spoznajo pozitivne in negativne vidike samostojnega podjetja;	• motivacija za samostojno poslovanje;	• ekonomija;
A 2.3	• spoznajo značilnosti nastajanja in življenjskega ciklusa podjetja, • spoznajo dejavnike uspešnega poslovanja,	• dejavniki uspešnega poslovanja;	• ekonomija;

	• proučijo podjetniško kulturo v lokalnem in širšem slovenskem okolju in njen vpliv na nastajanje in poslovanje podjetij, • razumejo ovire za razvoj podjetništva;		
A 2.4	• spoznajo, kdo so skupine v družbi, ki se odločajo za samostojno poslovanje, • razvijajo razumevanje za različnost podjetniških enot: moški/ženske kot podjetniki in delovne izkušnje, pomen izobrazbe, • razvijajo podjetniški pogled na drugačno, podjetnejše delovanje v neprofitnih dejavnostih.	• različnost podjetniških enot.	• sociologija.
A 3	Dijaki naj bi v skupinah spoznali nekatera uspešna lokalna podjetja, njihovo dejavnost, dosežke, probleme in perspektive.	SPOZNAVANJE PODJETU V LOKALNEM OKOLJU	
A 3.1	• Značilnosti uspešnega malega podjetja: – podjetnik, – podjetje, – ocena značilnosti podjetja (diagnoza);		• ekonomija;
A 3.2	• značilnosti podjetja v lokalnem okolju: – uspešno proizvodno podjetje.		• geografija.
A 4	Dijaki v svojem okolju spoznavajo različnost poslovnih zamisli in preizkušajo svoje zmožnosti in ustvarjalnost pri oblikovanju in razvijanju poslovnih zamisli varstva inovacij.	RAZVIJANJE IN VREDNOTENJE POSLOVNIH ZAMISLI	• sociologija, psihologija;
A 4.1	• Razvijajo možne podjetniške zamisli z različnimi tehnikami ustvarjanja in razvijanja poslovnih zamisli;	• od poslovne zamisli do priložnosti;	

A 4.2	• spoznajo smisel tržnega in tehnično-tehnološkega preverjanja poslovnih idej, • spoznajo pristop bančnikov in svetovalcev pri izboru poslovnih zamisli, • proučujejo značilnosti podjetniških enot v okolju z vidika dejavnosti, • na podlagi izbranih primerov razvijajo zmožnosti za širjenje zamisli na nova področja glede na opredelitev ciljnega trga, tržne niše;	• preverjanje poslovnih zamisli; <i>IZBIRNO:</i> • <i>tržno in tehnično-tehnološko ovrednotenje poslovnih zamisli,</i> • <i>model MAIR;</i>	• ekonomija;
A 4.3	• spoznajo korake od ugotovljene poslovne priložnosti do ustanovitve podjetja, • spoznajo logiko izbiranja med pravnoorganizacijskimi oblikami podjetja.	• uresničitev poslovnih zamisli.	• ekonomija.
B 1.1	• Spoznajo podjetniški proces od zamisli do odločitve za podjetje, • ocenijo, kaj je nujno za uspešno uresničenje poslovne zamisli, • preverijo potek podjetniškega procesa na primeru podjetnikov, • spoznajo proces tehtanja prednosti/ slabosti projekta pred odločitvijo za samostojno poslovanje;	PODJETNIŠKI PROCES	• ekonomija;
B 1.2	• spoznajo pomen sodobnih konceptov učinkovitega dela in poslovanja in razvijajo zmožnosti in znanja za vodenje skupin oziroma sodelovanje v projektnem delu skupin: – razvijajo sposobnosti delati v skupinah, – znajo analizirati vloge za učinkovito delo v skupinah, – razvijajo pogajalska znanja in zmožnosti, – spoznavajo pomen učinkovitega načrtovanja lastnega časa;		• psihologija;

B 1.3	• oblikujejo skupine za pripravo poslovnega načrta za konkretno poslovno zamisel, • preverijo razne poslovne zamisli, jih razvijejo in izberejo najprimernejšo kot predmet poslovnega načrta.	• oblikovanje projektne skupine za poslovni načrt.	• sociologija, psihologija.
B 2	Dijaki spoznajo standardne sestavine poslovnega načrta v podjetniškem procesu in vlogo drugih partnerjev pri izdelavi poslovnega načrta.	KONCEPT POSLOVNEGA NAČRTA	
B 2.1	• Spoznajo poslovna tveganja in možne razloge za neuspeh novih podjetij, • ugotavljajo cilje poslovnega načrta z vidika podjetnika in morebitnih partnerjev;	• podjetnik in poslovni načrt; <i>IZBIRNO:</i> • <i>pomen podjetniških svetovalcev pri pripravi poslovnega načrta;</i>	
B 2.2	• spoznajo standardni koncept poslovnega načrta za novo podjetje, • oblikujejo strukturo vzorčnega poslovnega načrta, • ugotovijo tehnike zbiranja nujnih informacij, • načrtujejo delo v skupini in razdelitev nalog pri izdelavi poslovnega načrta;	• sestavine poslovnega načrta;	• obvezne izbirne vsebine: državljanska vzgoja;
B 2.3	• spoznajo oblikovne zahteve pri pripravi dobrega poslovnega načrta, • načrtujejo faze priprave konkretnega poslovnega načrta.	• formalni okvir priprave poslovnega načrta.	• poslovna informatika.
B 3	Za izbrano poslovno zamisel dijaki v več mesecih oblikujejo posamezna poglavja poslovnega načrta po metodologiji standardnega priročnika za poslovni načrt.	VZORČNI POSLOVNI NAČRT	
B 3.1	• Opredelijo izbrani proizvod/storitev, ki bo predmet poslovnega načrta,	• proizvod/storitev, podjetje in panoga;	• poslovna informatika;

	• spoznavajo sorodne (konkurenčne) proizvode/storitve na domačem ali tujem trgu, • določijo, katere so ključne lastnosti proizvoda/storitve za ciljne kupce;	<i>IZBIRNO:</i> • <i>diferenciacija proizvodov,</i> • <i>diverzifikacija poslovanja;</i>	
B 3.2	• za izbrani proizvod/storitev identificirajo ciljni trg in tržno nišo, • znajo oblikovati kratek vprašalnik za anketiranje morebitnih kupcev, • zberejo dostopne sekundarne podatke o predvidenem trgu (kupcih), • spoznajo koncept tržne naravnosti podjetja (za potrebe kupcev);	• tržna raziskava;	• sociologija, • poslovna informatika, • obvezne izbirne vsebine: poslovno komuniciranje;
B 3.3	• spoznajo pomen stalne dejavnosti R & R (inoviranja) za razvoj podjetja, • spoznajo materialne in finančne vire za začetek raznih vrst proizvodnje, • spoznajo dileme o prostorih, izbiri lokacije, načrtovanju fiksnega kapitala, obratnih sredstev, logistike, človeških virov, • načrtujejo vire za svojo zamisel, • izbirajo oblike pridobivanja virov (najem, nakup, lizing);	• razvoj in proizvodnja; <i>IZBIRNO:</i> • <i>tehnične/tehnološke zahteve konkretne proizvodnje;</i>	• poslovna informatika;
B 3.4	• spoznajo pomen načrtovanja trženjskih dejavnosti za poslovanje, • analizirajo vse elemente trženjskega spleta za svojo poslovno zamisel, • spoznajo pristope v politiki prodajnih cen, • spoznajo možnosti oglaševanja v lokalnem okolju in izbirajo najprimernejše oblike glede na stroške in učinke, • sestavljajo vzorčna promocijska gradiva,	• strategija trženja;	• poslovna informatika;

	• načrtujejo oblike promocije svoje šolske dejavnosti, • razvijajo zmožnosti poslovne komunikacije s kupci;		
B 3.5	• spoznajo osnovne koncepte mikroorganizacije malih podjetij, • navajajo se na delitev dela, pristojnosti in odgovornosti v organizaciji, • spoznajo prednosti/slabosti struktur lastništva za poslovanje, • izbirajo med pravnoorganizacijskimi oblikami za razne poslovne zamisli, • spoznajo pomen neomejene/omejene odgovornosti za poslovanje, • spoznajo možnosti motivacije in nagrajevanje vodstva;	• menedžment, organizacija in lastništvo;	• poslovna informatika;
B 3.6	• pripravijo temeljne finančne projekcije, • načrtujejo temeljne sestavine finančnih projekcij za izbrano poslovno zamisel, • izračunajo osnovne kazalnike finančnega poslovanja, • ocenjujejo finančna tveganja različnih vrst poslov;	• finančne projekcije; <i>IZBIRNO:</i> • <i>kazalniki finančnega poslovanja,</i> • <i>likvidnost podjetja;</i>	• matematika, poslovna informatika;
B 3.7	• spoznajo vrste tveganj pri poslovanju, • naučijo se prepoznati posebna tveganja raznih poslov, • ugotavljajo možnosti zavarovanja pred poslovnimi tveganji, • spoznajo pomen vnaprejšnjega načrtovanja ukrepov v primeru neugodnih gibanj;	• analiza tveganj;	• poslovna informatika;
B 3.8	• spoznajo pomen časovnega načrtovanja dejavnosti in identifikacije kritičnih točk,	• terminski načrt; <i>IZBIRNO:</i> • <i>ganttov grafikon za terminski načrt.</i>	• poslovna informatika.

	• proučujejo načrtovanje v času, pomen izvedbe načrtovanih dejavnosti in časovne usklajenosti raznih dejavnosti.		
B 4	Dijaki se spoznajo s pravili učinkovite in privlačne predstavitve poslovne zamisli, zapisane v poslovnem načrtu: • načrtujejo predstavitve (pripravijo scenarij), • proučijo prednosti/slabosti uporabe avdiovizualnih pripomočkov, • organizirajo skupinsko predstavitev svojega poslovnega načrta.	PREDSTAVITEV POSLOVNEGA NAČRTA	• poslovna informatika, slovenščina.
B 5	<i>Dijaki se na podlagi izkušenj podjetnikov, ki so jih spoznali, in drugih gospodarskih osebkov spoznavajo s formalnimi in stvarnimi poslovnimi problemi ustanovitve podjetja in prehoda podjetja od preživetja v nadaljnje faze življenjskega ciklusa.</i>	USTANOVITEV IN RAZVOJ PODJETJA <i>IZBIRNO:</i> • postopek ustanovitve in registracije podjetja, • pomen dobrega načrtovanja poslov za hiter in uspešen začetek, • morebitne birokratske in druge ovire in posebne zahteve pri ustanovitvi podjetij (najemne pogodbe, franšizing, predstavništvo), • življenjski cikel podjetja, • preraščanje podjetnika v menedžerja, • kriza v razvoju podjetja, • propad podjetja, • podjetniška vizija, • strategije razvoja podjetja.	
C		DILEME RASTI PODJETJA	
C 1	Dijaki spoznajo, da so podjetja v dinamičnem okolju živi organizmi, zato je treba nenehno odločati o njihovem poslovanju/razvoju;		• ekonomija;

C 1.1	• uspešno poslovanje podjetja: dijaki spoznajo – cilje podjetja in kriterij uspešnosti, – razvojne dileme podjetja;		
C 1.2	• rast podjetja in razvojne dileme: dijaki spoznajo – razvojne faze podjetja, – organizacijske, menedžerske, finančne in druge razvojne dileme podjetja;		• ekonomija;
C 1.3	• od podjetnika do menedžerja;		
C 1.4	• združitve, prevzemi in strateška partnerstva: dijaki spoznajo sodobne koncepte.		• ekonomija.
C 2	Dijaki spoznavaajo, kako se z razvojem podjetja od podjetniških začetkov postopno gradi organizacija, ki zahteva vse bolj načrtno upravljanje, s čimer se podjetnik spreminja v menedžerja: • spoznajo spreminjanje podjetja z vidika zahtev po vse bolj razčlenjeni in izgrajeni organizaciji, • spoznajo pomen podjetniškega ravnanja v velikih, uveljavljenih podjetjih, • razumejo uveljavljanje podjetnega ravnanja v velikih, uveljavljenih podjetjih, • razumejo uveljavljanje podjetnega ravnanja na vseh področjih, ki se dotikajo gospodarjenja, ne glede na komercialno (profitno) usmeritev dejavnosti, • razumejo pomen naravnosti na potrebe kupcev, • razumejo pomen ustvarjalnosti/ inovativnosti za doseganje svetovne konkurenčnosti.	PODJETNIŠTVO IN MENEDŽMENT	• ekonomija, sociologija, psihologija, • Junior Achievement – Moje podjetje (JAMP).

C3	Dijaki spoznajo smisel tržne naravnosti podjetja, spoznajo temeljne sestavine trženjske strategije in vseh elementov trženjskega spleta.	TRŽENJE IN STRATEGUA TRŽENJA	JAMP;
C 3.1	- spoznajo pomen tržne naravnosti podjetja, - spoznajo metode analize tržnih priložnosti, - proučijo nakupno vedenje potrošnikov in organizacij (v vlogi kupcev), - naučijo se segmentirati različne trge, poiskati tržne niše in izbrati ciljne trge (kupce);	trženjska zasnova podjetja;	obvezne izbirne vsebine: statistika, matematika;
C 3.2	- spoznajo temeljne sestavine trženjskega spleta podjetja, - proučijo zasnovo prodajnega sortimenta nekaterih znanih podjetij, - spoznajo pomen razvoja novih izdelkov, - proučujejo možnosti razvijanja proizvodov/storitev v širino in globino, - spoznajo pravila oblikovanja prodajnih cen, - spoznajo sestavine tržnega komuniciranja podjetja z javnostjo, - razvijajo vzorčne primere tržnega komuniciranja, zlasti oglaševanja, - ocenjujejo različne oglaševalske akcije v medijih, - vrednotijo etične vidike oglaševanja, - spoznajo prodajne poti in proučujejo njihov vpliv na prodajo in kupce;	- trženjski splet, - izdelek/storitev, - prodajne cene, - tržno komuniciranje, - prodajne poti;	
C 3.3	spoznajo pomen proučevanja konkurentov in oblikovanja konkurenčne strategije;	proučevanje konkurentov;	ekonomija;

C 3.4	• spoznajo pomen načrtovanja trženja z vidika koristi in stroškov, • spoznajo pomen trženja tudi za neprofitne organizacije (šole).	• načrtovanje trženja.	• ekonomija.
C 4	Dijaki spoznajo morebitne vire financiranja ustanovitve podjetja in tekočega poslovanja, ravnanja finančnih organizacij in pomen znanja in načrtovanja financ podjetja.	FINANCIRANJE PODJETJA	• JAMP;
C 4.1	• Spoznajo vire poslovnih financ, • spoznajo proces odločanja o posojilih podjetju v poslovnih bankah, • naučijo se temeljnih elementov vrednotenja virov finančnih sredstev, • spoznajo oblike finančne podpore podjetjem;	• viri poslovnih financ; <i>IZBIRNO:</i> • <i>ugotavljanje bonitete dolžnikov,</i> • <i>plasma obveznic podjetja,</i> • <i>plasma delnic na borzi,</i> • <i>portfolio finančnih virov podjetja;</i>	• ekonomija; • obvezne izbirne vsebine: obisk finančne ustanove;
C 4.2	<i>IZBIRNO:</i> • <i>spoznajo pravila finančnega poslovanja,</i> • <i>naučijo se oceniti nujni obseg kapitala (za zagon podjetja, obratni kapital za tekoče poslovanje),</i> • <i>poznajo temeljni koncept vrednotenja podjetij,</i> • <i>poznajo finančno poslovanje v pogojih inflacije,</i> • <i>poznajo pomen unovčenja terjatev in likvidnost podjetja.</i>	• finančno poslovanje podjetja.	
C 5	Dijaki spoznajo pomen poslovnih informacij kot sestavnega dela celotnega poslovanja podjetij. • Poznajo vlogo računovodstva pri načrtovanju, spremljanju in analiziranju poslovanja, • poznajo vlogo knjigovodstva in sistematičnega in točnega spremljanja poslovanja,	RAČUNOVODSTVO <i>IZBIRNO:</i> • <i>računovodstvo, načrtovanje, knjigovodstvo, nadzor in analiza,</i> • <i>finančno, stroškovno in upravljalno računovodstvo,</i>	• poslovna informatika; • JAMP; • poslovna matematika.

	• poznajo temeljna pravila dvostavnega knjigovodstva.	• <i>poslovni dogodek in poslovna listina,</i> • <i>tok poslovnih listin,</i> • <i>računovodski informacijski sistem,</i> • <i>informacijski sistem za poslovanje,</i> • <i>računalniška podpora MIS.</i>	
C 6	Dijaki spoznajo pomen učinkovitega poslovanja za uspešno poslovanje podjetja in zahtevnost opravljanja vodilnih funkcij.	MENEDŽMENT	• JAMP;
C 6.1	• Spoznajo vidike funkcij, ki jih zajema vodenje podjetja, • razumejo, da je bistvo podjetništva inovativnost, • na primerih spoznajo pristope in sloge vodenja, njihove prednosti/slabosti, • spoznajo nujna znanja za uspešno vodenje, • spoznajo pomembne vodstvene spretnosti, sposobnosti in lastnosti.	• opredelitev in naloge vodenja, • inovacijski menedžment.	
C 7	Dijaki spoznajo pomen pravne izbire razvoja in motiviranja sodelavcev v podjetju.	RAVNANJE Z LJUDMI	• sociologija, psihologija, • JAMP;
C 7.1	• Spoznajo pomen dobrih sodelavcev, • spoznajo temeljna pravila dobre izbire sodelavcev;	• izbira sodelavcev;	
C 7.2	• spoznajo razne možnosti načrtovanja kariere, • spoznajo pomen načrtnega procesa napredovanja, • razumejo pomen doživljenjskega izobraževanja in usposabljanja;	• karierni razvoj sodelavcev;	
C 7.3	• spoznajo temeljna načela nagrajevanja in motiviranja sodelavcev.	• nagrajevanje in motiviranje.	• psihologija.

4 PRIČAKOVANI DOSEŽKI/ REZULTATI

Pri predmetu podjetništvo dijak razvija podjetne lastnosti s postopnim doseganjem operativnih ciljev. Pri iskanju poslovnih zamisli razvija ustvarjalno mišljenje in je tako motiviran za poglobljanje znanj, pomembnih za obvladovanje poslovnih procesov. Cilji se etapno dograjujejo, tako da dijak:

- spoznava lastne sposobnosti,
- zna pojasniti pomen motivacije za uspeh,
- razvija pozitiven odnos do ustvarjalnosti,
- razvija ustvarjalno mišljenje,
- uči se učiti,
- razvija podjetniške ideje,
- se povezuje in razvija komunikacijske in podjetne lastnosti,
- utrjuje veščine skupinskega dela in organiziranja,
- zna pojasniti značilne lastnosti podjetnikov in temelje podjetništva,
- izboljšuje lastne kognitivne in metakognitivne strategije za učenje,
- spozna dejavnosti in procese od zamisli do oblikovanja poslovnega načrta,
- pridobiva poslovna znanja, pomembna za pripravo poslovnega načrta,
- pridobiva znanja in spretnosti, pomembne za predstavitev poslovnega načrta,
- razvija retorične sposobnosti in javno predstavi poslovni načrt,
- razvija veščine in spretnosti za timsko delo, sodelovanje, načrtovanje in vodenje,
- pridobiva poslovna znanja, pomembna za celovit pregled poslovnih funkcij,
- zna pojasniti medsebojno povezanost in soodvisnost poslovnih funkcij podjetja,
- preverja osebne sposobnosti in nagnjenja, pomembna za poklicno odločanje.

5 MEDPREDMETNE POVEZAVE

Predmet podjetništvo pomaga pri razvijanju odgovornega ravnanja in ustvarjalnega mišljenja ter tako motivira dijake za poglobljanje znanj, pomembnih za obvladovanje poslovnih procesov. Povezuje se z ekonomijo, ki daje podlago (temeljna ekonomska znanja in vedenja) za razumevanje ekonomskih zakonitosti in poslovnih procesov. Povezuje se tudi s poslovno informatiko, kjer so cilji zastavljeni tako, da omogočajo zbiranje in prikaz informacij za proučevanje ekonomskih dogajanj in izdelavo poslovnega načrta.

Zelo učinkovito se lahko uporabijo tudi znanja s področja sociologije in psihologije, saj se nanašajo na človeka, okolje, družbo.

Medpredmetne povezave po poglavjih (na ravni vsebin, na podlagi procesnocijnega načrtovanja in na konceptualni ravni) so le predlog in so prikazane v poglavju 3 Cilji in vsebine. Preglednica v zadnjem stolpcu predlaga ob medpredmetnih povezavah tudi kroskurikularne teme, ki jih lahko učitelji vključujejo ob ekonomskih vsebinah in nakazujejo možnost celostnega poučevanja in razvoja dijaka.

6 DIDAKTIČNA PRIPOROČILA

Učitelji pri poučevanju predmeta podjetništva predvsem spodbujajo dijake za samostojno ustvarjalno delo, pri tem uporabljajo aktivne metode dela predvsem v obliki individualnih in skupinskih projektov, ki jih samostojno vodijo dijaki.

Uvajanje samostojnega in skupinskega dela spodbuja dijake za ustvarjalno in inovativno delo, ki poteka v šoli in zunaj nje. Iskanje poslovnih zamisli zahteva povezovanje dijakov z dejanskimi gospodarskimi institucijami (podjetja, banke, podporne mreže za podjetništvo) in s podjetniškimi strokovnjaki, ki jim posredujejo svoje izkušnje in znanja.

Pri projektne delu, predvsem pri pripravi poslovnih načrtov, dijaki kar najbolj samostojno zbirajo informacije in vključujejo v svoje delo strokovnjake z različnih področij. Kot pomoč dijakom pri navezovanju poslovnih stikov z gospodarstvom šola vzpostavi v okolju dobre odnose s podjetniki in drugim podpornim okoljem, ki bo dijakom pomagalo pri izvedbi praktičnega dela predmeta.

Pri zbiranju tržnih in drugih informacij, pomembnih za oblikovanje poslovnih načrtov, pripravi pisnih izdelkov, grafičnem oblikovanju poslovnih načrtov in pripravi predstavitev poslovnih načrtov dijaki uporabljajo sodobno informacijsko tehnologijo, pri tem se vsebine podjetništva neposredno povezujejo z vsebinami predmeta informatika (drugi letnik) in poslovna informatika (tretji letnik).

V tretjem letniku, ko dijaki pripravljajo poslovni načrt, delujejo kreativno v razredu in zunaj šole. V četrtem letniku dijaki pridobivajo predvsem temeljna poslovna znanja, pomembna za uspešno poslovanje, tako da pridobijo celovit vpogled v delovanje poslovnih sistemov. V četrtem letniku dijaki nadgrajujejo spoznanja, ki so jih pridobili pri reševanju praktičnih primerov v drugem in tretjem letniku, in uporabljajo spoznanja o virih poslovnih informacij, ki so jih pridobili v okviru predmeta poslovna informatika v tretjem letniku.

Z namenom spodbujati ustvarjalno delo dijakov lahko učitelji, poleg seminarskih nalog, izvajajo tudi program Junior Achievement – Moje podjetje (JAMP), kjer dijaki s praktičnim delom osvojijo zastavljene cilje.

7 VREDNOTENJE DOSEŽKOV

Znanje se pri predmetu podjetništvo ocenjuje individualno in skupinsko in poteka po Pravilniku o ocenjevanju znanja v srednji šoli. Učitelj ocenjuje dijakove ustne odgovore, pisne izdelke v obliki poročil, projektna dela in nastope.

V drugem letniku dijaki obvezno pripravijo pisno poročilo o aktivnostih, povezanih s spoznavanjem poslovnega okolja (poročila na podlagi pogovorov s podjetniki, o tržni analizi ipd.), in pripravijo individualni nastop s predstavitvijo svoje zamisli.

V tretjem letniku dijaki obvezno pripravijo pisni izdelek v obliki poslovnega načrta kot projektno nalogo in pripravijo skupinski nastop s predstavitvijo lastne poslovne zamisli. Učitelj pri individualnem ocenjevanju upošteva prispevek posameznega dijaka pri pripravi in predstavitvi skupinske projektne naloge.

Pri pripravi in predstavitvi nalog učitelj ocenjuje predvsem aktivnost dijaka na podlagi predhodno izoblikovanih meril; o tem obvezno seznani dijake. Poleg ocenjevanja v šoli pridobljenega znanja učitelj ocenjuje tudi aktivnosti dijaka, kot so:

- sodelovanje pri načrtovanju skupinske projektne naloge in vključevanje v skupinsko delo,
- prispevanje k razvijanju idej, reševanju problemov, ocenjevanju in odločanju pri pripravi skupinskih zamisli,
- prispevek pri pripravi skupinske naloge in predstavitve (samostojnost, prilagodljivost skupini, dinamičnost, razumljivost in nazornost).

Pri oblikovanju meril ocenjevanja dijakov učitelj upošteva predvsem uporabo pridobljenih znanj, prizadevnost dijaka za samostojno pridobivanje in poglobljanje znanj, samostojnost dijaka pri zbiranju in uporabi virov informacij, aktivnosti pri uporabi razpoložljive sodobne tehnologije za pripravo in predstavitev projektne naloge in druga prizadevanja dijaka.

GIMNAZIJA



REPUBLIKA SLOVENIJA

MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT

