

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

PRAKTIČNO IZOBRAŽEVANJE - EKONOMIKA IN POSLOVANJE

2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilji predmeta so:

- opravljati delo na višji zahtevnostni stopnji z občutkom za timsko delo v konkretnem delovnem okolju,
- spoznavati poslovanje in trženje v gospodarskih družbah (podjetjih) z uporabo sodobne IKT in e-tehnologije,
- uporabljati pridobljena teoretična in strokovna znanja na praktičnih primerih ob upoštevanju varstva pri delu in drugih predpisov.

3. PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE

V predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

- zbiranje in analiziranje poslovnih informacij,
- obvladovanje delovnih postopkov in poslovanja gospodarskih družb ali njihovih posameznih oddelkov (nabava, prodaja, trženje, računovodstvo, kontroling),
- komuniciranje na različnih nivojih z uporabo strokovne terminologije,
- izvajanje manj zahtevnih projektov v timu,
- vzdrževanje dobrih medsebojnih odnosov,
- vodenje izvedbe predstavitve s pomočjo različnih medijev (tiskani materiali, CD rom, spletne strani),
- poznavanje osnov statistične obdelave podatkov,
- načrtovanje tržnih dejavnosti, s katerimi se podjetje predstavlja na ciljnih trgih,
- sooblikovanje trženjske strategije podjetja.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<p><i>Študent:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • pozna in razume vsa dela in delovne postopke v gospodarskih družbah, • spozna delo na različnih oddelkih znotraj gospodarske družbe, • razloži možne napake v delovnih postopkih in načine odpravljanja napak, • zna uporabiti medsebojno povezanost posameznih enot znotraj gospodarske družbe, • pozna zakonodajo s področja ustanavljanja in poslovanja gospodarskih družb in ostale prepise, ki urejajo poslovanje gospodarskih družb, 	<p><i>Študent:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • uporablja dogovorjene delovne postopke pri delu, ki ga opravlja samostojno in odgovorno, • uporablja pridobljena poklicna znanja in spretnosti pri opravljanju različnega strokovnega dela v posameznih enotah podjetja, • uporablja pridobljene informacije, • odpravlja ugotovljene pomanjkljivosti v znanju in pridobljene napake, • izvaja naloge v skupini ali timu, • pisno in ustno komunicira s poslovnimi partnerji in s sodelavci.
<ul style="list-style-type: none"> • pozna tehnike predstavitev, • pozna sporočilno vrednost predstavitev in različnih zvrsti predstavitev, • razume pomen oblike in logiko predstavitev, • pozna programsko in strojno opremo ki služi v pomoč predstavitvam, • pojasni vrste in pomen relativnih števil • pozna dejavnike, ki vplivajo na oblikovanje komunikacijskega programa, • primerja učinke posameznih medijev, • razume pomen usklajenosti orodij tržnega komuniciranja s sestavinami trženjskega spleta, • pozna načela oblikovanja tržne strategije. 	<ul style="list-style-type: none"> • uporabi ustrezno programsko opremo za izdelavo predstavitev, • načrtuje in izvaja predstavitve z uporabo sodobne IKT opreme, • iz podatkov, zbranih v raziskavi izračuna strukturne odstotke in jih grafično prikaže • učinkovito kombinira orodja tržnega komuniciranja, • načrtuje in izvede aktivnosti tržnega komuniciranja, • načrtuje sredstva za tržno komuniciranje, • ovrednoti sredstva za komuniciranje, • inovativno pristopi k novim predstavitvam izdelkov oz. storitev, • uporablja sodobna informacijska sporočila in dela s sodobnimi komunikacijskimi programi, • vrednoti in kontrolira dosežke trženja, • sooblikuje strategijo podjetja.

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Skupaj 120 ur dela študenta v podjetju (4KT)