



B-ECO

Start-up Eco Entrepreneurs project

Didaktično gradivo za
učitelje v poklicnem
izobraževanju in
usposabljanju



**Co-funded by
the European Union**

Financirano s strani Evropske unije. Izražena stališča in mnenja so zgolj stališča in mnenja avtorja(-ev) in ni nujno, da odražajo stališča in mnenja Evropske unije ali Evropske izvajalske agencije za izobraževanje in kulturo (EACEA). Zanje ne moreta biti odgovorna niti Evropska unija niti EACEA.



POVZETEK

Drugi rezultat projekta B-ECO Start-up Entrepreneurship pomeni ključni dosežek pri razvoju celovitih virov za izboljšanje poklicnega izobraževanja in usposabljanja (PIU) na področju trajnostnih poslovnih praks. Ta rezultat se osredotoča na oblikovanje in zagotavljanje didaktičnega gradiva, prilagojenega za opremljanje učiteljev poklicnega izobraževanja in usposabljanja z bistvenimi orodji in spoznanji, potrebnimi za nemoteno vključevanje ekološkega podjetništva v njihove učne prakse.

Ključni cilji vključujejo zagotavljanje celovitih opisov modulov, učnega gradiva in praktičnih vodnikov za podružnice B-ECO učiteljem poklicnega izobraževanja in usposabljanja. Cilj tega rezultata je opolnomočiti izobraževalce, učencem privzgojiti skrb za okolje in globalno prispevati k ciljem trajnostnega razvoja. Gradivo predvideva transformativni učinek na izobraževanje v poklicnem izobraževanju in usposabljanju ter spodbuja premik k okoljsko ozaveščenemu podjetništvu.

Zato rezultat 2 postavlja temelje za trajnostni in učinkovit izobraževalni ekosistem, v katerem imajo učitelji poklicnega izobraževanja in usposabljanja osrednjo vlogo pri oblikovanju okoljsko ozaveščenih podjetnikov. Didaktično gradivo je pripravljeno za pospeševanje pozitivnih sprememb in spodbujanje globalnega vključevanja ekološkega podjetništva v poklicno izobraževanje.



KAZALO

POVZETEK	2
AVTORJI.....	5
1. UVOD	6
2. OPIS PROJEKTA B-ECO IN PARTNERJI	7
2.1 PARTNERSTVO	7
KOORDINATOR - UNIVERZA V MARIBORU (SLOVENIJA)	7
CWEP (Poljska)	8
Epralima (Portugalska)	8
Euphoria (Italija)	9
EuroTraining (Grčija)	9
Lovila (Ciper)	10
3. B-ECO METODOLOGIJA RAZVEJEVANJA - H5P	11
3.1 KAKO DELUJE?	11
3.2 H5P RAZVEJANOST: KORAK ZA KORAKOM	12
3.3 KAKO TO VAJO VKLJUČITI V MODUL?	13
3.4 AVTORSKI VIRI H5P: ORODJA, PLATFORME IN POVEZANA DOKUMENTACIJA	14
4. CILJI DIDAKTIČNEGA GRADIVA B-ECO	15
5. B-ECO PLATFORMA ZA E-UČENJE	17
MODUL 1: PODJETNIŠKA POT	19
MODUL 2: POSLOVNA IDEJA	25
MODUL 3: PLATNO POSLOVNEGA MODELA (BMC_BUSINESS MODEL CANVA)	33
MODUL 4: TRŽNE RAZISKAVE	41
MODUL 5: TRŽENJE	47
MODUL 6: DRUŽBENI MEDIJI	53
MODUL 7: FINANCE IN FINANČNO NAČRTOVANJE	59
MODUL 8: ZELENUPRVLJANJE	65
MODUL 9: ZELENUPRVLJANJE ČLOVEŠKIH VIROV	83
MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _CIPER	97
MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _GRČIJA	102
MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _ITALIJA	109
MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _POLJSKA	115
MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _PORTUGALSKA.....	120
MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _SLOVENIJA	130
MODUL 11: PRIPRAVA UČINKOVITE PREDSTAVITVE IN PRAVILA PREDSTAVLJANJA	138
MODUL 12: VIRI FINANCIRANJA (NEPOVRATNA IN POVRATNA SREDSTVA)	143



MODUL 13: SOCIALNO PODJETNIŠTVO	150
MODUL 14: OKOLJSKO PODJETNIŠTVO	156
MODUL 15: DIGITALIZACIJA POSLOVANJA	161



AVTORJI



Univerza v Mariboru

Univerza v Mariboru (Slovenija)

<https://www.um.si/en/home-page/>



Centrum Wspierania
Edukacji
i Przedsiębiorczości

CWEP_Centre za podpora izobraževanju in
podjetništvu (Poljska)

<https://cwep.eu/>



EPRALIMA - Escola profissional do alto lima -
Cooperativa de interesse publico e
responsabilidade Llimitada (Portugalska)

www.epralima.com



Euphoria Net Srl (Italija)

<https://euphorianet.it/>



EUROTraining (Grčija)

<https://eurotraining.gr/>



Lovila

Lovila (Ciper)

<https://lovila.eu/>



1. UVOD

Dobrodošli v svetu ekološkega podjetništva, dinamičnega in spreminjajočega se področja na stičišču okoljske odgovornosti in gospodarskih inovacij. V današnjem svetu hitrih sprememb morajo učitelji v poklicnem izobraževanju in usposabljanju opremiti svoje učence z znanjem, veščinami in miselnostjo za krmarjenje med izzivi in priložnostmi, ki jih ustvarja potreba po trajnostnih poslovnih praksah.

Ekološko podjetništvo, ki ga pogosto imenujemo tudi »zeleno podjetništvo« ali »trajnostno poslovanje« predstavlja spremembo paradigme v našem pristopu k trgovanju in industriji. Presega tradicionalne poslovne koncepte in vpeljuje celosten pristop, ki prepozna neločljivo povezanost med gospodarskim uspehom in odgovornostjo do okolja. Ekološki podjetniki so gonilna sila, ki se skriva za to preobrazbo in vključuje inovacije in ustvarjalne rešitve za reševanje okoljskih vprašanj ob ustvarjanju donosnih, družbeno odgovornih podjetij.

V tem didaktičnem gradivu, posebej namenjenemu učiteljem v poklicnem izobraževanju in usposabljanju, bomo raziskali temelje ekološkega podjetništva in vam tako zagotovili bistvena orodja in vpogled, s katerimi lahko navdušite in usmerite naslednjo generacijo ekološko ozaveščenih podjetnikov. Naš namen je, da vas opolnomočimo za učinkovito sodelovanje z učenci in za spodbujanje njihovega razumevanja ključne vloge, ki jo lahko igrajo pri gradnji trajnostne prihodnosti s pomočjo podjetništva.

Didaktično gradivo pokriva nabor ključnih tem, od »B-ECO podjetniška pot« pa vse do »Digitalizacije poslovanja«. Gradivo vsebuje tudi B-ECO vaje z razvejevanjem in vire, s katerimi boste lažje vpeljali te koncepte v vaš učni načrt.

Ob koncu tega potovanja boste dobro opremljeni, ne samo za poučevanje ekološkega podjetništva, ampak tudi za to, da pri svojih učencih vzbudite strast do ustvarjanja pozitivnih okoljskih sprememb s pomočjo podjetniških podvigov. Ko se podajate na to izobraževalno potovanje, ne pozabite, da sta prihodnost našega planeta in blaginja prihodnjih generacij odvisni od znanja in veščin, ki jih posredujete svojim učencem.

Hvala za vaša prizadevanja pri spodbujanju trajnostne, ekološko ozaveščene prihodnosti skozi izobraževanje, usposabljanje in podjetništvo. Skupaj lahko pomagamo ustvariti generacijo podjetnikov, ki bo zgradila svet, v katerem bomo spoštovali tako dobiček kot planet.



2. OPIS PROJEKTA B-ECO IN PARTNERJI

Podjetniki so pomemben steber gospodarstva EU in pomembno je, da jim zagotovimo veščine in znanje, ki jih potrebujejo za svoj uspeh. Usposabljanje B-ECO jih ne bo opremilo samo s pomembnimi kompetencami in veščinami (na podlagi EntreComp) ter orodji, temveč tudi s sposobnostjo postati inovativni in izstopati na trgu ter se ne v njem izgubiti.

Kot izpostavlja Evropska komisija: »S podporo novim procesom, tehnologijam in storitvam, ki podjetjem omogočajo bolj zeleno poslovanje, ekološke inovacije pomagajo Evropi optimizirati svoj potencial za rast, hkrati pa se spoprijemajo z našimi skupnimi izzivi.« Z usmerjanjem strokovnjakov na tem področju bodo naši partnerji s svojimi bogatimi izkušnjami pripomogli k iskanju najboljših praks, študij primerov, pridobljenih spoznanj in prihodnjih priložnosti. Med trajanjem projekta bomo zagotovili usposabljanje in praktično vodstveno izobraževanje za ponudnike usposabljanj iz partnerskih držav s pomočjo inovativnega usposabljanja, ki se osredotoča na ekološko podjetništvo, inovacije in upravljanje ekoloških podjetij ter nove in inovativne platforme za e-učenje, ki je namenjena ustvarjanju edinstvenega prostora za izmenjavo znanja in izkušenj med udeleženci izobraževanj. To inovativno usposabljanje bo delovalo na dva načina: izvedle ga bodo vodje usposabljanj in/ali bo izveden samostojno kot spletno izobraževanje, da bomo dosegli največje možno število udeležencev.

Naše strateško partnerstvo se bo osredotočilo na spodbujanje dostopa in učenja s pomočjo odprtih izobraževalnih virov (angl. Open Educational Resources oz. OER), s podpiranjem IKT na področju poklicnega izobraževanja in usposabljanja z namenom izboljšati in razširiti ponudbo visokokakovostnih priložnosti za učenje po meri posameznih vodij usposabljanj z vključevanjem inovativnih načinov zagotavljanja.

2.1 PARTNERSTVO

KOORDINATOR - UNIVERZA V MARIBORU (SLOVENIJA)



Univerza v Mariboru je druga največja in druga najstarejša univerza v Sloveniji. Je avtonomna znanstvena, raziskovalna in izobraževalna javna ustanova s 1.960 zaposlenimi in približno 14.000 študenti, ki študirajo na 17 fakultetah. Univerza v Mariboru si prizadeva za pritegnitev najboljših študentov in ustvarjanje razvojnega okolja, kjer v vsakem pogledu domuje odličnost. Postaja osrednja razvojna institucija, ki se povezuje z gospodarstvom in skupaj s partnerji ustvarja center trajnostnega



razvoja širše regije. Hitro razvija nova področja delovanja, preizkuša nove metode študija in išče nove načine povezovanja s svojim okoljem.

Razvija znanstvene discipline, ki pokrivajo inženiring, biotehnologijo, humanistične vede, medicino, družboslovje in naravoslovje. UM spodbuja regionalni razvoj skozi svojo vizijo globalno prepoznavnega inovacijskega ekosistema, v katerem se bodo študenti, fakultete in administrativno osebje z navdušenjem ukvarjali z ustvarjalno dejavnostjo. UM spodbuja vzpostavljanje partnerstev s podjetji, vladnimi in nevladnimi ter drugimi institucijami v družbi za obogatitev univerzitetnega poučevanja, raziskovanja in ustvarjalne dejavnosti; izoblikovanje izobraženih, angažiranih državljanov; utrditev demokratičnih in etičnih vrednot, državljanske odgovornosti, obravnave ključnih družbenih vprašanj; upoštevanje ekoloških in okoljskih vprašanj, spodbujanje trajnostnega razvoja in prispevanje za javno dobro

Partnerji

CWEP (Poljska)

Center za podporo izobraževanju in podjetništvu (CWEP) je nevladna organizacija, ki ga je leta 2004 ustanovila skupina podjetnikov, učiteljev in družbenih aktivistov iz mesta Rzeszów na Poljskem. CWEP sodeluje s podjetji in izobraževalnimi institucijami. Poslanstvo centra CWEP je



Centrum Wspierania
Edukacji
i Przedsiębiorczości

povečati kakovost usposabljanja na področju izobraževanja na vseh ravneh in v vseh oblikah ter spodbuditi podjetništvo za lažje vključevanje vseh družbenih skupin, ne glede na spol, starost ali etnično pripadnost. Cilja zlasti na izboljšanje dostopnosti, kakovosti in učinkovitosti izobraževanja vseh ljudi, spodbujanje in prispevanje k izobraževanju odraslih, vseživljenjskemu učenju, e-učenju in uporabi novih tehnologij v izobraževanju in podjetništvu. Združenje sodeluje s številnimi partnerji iz Evrope za krepitev gospodarskega položaja podjetij in zagotavlja spletne platforme za podjetja.

Epralima (Portugalska)

Šola za poklicno usposabljanje Epralima se nahaja na severu Portugalske, v mestu Arcos de Valdevez. Deluje na treh lokacijah, in sicer v Arcos de Valdevez (sedež), Ponte da Barca in Ponte de Lima. Ponaša se tudi s Tehničnim centrom in Centrom za usposobljenost, ki prepoznava, vrednoti in certificira kompetence.





Epralima v okviru teh treh enot ponuja vrsto usposabljanj, od kuharstva, elektronike, turizma do digitalnega tridimenzionalnega oblikovanja itd. Trenutno ima Epralima povprečno 350 učencev, ki obiskujejo eno od treh enot.

Epralima kot poklicna šola verjame v to, da lahko vsem učencem koristi razvoj veščin, s katerimi se naučijo razmišljati širše in ki negujejo neobičajne talente. Poleg tega ustvarjajo priložnosti, zagotavljajo socialno pravičnost, vlivajo zaupanje in spodbujajo gospodarstvo. Pri Epralimi so mnjenja, da bi se moral proces vseživljenjskega učenja začeti že v osnovni šoli in se nadaljevati skozi vse ravni izobraževanja, vključno z izobraževanjem odraslih.

Euphoria (Italija)

Euphoria Net Srl je italijansko podjetje, ustanovljeno marca 2019 (odcepljeno podjetje nekdanjega Združenja Euphoria, ustanovljenega leta 2014), ki se osredotoča na zagotavljanje storitev na področju projektnega vodenja v smislu podpiranja organizacij pri izvajanju in vodenju projektov ter zagotavljanja usposabljanj na to temo. Euphoria je specializirana na izobraževalnem področju in sodeluje v projektih v povezavi z vnašanjem inovativnosti na tovrstna področja. Tri osrednja področja delovanja so naslednja: 1 - Projektno vodenje: sledijo vsem vidikom v povezavi s projekti EU; 2 - Usposabljanja: organizirajo usposabljanja, zlasti za šole oziroma vse stopnje šolanja, univerze in združenja na naslednje teme: projektno vodenje, digitalne kompetence, podjetništvo, spodbujanje poučevanja na področju naravoslovja, tehnologije, tehnike in matematike, državljanstvo EU, osebno prilagojeni učni pristopi, mehke veščine in inovativne metodologije. 3 - Organizacija dogodkov in strategije komuniciranja: oblikovanje strategij razširjanja v okviru projektov, vključno z vzpostavitvijo trženjske strategije projekta, komunikacijo, opredelitvijo deležnikov, organizacijo in koordinacijo dogodkov po vsej Evropi.



EuroTraining (Grčija)

EUROTraining je center za poklicno izobraževanje v Atenah v Grčiji z dvema dodatnima certificiranimi podružnicama v mestih Thessaloniki in Volos v Grčiji. EUROTraining se specializira na področjih podjetništva, izobraževanja odraslih, IKT, finančnega upravljanja in turizma. Organizacija je tesno povezana s trgom dela in poskuša svojo ponudbo študija uskladiti s potrebami podjetij, organov in organizacij, tako v javnem kot zasebnem sektorju. Eden glavnih ciljev organizacije je prispevati k nadgradnji usposobljenosti zaposlenih na načine, ki jim dajejo konkurenčno prednost.





Med primarne ciljne skupine programov in seminarjev usposabljanj centra EUROTraining sodijo med drugimi nezaposleni, novo zaposleni, mladi in obetajoči podjetniki, zaposleni, osebe s posebnimi potrebami, izvršni direktorji, diplomanti srednjih šol in univerz.

Ključne aktivnosti organizacije so nudenje sodobnih programov poklicnega usposabljanja (tudi na podlagi kombiniranega učenja, ki ga omogoča IKT), spletni sistemi za upravljanje učenja, seminarji za usposabljanje človeških virov in seminarji za medpodjetniško usposabljanje. Vse tri podružnice centra EUROTraining v Grčiji nudijo prostorne in sodobne učilnice, najsodobnejše IT laboratorije, specializirano opremo za enostaven dostop do prostorov, knjižnic z dostopom do spleta, vzgojno-varstvenih ustanov in sistem ocenjevanja nalog v okviru usposabljanja (ARGUS ERP).

Lovila (Ciper)

Lovila je ciprska institucija za svetovanje in usposabljanje, ki je bila ustanovljena za spodbujanje poklicnega in osebnega razvoja posameznikov, podjetij in novo ustanovljenih podjetij. Osredotoča se na spodbujanje vseživljenjskega učenja, digitalizacijo in inovativnost na različnih stopnjah in v različnih kontekstih izobraževanja. Lovila nudi storitve za podjetja in podjetnike s potrebo po inovacijah, usposabljanju in digitalni preobrazbi, ki igra ključno vlogo pri sposobnosti organizacije, da se razvija skupaj s trgom. Na drugi strani Lovila zagotavlja podporo pri usposabljanju na visoki ravni mladim in odraslim, ki potrebujejo poklicno vključevanje, razvoj osnovnih veščin in kvalifikacij, digitalne in podjetniške veščine, trajnostni način razmišljanja in življenjski slog, vključevanje in ponovno vključitev na trg dela, motivacijo, svetovanje in usmerjanje pri delu.



Lovila verjame v velik pomen okoljske trajnosti in sposobnosti stabilizacije trenutnega neusklajenega odnosa med človeško in poslovno kulturo ter živim svetom. Na ta način storitve podjetja zmeraj stremijo k trajnostnim delovnim praksam in trajnostni prihodnosti s pomočjo izobraževanja.



3. B-ECO METODOLOGIJA RAZVEJEVANJA - H5P

Metodologija razvejevanja v H5P vam omogoča ustvarjanje interaktivnih vsebin z več potmi ali vejami na podlagi udeležencevih odločitev ali odzivov. Z njo lahko ustvarite dinamično in prilagojeno učno izkušnjo na podlagi predstavitve različnih vsebin ali rezultatov glede na odločitve udeležencev.

3.1 KAKO DELUJE?

H5P vaje z razvejevanjem delujejo na podlagi kombinacije interaktivnih elementov, logike razvejevanja in povratnih informacij za ustvarjanje dinamične učne izkušnje. Na splošno to poteka tako:

1. **Predstavitve vprašanja ali scenarija:** Vaja z razvejevanjem se začne s predstavitvijo vprašanja, scenarija ali točke odločitve udeležencu. To je lahko v obliki besedila, slik ali drugih večpredstavnostnih elementov.
2. **Odziv udeleženca:** Udeleženec izbere ali se odzove na predstavljeno vprašanje ali scenarij z izbiro možnosti, s klikom na določeno območje ali podajo prispevka.
3. **Logika razvejevanja:** Na podlagi udeleženčevega odziva logika razvejevanja v okviru vsebine H5P določa naslednji korak. Avtor vsebine opredeli poti razvejevanja in določi, kateri rezultat ali vsebinski element ustreza posameznemu odzivu.
4. **Prikaz rezultata ali vsebine:** Vaja H5P predstavlja ustrezen rezultat ali vsebinski element na podlagi odziva udeleženca. Ta lahko vsebuje dodatne informacije, nadaljnja vprašanja, večpredstavnostne elemente ali kakršnokoli drugo relevantno vsebino.
5. **Povratne informacije za pravilne in napačne odgovore:** Po vsakem odzivu vaja z razvejevanjem zagotavlja povratne informacije udeležencem, ki nakazujejo, ali je bila njihova izbira pravilna ali ne. Povratne informacije lahko vključujejo obrazložitve, dodatne informacije ali usmeritve v zvezi z izbrano potjo.
6. **Nadaljevanje vaje:** Vaja z razvejevanjem se začne s predstavitvijo novih vprašanj, scenarijev ali točk odločitev na podlagi izbrane poti. Postopek se ponavlja, medtem ko se udeleženec prebija skozi vajo z razvejevanjem in pri tem morebiti naleti na dodatne točke in izide razvejevanja.



- 7. Izpolnitev in zaključek:** Vaja z razvejevanjem je zaključena, ko udeleženec doseže končni rezultat ali dokonča predhodno določen sklop razvejanih poti. S to vajo se lahko zagotovi povzetek udeležencevih odločitev, ponudi nadaljnje vire ali predstavi končno ocenjevanje.

Logika razvejevanja v H5P omogoča ustvarjanje zapletenih scenarijev z več potmi in izidi ter udeležencem zagotavlja učenje po meri na podlagi njihovih odločitev in odzivov. Ponuja interaktiven in privlačen način za raziskovanje različnih možnosti, preverjanje znanja in krepitev učenja na dinamičen in prilagodljiv način.

3.2 H5P RAZVEJANOST: KORAK ZA KORAKOM

- 1. Določite točke razvejevanja:** Opredelite določene točke v vaši vsebini, kjer želite uporabiti razvejevanje. To lahko storite v obliki vprašanj, točk odločitve ali specifičnih povezav, kjer odziv udeleženca določa naslednji korak.
- 2. Ustvarite več izidov:** Za vsako točko razvejevanja opredelite različne možne izide na podlagi udeležencevih odločitev ali odzivov. Vsak izid lahko vodi na drugo pot, vsebino ali povratno informacijo.
- 3. Oblikujte vsebino in povezave:** Ustvarite vsebino za vsak izid, vključno z besedilom, večpredstavnostjo ali interaktivnimi elementi, ki zagotavljajo informacije ali pritegnejo udeleženca. Vključite lahko tudi vprašanja ali ocene za nadaljnjo usmerjanje postopka razvejevanja.
- 4. Vzpostavitev logike razvejevanja:** V okviru avtorskega orodja ali platforme H5P, ki ju uporabljate, vzpostavite logiko razvejevanja, da povežete različne izide z ustreznimi odločitvami ali odzivi. To lahko storite s pomočjo vizualnega vmesnika ali z določitvijo povezav med vsebinskimi elementi in izidi.
- 5. Opredelite povratne informacije za pravilne in napačne odgovore:** Za izboljšanje učne izkušnje zagotovite povratne informacije tako za pravilne kot za napačne odgovore ali izbire. Povratne informacije lahko vključujejo obrazložitve, dodatne informacije ali usmeritve v pomoč udeležencem pri razumevanju posledic njihovih odločitev.
- 6. Testirajte in izboljšajte:** Testirajte vajo z razvejevanjem, da bi zagotovili, da logika in izidi delujejo, kot je predvideno. Poskrbite za vse potrebne prilagoditve ali izboljšave, da bi izpopolnili potek in usklajenost poti razvejevanja.

Ob upoštevanju te metodologije lahko ustvarite privlačne in interaktivne vaje z razvejevanjem v H5P, ki udeležencem nudijo različne poti na podlagi njihovih odločitev ali odzivov, učno izkušnjo po meri ter krepijo njihovo razumevanje vsebine.



3.3 KAKO TO VAJO VKLJUČITI V MODUL?

Vajo z razvejevanjem lahko vključite v modul z uporabo avtorskih orodij ali platform H5P, ki podpirajo ustvarjanje in vključevanje vsebin H5P. To so osnovni koraki njene izvedbe:

- 1. Izberite avtorsko orodje ali platformo H5P:** Izberite ustrezno avtorsko orodje ali platformo H5P, s katero lahko ustvarite in objavite interaktivno vsebino. Med priljubljenimi možnostmi so H5P.org, H5P.com, ali H5P vtičniki/razširitve za različne sisteme za upravljanje vsebin (CMS), kot so WordPress, Moodle ali Drupal.
- 2. Ustvarite vajo z razvejevanjem:** Uporabite izbrano avtorsko orodje ali platformo za ustvarjanje vaje z razvejevanjem. To vključuje oblikovanje vsebine, opredelitev točk razvejevanja, ustvarjanje več izidov, vzpostavitev logike razvejevanja in zagotavljanje povratnih informacij za pravilne in napačne odgovore.
- 3. Prilagodite videz in nastavitve:** Prilagodite videz in način vaje z razvejevanjem, da se bo ustrezno podala vašemu modulu. To zajema prilagoditev postavitev, barv, pisave in drugih vizualnih elementov. Uredite lahko tudi dodatne nastavitve, kot so časovno načrtovanje, točkovanje ali spremljanje napredovanja v skladu z možnostmi, ki jih nudi avtorsko orodje ali platforma.
- 4. Vključite H5P vsebino v vaš modul:** Ko ste sestavili vajo z razvejevanjem, ustvarite vdelano ali integracijsko kodo, ki jo zagotovi avtorsko orodje ali platforma H5P. S to kodo lahko vajo z razvejevanjem neposredno vključite v vaš modul, kot je spletna stran, sistem za upravljanje učenja ali platforma za e-učenje.
- 5. Testiranje in uporaba:** Pred uporabo modula temeljito preizkusite vajo z razvejevanjem in se prepričajte, da logika, izidi in povratne informacije delujejo, kot je predvideno. Izvedite vse potrebne prilagoditve ali izboljšave na podlagi vašega testiranja. Ko boste zadovoljni z delovanjem, uporabite modul pri svoji ciljni publiki.
- 6. Zberite podatke o udeležencih in analizirajte rezultate:** Ko se udeleženci ukvarjajo z vajo z razvejevanjem, zbirajte podatke o njihovih izbirah, odzivih in napredku. Analizirajte podatke, da bi dobili vpogled v vedenje udeležencev, razumevanje ali področja, na katerih so morda potrebna nadaljnja navodila ali podpora.

Ne pozabite preveriti dokumentacije ali virov, ki jih zagotavlja določeno avtorsko orodje ali platforma H5P, ki jo uporabljate, saj se lahko postopek implementacije nekoliko razlikuje glede na funkcije orodja in možnosti integracije.



3.4 AVTORSKI VIRI H5P: ORODJA, PLATFORME IN POVEZANA DOKUMENTACIJA

1. **H5P.org:** Uradno spletno mesto H5P ponuja vrsto avtorskih orodij in virov za ustvarjanje H5P vsebin. Dostopate lahko do avtorskih orodij in poiščete dokumentacijo, navodila in podporo skupnosti na <https://h5p.org/>.
2. **H5P.com:** H5P.com je platforma v oblaku, ki zagotavlja gostovanje in upravljanje H5P vsebin. Ponuja uporabniku prijazen vmesnik za ustvarjanje in objavljanje H5P vsebin. Več o tem lahko izveste in ustvarite račun na <https://h5p.com/>.
3. **Vtičniki H5P za CMS:** H5P zagotavlja vtičnike/razširitve za priljubljene sisteme za upravljanje vsebin (CMS), kot so WordPress, Moodle, Drupal in drugi. Iščete lahko »H5P vtičnike«, specifične za vaš sistem za upravljanje vsebin, da bi našli ustrezne vtičnike, ki vam omogočajo ustvarjanje in vključevanje H5P vsebin znotraj vašega sistema za upravljanje vsebin.
4. **H5P dokumentacija:** H5P dokumentacija zagotavlja podrobne informacije in usmeritve glede ustvarjanja in uporabe H5P vsebin. Dokumentacija je dostopna na <https://h5p.org/documentation>.
5. **H5P skupnost:** H5P skupnost je aktivni forum, kjer uporabniki delijo svoje izkušnje, postavljajo vprašanja in nudijo podporo v povezavi s H5P temami. Skupnosti se lahko pridružite na <https://h5p.org/community>.

Upoštevajte, da se lahko razpoložljivost in funkcije H5P avtorskih orodij, platform in vtičnikov razlikujejo, zato je priporočljivo raziskati specifične možnosti in vire, ki so v skladu z vašimi potrebami in zahtevami.



4. CILJI DIDAKTIČNEGA GRADIVA B-ECO

Ta didaktična gradiva so namenjena podpori vodjem usposabljanj in izobraževanj na področju poklicnega izobraževanja in usposabljanja pri uporabi platform za e-učenje ter B-ECO razvejevanj med njihovim poučevanjem o podjetništvu s pomočjo naslednjih elementov:

Spodbujanje vključevanja e-učenja: Primarni namen didaktičnih gradiv je podpreti vodje usposabljanj in izobraževanj na področju poklicnega izobraževanja in usposabljanja pri učinkoviti uporabi platform za e-učenje kot temeljnega vira med njihovim poučevanjem o podjetništvu.

Povečanje uporabnosti razvejevanj B-ECO: S pomočjo gradiv lahko vodje usposabljanj povečajo potencial B-ECO razvejevanj in tako zagotovijo, da udeleženci izkoristijo resnične, praktične izkušnje, ki so v skladu z načeli ekološkega podjetništva.

Spodbujanje digitalne trajnosti: Gradiva so namenjena spodbujanju in omogočanju prehoda na digitalne vire, spodbujanju bolj trajnostnega in okolju prijaznejšega pristopa k izobraževanju in usposabljanju na področju podjetništva.

Dostopnost in prikladnost: Z razpoložljivostjo gradiv v elektronski obliki lahko vodje usposabljanj in izobraževanj na področju poklicnega izobraževanja in usposabljanja pridejo do preprosto dostopnih virov, ki jih je mogoče prenesti s spletne strani projekta in platforme za e-učenje in tako spodbudijo njihovo uporabo v raznolikih okoljih poučevanja.

Opisi modulov in učnih gradiv: Gradiva nudijo celovite opise modulov in učnih gradiv, ki izvajalce usposabljanj opremijo za učinkovito poučevanje o podjetništvu v skladu z načeli ekološkega podjetništva.

Podroben priročnik za B-ECO razvejevanje: Didaktična gradiva zagotavljajo izvajalcem usposabljanj podrobna navodila za oblikovanje in uporabo B-ECO razvejevanja, s čimer se spodbuja praktično, izkustveno učenje udeležencev.

Opolnomočenje izvajalcev usposabljanj: Eden od glavnih ciljev je opolnomočiti vodje usposabljanj in izobraževanj na področju poklicnega izobraževanja in usposabljanja, jih opremiti z znanjem in orodji, ki so potrebna za ustvarjanje privlačnega, učinkovitega in okolju prijaznega poučevanja o podjetništvu.

Izboljšanje učnih rezultatov udeležencev: Nazadnje pa je namen didaktičnih gradiv prispevati k boljšim učnim rezultatom udeležencev z izboljšanjem kakovosti in trajnosti izobraževanja na področju podjetništva in jih naposled pripraviti na to, da postanejo ekološko osveščeni podjetniki.



Uskladitev s cilji trajnostnega razvoja: Gradiva so usklajena s cilji trajnostnega razvoja Združenih narodov, zlasti s tistimi, ki so povezani z okoljsko trajnostjo in kakovostnim izobraževanjem ob spodbujanju ekološko prijaznega izobraževanja o podjetništvu.

Spodbujanje inovativnosti: S spodbujanjem ekološkega podjetništva in vključevanjem e-učenja želijo ta gradiva spodbuditi inovativno razmišljanje in navdahniti razvoj trajnostnih poslovnih rešitev tako med izvajalci izobraževanj kot udeleženci.



5. B-ECO PLATFORMA ZA E-UČENJE

B-ECO platforma za e-učenje bo vsebovala naslednje:

- **Registracija uporabnika:** Izvajalci usposabljanj in udeleženci si morajo na platformi za e-učenje ustvariti račune.
- **Nadzorna plošča:** Ob prijavi uporabnike pozdravi prilagodljiva nadzorna plošča, ki prikazuje relevantne informacije, vključno s potekom usposabljanja, novostmi in prihajajočimi dogodki.
- **Katalog usposabljanja:** Platforma vsebuje celovit katalog usposabljanj, organiziran glede na module ekološkega podjetništva. Izvajalci usposabljanj lahko po njem brskajo in izberejo module, ki so v skladu z njihovimi potrebami po poučevanju.
- **Dostop do modula:** S klikom na določen modul se odpre ustrezna stran s podrobno vsebino, vključno z naslednjim:
 - **Pregled:** Opis ciljev modula in učnega rezultata.
 - **Učna gradiva:** Dostop do virov, kot so predstavitve, videoposnetki in interaktivne vsebine.
- **Orodja za ocenjevanje:** Kvizi, naloge ali ocenjevanja bodo na voljo za preverjanje razumevanja.
- **Razpravljalni forumi:** Vsak modul/usposabljanje lahko ima svoj lastni razpravljalni forum, ki izvajalcem usposabljanj omogoča postavljanje vprašanj, deljenje izkušenj in sodelovanje s kolegi. S tem se krepi občutek za skupnost in podporo med izobraževalci.
- **Spremljanje napredka:** Platforma spremlja napredek znotraj vsakega modula, z označevanjem zaključenih delov in možnostjo, da izvajalci usposabljanj nadaljujejo delo tam, kjer so ostali.
- **Viri, ki jih je možno prenesti:** Učna gradiva in priročniki bodo na voljo za prenos neposredno s spletne strani projekta.
- **Priprava B-ECO razvejevanja:** Platforma vsebuje razdelek, ki je namenjen uporabi B-ECO vaj z razvejevanjem.
- **Viri:** Poleg usposabljanj bo platforma zagotavljala nabor virov in študij primera za poglobljanje znanja izvajalcev usposabljanj in udeležencev.
- **Analitika vključenosti uporabnikov:** Platforma mora zbirati podatke o vključenosti uporabnikov, vključno s tem, katera gradiva so najbolj priljubljena, stopnjami napredka in trendi povratnih informacij, s čimer lahko skrbniki izboljšajo in razširijo svojo ponudbo.

Če povzamemo, platforma za e-učenje predstavlja celovito in uporabniku prijazno stičišče za vodje usposabljanj in učence na področju poklicnega izobraževanja in usposabljanja ter nudi bogat nabor



virov, priložnosti za sodelovanje in podporne mehanizme. Ta integriran pristop poveča koristi didaktičnih gradiv za učinkovito poučevanje ekološkega podjetništva in pripravo B-ECO razvejevanj.



MODUL 1: PODJETNIŠKA POT

1. UVOD

Kot učitelj bi morali začeti z motivacijskim govorom, na primer:

« Dragi udeleženci.

Podjetništvo je kot neuhojena pot, pot do uspeha, ki ni prav nič preprosta. Kot študenti podjetništva ste se že podali na pot, ki zahteva pogum, odpornost in neomajno vero v lastne sanje. Izbrali ste pot, polno izzivov, porazov in napak, a naj vam zagotovimo, da je to prav tako pot, ki lahko prinese izpolnitev in uspeh.

Sprejmite izzive, poraze in napake kot priložnosti za rast. Ne pozabite, da poraz ni nasprotje uspeha, je korak k uspehu. Učite se iz svojih napak in bodite vztrajni. Uspeh ni zgolj stvar naključja, gre za vztrajnost in trdo delo. Zaupajte svoji viziji, obkrožite se s podporo in verjemite vase. Uspeh se skriva v učinku in pozitivni spremembi, ki ju prinesete. Sprejmite to popotovanje, slavite zmage in se učite iz napak. Ostanite vzdržljivi in nikoli ne izgubite svojih sanj izpred oči. Utrite si svojo pot, premagajte ovire in naj zasije vaš podjetniški duh.

Naj vam že zdaj zaželim vso srečo na vašem neverjetnem potovanju!«

Sledi kratka predstavitev izobraževanja in učnih ciljev:

Podjetnikova pot vključuje prva razmišljanja in pristope na podjetniški poti. V vsaki enoti se boste seznanili s pomenom podjetništva, s tem, kakšne lastnosti mora imeti podjetnik, kako se podati na lastno podjetniško pot ter s primeri uspešnih podjetnikov. Ob koncu vsake enote sledijo praktične naloge, s katerimi lahko preverite pridobljeno znanje in ugotovite, ali ste na pravi (podjetniški) poti.

2. UČNI CILJI

- Kako načrtovati svojo podjetniško pot.
- Spoznati, s katerimi podjetniškimi lastnostmi ste že opremljeni, in katere še morate pridobiti/razviti.
- Uporabiti pristope za učinkovit začetek podjetniške poti na podlagi dobrih praks.



3. UČNI REZULTATI

- Razumeti, kaj je podjetništvo in kdo je podjetnik.
- Poznati ključne lastnosti podjetnika.
- Prepoznati prednosti in slabosti podjetnika.
- Opredeliti prve korake v podjetništvu.
- Znati poiskati podporo in pomoč v Sloveniji.

4. UČNE METODE:

- Preučitev priporočene literature in spletnih virov
- Odločanje na podlagi rezultatov iz B-ECO razvejevanj
- Ocena podjetniške poti

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ¹

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Ustvarjalnost
- **Viri:**
 1. Motivacija in vztrajnost
 2. Samozavedanje in lastna učinkovitost
 3. Mobilizacija virov
- **K dejanjem:**
 1. Prevzem pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Učenje skozi izkušnje

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

¹ <https://entre-comp.eu/>



7. OGREVANJE (15 MIN.)

Povlecite besede - definicije podjetništva:

Navodila: Povežite besede iz stolpca na desni z ustreznimi definicijami v stolpcu na levi.

1. stolpec: DEFINICIJE	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. Stolpec: BESEDE
A. Proces zbiranja informacij o potencialnih strankah in tekmecih za sprejemanje ozaveščenih poslovnih odločitev.		1. Inovativnost
B. Podroben dokument, ki predstavlja cilje, strategije in finančne napovedi novega podjetja.		2. Prevezemanje tveganj
C. Sposobnost prepoznati in ustvariti nove ideje, izdelke ali storitve, ki prinašajo dodano vrednost na trgu.		3. Tržna raziskava
D. Prevezemanje premišljenih tveganj za doseganje poslovnega uspeha.		4. Poslovni načrt
E. Vzpostavljanje in negovanje odnosov s posamezniki in organizacijami za izmenjavo informacij, virov in priložnosti.		5. Mreženje
Pravilni odgovori: Inovativnost - C Prevezemanje tveganj - D Tržna raziskava - A Poslovni načrt - B Mreženje - E		

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- PowerPoint predstavitev za izobraževanje + praktični primeri.
- Učitelj bo pojasnil vsebine iz PPT-ja in na izročkih, ki so jih prejeli udeleženci.
 - A. Razlaga učnih rezultatov izobraževanja
 - B. Učitelj predstavi učne rezultate 1. lekcije:
 - Kaj je podjetništvo in kdo je podjetnik?
 - Lastnosti podjetnika
 - Biti podjetnik - prednosti in slabosti
 - Prvi koraki v svetu podjetništva
 - Kje poiskati podporo in pomoč v Sloveniji?
 - C. Učitelj poda nekaj praktičnih primerov:
 - Videoposnetek pogovora s podjetnikom



9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v scenariju z razvejevanjem na temo pravnega vidika podjetniške poti. Ta vaja je zasnovana za preverjanje vašega znanja in sposobnosti odločanja v povezavi s pravnimi oblikami različnih situacij. Vsako vprašanje skrbno preberite in izberite najustreznejši odgovor.

1. Vprašanje: Kaj je ključni pomen podjetništva?

- a) Biti direktor
- b) Prepoznati potrebe trga in ustvariti dodano vrednost
- c) Poravnati davke

Povratne informacije 1a: Odgovor ni pravilen. Ljudje, ki se začnejo ukvarjati s podjetništvom samo zaradi položaja direktorja, imajo majhne možnosti za uspeh.

Povratne informacije 1b: Dobra izbira! Bistvo podjetništva je prepoznati potrebe strank, oblikovati izdelek, ki zadovolji te potrebe, in ustvari dodatno vrednost pri poslovanju.

Povratne informacije 1c: To ni pravilen odgovor. Plačevanje davkov zagotovo ni osrednji motiv za to, da se odločimo za podjetništvo.

2. Vprašanje: Katere od navedenih lastnosti mora imeti podjetnik?

- a) Vztrajnost
- b) Poslušnost
- c) Zamerljivost

Povratne informacije 2a: Odlično! Podjetništvo je kot vlakec smrti, enkrat si na vrhu, drugič na dnu - brez vztrajnosti ni uspeha v podjetništvu!

Povratne informacije 2b: Nepravilno. Podjetnik mora razmišljati s svojo glavo in imeti strateški oziroma vizionarski pogled.

Povratne informacije 2c: To ni pravilen odgovor. Zamerljivost odvrča podjetnika od dobrega sodelovanja s poslovnimi partnerji na dolgi rok.

3. Vprašanje 3: Kakšne so prednosti podjetnika?

- a) Potencialna finančna tveganja
- b) Daljši delovni čas
- c) Sledite lahko svoji strasti

Povratne informacije 3a: Ne, podjetništvo vedno vključuje tveganje, finančno tveganje pa je eno najpogostejših tveganj v podjetništvu.

Povratne informacije 3b: Nepravilno. Zagon podjetja zahteva veliko časa in miselnega napora.

Povratne informacije 3c: Odlično! Strast je ena od glavnih motivacij za poslovni uspeh!



4. vprašanje: Ali je pomembno iskati podporo in pomoč na začetku samostojne poti?

- a) Ne, jaz vem vse.
- b) Ne, vse lahko najdem na spletu.
- c) Da.

Povratne informacije 4a: Nepravilno. Nihče ne ve vsega. Na začetku podjetniške poti je ključnega pomena, da pridobimo čim več relevantnih informacij in podpore, saj nas lahko napake v podjetništvu drago stanejo.

Povratne informacije 4b: Nepravilno. Na spletu je veliko uporabnih informacij, vendar te niso prilagojene točno vašim potrebam.

Povratne informacije 4c: Pravilno! Informacije in izkušnje, ki jih dobite osebno - neprecenljivo!

Zaključek: Čestitke ob zaključku scenarija z razvejevanjem na temo podjetniška pot. Pokazali ste, da razumete, kaj so prvi koraki in katere osebne lastnosti so pomembne za podjetnika. Ne pozabite se posvetovati z institucijami, ki zagotavljajo podporno okolje podjetnikom za podporo, potrditev poslovne ideje in pomoč.

10. OCENJEVANJE

- Lastnosti podjetnika; anketa o 6 ključnih lastnostih, lestvica od 1 do 10 (samoocenjevanje).

Lastnosti podjetnika	Relevantnost: 1-10
Sposobnost prevzemati tveganja	
Inovativno razmišljanje	
Strast	
Zaupanje	
Vizionarske in vodstvene sposobnosti	
Odločanje	

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - NEKATERI ALI VSI, KI JIH NAJDEMO POD "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. str. 10-285.



- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. str. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. www.delajvitko.si.
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sushanta Maiti (2021); »What is Entrepreneurship? Definition, 5 Types, 5 Scopes, Characteristics, 5 Importance«; https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship
- [7] Indeed Editorial Team (2021); »12 Pros and Cons of Being an Entrepreneur«; <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



MODUL 2: POSLOVNA IDEJA

1. UVOD

Kot učitelj bi morali začeti z motivacijskim govorom, na primer:

"Dragi udeleženci.

Danes se bomo pogovarjali o poslovnih idejah. Vaša poslovna ideja odraža odličnost, je dokaz vaše ustvarjalnosti, ambicioznosti in neskončnega potenciala. Sprejmite potovanje, ki je pred vami, saj ne bo preprosto. Pričakujte neuspehe, dvome in zaprta vrata. A ne pozabite, da poraz ne pomeni konca, je korak k uspehu. Sprejmite neuspeh kot vodilo, kompas, ki vas usmerja proti boljšim priložnostim. Obkrožite se z mentorji in svetovalci, učite se iz napak in nikoli ne izgubite svoje vizije. Verjemite vase in svojo idejo, saj svet potrebuje vašo inovativnost, vaš edinstven pogled in drznost pri izpodbijanju normativov. Drznite si sanjati velike sanje, izzovite status quo in uresničite svojo idejo. Verjamem v vas. Pojdite in pokažite svetu, iz kakšnega testa ste!"

Sledi kratka predstavitev izobraževanja in učnih ciljev:

Uresničevanje želje po ustanovitvi lastnega podjetja se začne s prepoznavanjem problema na trgu, z velikim tržnim potencialom in dovolj potenciala, da so kupci pripravljeni plačati za vašo rešitev (izdelek, storitev). V tem modulu bodo predstavljeni koraki, kako prepoznati problem, na kakšne načine je mogoče oblikovati poslovno idejo, kaj bi morala vključevati dobra poslovna ideja in kako oceniti njen potencial. Vsebina modula vam bo omogočila uporabo strukturiranega pristopa do oblikovanja in opredelitve poslovne ideje, ki sta nujno potrebna koraka pri uspešnem zagonu lastnega podjetja.

2. UČNI CILJI

- Kako dobim idejo za zagon podjetja?
- Pristopi do oblikovanja poslovne ideje.
- Značilnosti dobre poslovne ideje.
- Kako preveriti »vrednost« poslovne ideje?

3. UČNI REZULTATI

- Določitev poslovne ideje
- Značilnosti dobre poslovne ideje
- Vrednotenje poslovne ideje



4. UČNE METODE:

- Preučitev priporočene literature in spletnih virov
- Odločanje na podlagi rezultatov iz B-ECO razvejevanj
- Ocenjevanje modula

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ²

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Ustvarjalnost
- **Viri:**
 1. Motivacija in vztrajnost
 2. Samozavedanje in lastna učinkovitost
 3. Mobilizacija virov
- **K dejanjem:**
 1. Prevzeti pobudo
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Učenje skozi izkušnje

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

Udeležence razdelite v majhne skupine po 3-4 osebe.

1. Pojasnite koncept kratke poslovne predstavitve, ki je jedrnat in prepričljiv povzetek poslovne ideje, ki jo je mogoče podati v času ene vožnje z dvigalom (približno 30 sekund do 1 minute).
2. Vsaki skupini dodelite poljuben predmet ali izmišljeno ime izdelka. Zapišite jih na majhne koščke papirja in jih razdelite.
3. Naročite skupinam, naj si izmislijo poslovno idejo v povezavi z določenim predmetom ali imenom izdelka. Zbirajo naj zamisli in ustvarijo kratko poslovno predstavitev svoje ideje.

² <https://entre-comp.eu/>



4. Določite časovno omejitev, na primer 10-15 minut, za pripravo teh predstavitev.
5. Ko je čas potekel, naj vsaka skupina izbere enega predstavnika, ki bo izvedel kratko poslovno predstavitev za ostale v razredu.
6. Skupine spodbudite, da so med svojimi predstavitvami ustvarjalne, zagnane in prepričljive.
7. Po vsaki predstavitvi ponudite udeležencem v razredu, da podajo konstruktivne povratne informacije in zastavijo vprašanja o poslovnih idejah.
8. Po želji lahko vzpostavite tudi sistem glasovanja ali žirijo, ki oceni predstavitve na podlagi kriterijev, kot so jasnost, ustvarjalnost in prepričljivost.
9. Zaključite igro z razpravo o ključnih pridobitvah aktivnosti in s poudarjanjem pomena učinkovite komunikacije pri predstavljanju poslovnih idej.

Ta igra udeležencev ne bo zgolj ogrela za izobraževanje, ampak tudi spodbudila timsko delo, ustvarjalnost in učinkovite komunikacijske spretnosti.

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- PowerPoint predstavitev za izobraževanje + praktični primeri.
- Učitelj bo pojasnil vsebine iz PPT-ja in na izročkih, ki so jih prejeli udeleženci.
 - A. Razlaga učnih rezultatov izobraževanja
 - B. Učitelj predstavi učne rezultate 2. lekcije:
 - Kako dobim idejo za zagon podjetja?
 - Opreделите »zakaj«, »kdo« in »kako«.
 - Značilnosti dobre poslovne ideje
 - Kako preveriti »vrednost« poslovne ideje?
 - C. Učitelj poda nekaj praktičnih primerov:
 - 5 diapozitivov v povezavi z uspešnimi idejami podjetnikov (lokalno!)

9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Scenarij: Ste nadobudni podjetnik s strastjo do tehnologije. Imate dve potencialni poslovni ideji in ste pred odločitvijo, katero od teh uresničiti. Izbirate lahko med naslednjim:

Ideja A: Razvoj mobilne aplikacije, ki ljudem pomaga spremljati in zmanjšati njihov ogljični odtis.

Ideja B: Vzpostavitev platforme z navidezno resničnostjo za poglobljeno učenje jezikov.

Pa si oglejmo scenarij z razvejevanjem:



Veja 1: Izbira ideje A (aplikacija za ogljični odtis)

Odločili ste se za uresničevanje ideje A in s tem za razvoj mobilne aplikacije, ki ljudem pomaga spremljati in zmanjšati njihov ogljični odtis. Ko se poglobite v idejo, pridete do kritične točke, na kateri se morate odločiti:

Možnost A1: financiranje in viri

Spoznate, da razvoj aplikacije zahteva znatno financiranje in vire. Imate dve možnosti:

Možnost A1.1: Poiskati financiranje tveganega kapitala

Odločite se, da boste predstavili svojo idejo imetnikom tveganega kapitala za zagotovitev financiranja. Vendar pa med predstavljanjem naletite na izzive, saj nekateri vlagatelji izrazijo zaskrbljenost glede dobičkonosnosti in nadgradljivosti vaše aplikacije. Kako postopate naprej?

Možnost A1.1.1: Prilagodite predstavitev

Upoštevate povratne informacije vlagateljev in spremenite svojo predstavitev, da nagovorite njihove skrbi. To zahteva predelavo vašega poslovnega modela in iskanje dodatnih prilivov prihodkov. Po izvedbi potrebnih prilagoditev uspešno zagotovite financiranje tveganega kapitala. Vaša aplikacija postane bolj priljubljena, povečate svojo bazo uporabnikov po vsem svetu in ustvarite pozitiven učinek na okolje.

Možnost A1.1.2: iskanje alternativnega financiranja

Odločite se raziskati alternativne možnosti financiranja, da bi zagotovili sredstva, ki so potrebna za razvoj aplikacije. To vključuje prijavo za prejem nepovratnih sredstev, iskanje množičnega financiranja ali ustvarjanje partnerstev z okoljsko ozaveščenimi organizacijami. Kljub soočanju z začetnimi izzivi vam uspe zagotoviti ustrezno financiranje in uspešno zagnati aplikacijo, s čimer ustvarite pozitiven učinek na okolje.

Možnost A1.2: Zaženite lastno podjetje

Namesto iskanja zunanjega financiranja se odločite za zagon lastnega podjetja z vlaganjem lastnih prihrankov in izkoriščanjem lastne mreže. Čeprav je napredek na začetku počasen, se vaša predanost in iznajdljivost izplačata. Vaša aplikacija pridobiva na priljubljenosti in postopoma ustvarjate prihodke, kar vam omogoča rast in ustvarjanje pozitivnega vpliva na okolje.

Veja 2: Izbira ideje B (platforma z navidezno resničnostjo za učenje jezikov)

Odločite se slediti ideji B in ustvariti platformo z navidezno resničnostjo za poglobljeno učenje jezikov. Pri nadaljnjem poglobljanju v to idejo naletite na kritično točko pri odločanju:

**Možnost B1: Tržna raziskava in ovrednotenje**

Spoznate pomen tržne raziskave in ovrednotenja pred vlaganjem znatnih sredstev v razvoj vaše platforme z navidezno resničnostjo za učenje jezikov. Imate dve možnosti:

Možnost B1.1: izvedba obsežne tržne raziskave

Namenite čas in sredstva za izvedbo celovite tržne raziskave, vključno z anketami, ciljnimi skupinami in analizo konkurentov. Rezultati pokažejo veliko povpraševanje po izkušnjah poglobljenega učenja jezikov in potrdijo potencialni uspeh vaše platforme. Ker so vam ugotovitve vlile pogum, nadaljujete z razvojem, zaženete platformo in pridobite precejšnjo bazo uporabnikov.

Možnost B1.2: Spremenite svojo idejo

Med tržno raziskavo odkrijete, da je trg za platforme z navidezno resničnostjo za učenje jezikov nasičen, s čimer je izstopati precejšen izziv. Vendar prepoznate drugo priložnost - ustvarjanje aplikacije za učenje jezikov s pomočjo umetne inteligence, ki se osredotoča na personalizirano izkušnjo učenja. S prepoznavanjem potenciala spremenite svojo idejo, izvedete nadaljnjo tržno raziskavo, izpilite svoj koncept in uspešno zaženete aplikacijo, ki je namenjena nišnemu občinstvu.

10. OCENJEVANJE**Vaja: analiza poslovnih idej in kritika presoja***

Cilj: Oceniti sposobnost udeležencev za analiziranje in kritično presojo poslovnih idej na podlagi različnih kriterijev.

Navodila: Vsakemu udeležencu podajte nabor poslovnih idej ali študij primera (lahko ustvarite lastne ali uporabite obstoječe primere iz resničnih podjetij). Udeležencem naročite, da naj individualno analizirajo in ocenijo poslovne ideje na podlagi naslednjih kriterijev::

- a. **Tržni potencial:** ocenite velikost ciljnega trga, povpraševanje po izdelku ali storitvi in potencial rasti.
- b. **Ponudba vrednosti:** ocenite edinstvenost in privlačnost ponudbe izdelkov ali storitev.
- c. **Konkurenčna prednost:** Prepoznajte konkurenčno prednost poslovne ideje v primerjavi z obstoječimi konkurenti.
- d. **Model prihodkov:** analizirajte strategijo ustvarjanja prihodkov in potencialno dobičkonosnost podjetja.



- e. Izvedljivost:** Upoštevajte vire, spretnosti in infrastrukturo, ki so potrebni za izvedbo poslovne ideje.
- f. Trajnost:** ocenite dolgoročno sposobnost preživetja in razširljivost poslovnega koncepta.
- g. Tveganja in ublažitev:** Prepoznavajte morebitna tveganja in izzive, povezane s poslovno idejo, in predlagajte načine za njihovo ublažitev.

* Tukaj je nekaj poslovnih idej, ki jih študenti lahko analizirajo in raziščejo:

- **Platforma elektronskega trgovanja za lokalne obrtnike:** Ustvarite spletno tržnico, na kateri se predstavljajo in prodajajo izdelki, ki so jih ročno izdelali obrtniki. Udeleženci lahko analizirajo tržni potencial, ciljno občinstvo, konkurenčno okolje in modele prihodkov za to poslovno idejo.
- **Agencija za digitalno trženje za mala podjetja:** Ustanovite agencijo za digitalno trženje, ki se specializira za zagotavljanje prilagojenih strategij spletnega trženja in storitev za mala podjetja. Udeleženci lahko analizirajo povpraševanje po storitvah digitalnega trženja, modele za oblikovanje cen, učinkovite tržne kanale in konkurenčne prednosti te poslovne ideje.
- **Personalizirana aplikacija za fitnes:** Razvijte mobilno aplikacijo, ki nudi personalizirane vadbe, napotke za prehranjevanje in funkcije za spremljanje napredka. Udeleženci lahko analizirajo velikost trga, potencialno ciljno občinstvo, edinstvene elemente, strategije monetizacije in strategije pridobivanja uporabnikov za to poslovno idejo.
- **Rešitve za trajnostno embalažo:** Zaženite podjetje, ki nudi okolju prijazne rešitve in rešitve za trajnostno embalažo za podjetja, ki se ukvarjajo z e-trgovino. Udeleženci lahko analizirajo naraščajoče povpraševanje po trajnostni embalaži, proizvodne procese, morebitne stroške in marketinške strategije za to poslovno idejo.
- **Zabaviščni center z navidezno resničnostjo:** Vzpostavite zabaviščni center z navidezno resničnostjo, ki ponuja poglobljene igralne izkušnje in simulacije navidezne resničnosti. Udeleženci lahko analizirajo tržni potencial, izbiro lokacije, modele za oblikovanje cen, zahteve glede strojne in programske opreme ter marketinške strategije za to poslovno idejo.
- **Spletna platforma za tutorstvo:** Razvijte spletno platformo, ki povezuje udeležence z usposobljenimi tutorji, za tutorska srečanja po meri. Udeleženci lahko analizirajo povpraševanje po spletnem tutorstvu, strukturo oblikovanja cen, postopke za izbiro tutorja in zahteve glede tehnologije za to poslovno idejo.
- **Dostavna služba za živila rastlinskega izvora:** Vzpostavite dostavno službo za živila, ki se specializira za rastlinske in veganske jedi. Udeleženci lahko analizirajo tržne trende, ciljno



občinstvo, sestavljanje menija, upravljanje dobavne verige in konkurenčno razlikovanje za to poslovno idejo.

- **Trajnostna modna znamka:** Vzpostavite trajnostno modno znamko, ki se osredotoča na etično pridobivanje virov, okolju prijazne proizvodne procese in poštene trgovinske prakse. Udeleženci lahko analizirajo tržišče za trajnostno modo, strategije blagovne znamke, možnost pridobivanja sredstev in marketinške kampanje za to poslovno idejo.
- **Rešitve za avtomatizacijo pametnega doma:** Zagotovite rešitve za avtomatizacijo pametnega doma, ki lastnikom nepremičnin omogočajo nadzor in spremljanje različnih vidikov njihovih domov na podlagi povezanih naprav. Udeleženci lahko analizirajo tržno povpraševanje, zahteve glede tehnologije, modele za oblikovanje cen in potencialna partnerstva za to poslovno idejo.
- **Platforma za upravljanje virtualnih dogodkov:** Razvijte platformo, ki omogoča načrtovanje, organizacijo in gostovanje virtualnih dogodkov, konferenc in spletnih seminarjev. Udeleženci lahko analizirajo trg z vidika virtualnih dogodkov, funkcij platforme, struktur oblikovanja cen in marketinških strategij za to poslovno idejo.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. str. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. str. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. www.delajvitko.si.
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Joshua Stowers, (2023) »How to Start a Business: A Step-by-Step Guide«; Business News Daily
- [7] Mark Macdonald, (2022) »Product Ideas: 17 Places To Find Profitable Products«; <https://www.shopify.com/blog/product-ideas>



[8] Ahmad Nasrudin, (2023); »What are the characteristics of a good business idea?«
<https://penpoin.com/good-business-idea/>



MODUL 3: PLATNO POSLOVNEGA MODELA (BMC_BUSINESS MODEL CANVA)

1. UVOD

Kot učitelj bi morali začeti z motivacijskim govorom, na primer:

"Dragi podjetniki in podjetnice, dragi bodoči podjetniki in podjetnice, danes bomo obravnavali platno poslovnega modela. Platno poslovnega modela je vaš kompas, vaš načrt za uspeh. To je orodje, ki bo razjasnilo kaos in vas vodilo pri izgradnji trdnih poslovnih temeljev. Izkoristite njegovo moč in pustite ustvarjalnosti prosto pot. Prepoznajte ključne elemente - segmenti strank, ponudbe vrednosti, kanali - in jih prepletite v brezšivno tapiserijo. Prilagajajte, podvajajte in izboljšujte med krmarjenjem po razgibani krajini podjetništva. S platnom kot vašim vodilom boste odkrili skrite priložnosti, izkoristili vire in sklepali strateška partnerstva. Izkoristite platno, saj je most, ki povezuje vašo vizijo z resničnostjo. Naj vas opolnomoči za ustvarjanje vplivnih poslovnih modelov, ki presegajo meje. Sprejmite izziv, prefinjeno ravnajte s platnom in opazujte, kako vaše sanje poletijo. Uspeh čaka tiste, ki izkoristijo njegov potencial. Imate platno, naslikajte zdaj svojo mojstrovino."

Sledi kratka predstavitev izobraževanja in učnih ciljev:

Modul Platno poslovnega modela predstavlja pristop in orodje, s katerim podjetniki in zlasti potencialni podjetniki na učinkovit način na novo opredelijo ali začnejo svojo podjetniško pot. Modul predstavlja strukturo, pristop in ključne prednosti uporabe poslovnega modela s pomočjo platna. Platno poslovnega modela omogoča lažji prikaz tega, kaj je pomembno in sili uporabnike v nagovarjanje ključnih področij. Uporabi ga lahko tudi ekipa (zaposlenih in/ali svetovalcev) za razumevanje odnosov in sklepanje dogovorov.

2. UČNI CILJI

- Prednosti uporabe platna poslovnega modela
- Kako se lotiti priprave platna poslovnega modela za lastno poslovno idejo
- Ključna področja platna poslovnega modela

3. UČNI REZULTATI

- Poznavanje načel Platna poslovnega modela
- Oblikovano platno poslovnega modela za vašo poslovno idejo
- Prepoznati prednosti uporabe platna poslovnega modela



4. METODE UČENJA:

- Preučitev priporočene literature in spletnih virov
- Odločanje na podlagi rezultatov iz B-ECO razvejevanj
- Ocenjevanje modula

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVA Z ENTRE-COMP) ³

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Ustvarjalnost
- **Viri:**
 1. Motivacija in vztrajnost
 2. Samozavedanje in lastna učinkovitost
 3. Mobilizacija virov
- **K dejanjem:**
 1. Prevzeti pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Učenje skozi izkušnje

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

V naslednjih 15 minutah se bomo lotili zabavne in privlačne vaje za ogrevanje in pri tem uporabili platno poslovnega modela. Pripravite se na sproščanje ustvarjalnosti in raziskovanje ključnih elementov poslovnega modela.

Predstavljajmo si, da imate strast do peke in si želite ustanoviti manjše pekovsko podjetje. Vzemite pisalo in list papirja ali uporabite digitalno orodje, pa začnimo!

³ <https://entre-comp.eu/>



1. Začnite s prepoznavanjem »problemov« vaših potencialnih strank, ki jih lahko rešite z vašim izdelkom. Ko zaključite to nalogo, opredelite vaše segmente strank. Kdo bodo vaše ciljne stranke? Ali boste stregli lokalnim prebivalcem, podjetjem ali obojim? Razmislite o njihovih preferencah, potrebah in demografskih značilnostih.
2. Nato se posvetite ponudbi vrednosti. Po čem bo vaša pekarna izstopala od drugih? Ali bodo to edinstveni okusi, torte po naročilu ali osredotočenost na organske in lokalne sestavine? Razmislite o tem, kaj bo stranke prepričalo, da bodo izbrale vašo pekarno in ne drugih?
3. Zdaj pa si oglejmo kanale, skozi katere boste dosegli vaše stranke. Ali boste imeli fizične prostore, boste prisotni na spletu ali bo šlo za kombinacijo obojega? Razmislite o tem, kako boste promovirali vašo pekarno in se povežite s potencialnimi strankami.
4. V nadaljevanju razmislite o ključnih dejavnostih, ki so potrebne za poslovanje vaše pekarne. To zajema peko, okraševanje, upravljanje zalog in strežbo strank. Razmislite o potrebnih virih, kot so oprema za peko, sestavine in usposobljeno osebje.
5. Partnerstva lahko igrajo ključno vlogo pri poslovnem uspehu. Raziščite potencialna sodelovanja z lokalnimi dobavitelji, načrtovalci dogodkov ali prizorišči porok. Ta partnerstva lahko pripomorejo k povečanju vašega dosega in ustvarijo priložnosti, koristne za obe strani.
6. Pritoki prihodkov so bistvenega pomena za ohranjanje vaše pekarne. Kako boste ustvarili prihodek? Ali bo to s prodajo pekovskih izdelkov, ponudbo storitev oskrbe s hrano ali gostovanjem pekovskih delavnic? Razmislite o različnih pritokih prihodkov, ki se ujemajo s ponudbo vaše pekarne.
7. Na koncu razmislite o strukturi stroškov. Opredelite primarne stroške, kot so sestavine, najemnina, komunalne storitve in plače zaposlenih. Tako boste lažje razumeli in učinkoviteje upravljali svoje izdatke.

Čestitke! Pravkar ste ustvarili poenostavljen model poslovnega plana za vašo pekarno v zgolj 15 minutah. Ta vaja je vpogled v razburljiv svet podjetništva, kjer se uresničujejo ideje.

Zapomnite si, da je to šele začetek. Ko nadaljujete svojo podjetniško pot, lahko izboljšate in razširite vsak posamezen element vašega plana poslovnega modela. Plan vam bo služilo kot vodilo, ki vam bo pomagalo sprejemati ozaveščene odločitve in se prilagajati spreminjajoči se tržni dinamiki.

Zato le izkoristite svojo strast do peke, sprostite svojo ustvarjalnost, pri tem pa naj vam plan poslovnega modela služi kot kompas. Vaše sanje o pekarni so dosegljive in z veseljem bomo spremljali razvoj vašega poslovnega modela skozi čas.

Zdaj pa naj vas vaš podjetniški duh ponese naprej! Uživajte na tej poti in okusite sladek okus uspeha pri vzpostavljanju lastne pekarne. Veliko sreče na tej slastni avanturi!



8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- PowerPoint predstavitev za izobraževanje + praktični primeri.
- Učitelj bo pojasnil vsebine iz PPT-ja in na izročkih, ki so jih prejeli udeleženci.
 - A. Razlaga učnih rezultatov izobraževanja
 - B. Učitelj predstavi učne rezultate 3. lekcije:
 - Prednosti uporabe platna poslovnega modela
 - Kako začeti graditi BMC za svojo poslovno idejo
 - Ključna področja kanvasa poslovnih modelov.
 - C. Učitelj poda nekaj praktičnih primerov:
 - Primeri platen poslovnega modela

9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Scenarij: Ste ambiciozni podjetnik s poslovno idejo v tehnološkem sektorju. Imate dve možnosti: ali boste razvili programsko opremo ali zagotavljali svetovalne storitve.

Pa si oglejmo razvejane poti na podlagi teh odločitev.

1. možnost: razvoj programske opreme

Odločili ste se za razvoj programske opreme. Zdaj morate razmisliti o segmentih strank, ponudbi vrednosti, kanalih, ključnih dejavnostih, virih, partnerstvih, pritokih prihodkov in strukturi stroškov.

Segmenti strank:

- a) Mala podjetja, ki jih zanimajo orodja za produktivnost.
- b) izobraževalne institucije, ki potrebujejo sistem za upravljanje učenja.

Na kateri segment strank boste ciljali?

Če izberete (a), nadaljujte z možnostjo 1a.

Če izberete (b), nadaljujte z možnostjo 1b.

Možnost 1a: Ciljanje na mala podjetja

Ponudba vrednosti:

- a) Uporabniku prijazna programska oprema za vodenje projektov.
- b) Programska oprema za upravljanje odnosov s strankami (CRM) z napredno analitiko.

Katera ponudba vrednosti vam ustreza?

Če izberete (a), nadaljujte z možnostjo 1a1.

Če izberete (b), nadaljujte z možnostjo 1a2.



Možnost 1a1: uporabniku prijazna programska oprema za vodenje projektov

Kanali:

- a) Spletno trženje in partnerstva s skupnostmi malih podjetij.
- b) Neposredna prodaja in predstavitve na konferencah določenega sektorja.

Katera strategija glede kanala vas najbolj pritegne?

Če izberete (a), nadaljujte z možnostjo 1a1a.

Če izberete (b), nadaljujte z možnostjo 1a1b.

Možnost 1a1a: spletno trženje in partnerstva

Pritoki prihodkov:

- a) Model na podlagi naročnine z različnimi stopnjami storitev.
- b) Model enkratnega nakupa z opcijskimi dodatki.

Model enkratnega nakupa z opcijskimi dodatki?

Če izberete (a), nadaljujte z možnostjo 1a1a1.

Če izberete (b), nadaljujte z možnostjo 1a1a2.

Možnost 1a1a1: Model na podlagi naročnine

Čestitke! Opredelili ste svoje platno poslovnega modela za uporabniku prijazno programsko opremo za vodenje projektov, ki cilja na mala podjetja, s strategijo spletnega trženja in partnerstva ter modelom prihodkov na podlagi naročnine.

Možnost 1a1a2: model enkratnega nakupa

Čestitke! Opredelili ste svoje platno poslovnega modela za uporabniku prijazno programsko opremo za vodenje projektov, ki cilja na mala podjetja, s strategijo spletnega trženja in partnerstva ter modelom prihodkov od enkratnega nakupa.

Možnost 1a1b: neposredna prodaja in predstavitve

Čestitke! Opredelili ste svoje platno poslovnega modela za uporabniku prijazno programsko opremo za vodenje projektov z neposredno prodajo in strategijo predstavitev na konferencah.

Možnost 1a2: Programska oprema za upravljanje odnosov s strankami z napredno analitiko

Čestitke! Opredelili ste svoje platno poslovnega modela za programsko opremo za upravljanje odnosov s strankami z napredno analitiko, ki cilja na mala podjetja, s strategijo spletnega trženja in partnerstva ter modelom prihodkov na podlagi naročnine.

Možnost 1b: Ciljanje na izobraževalne institucije

Ponudba vrednosti:

- a) Intuitivna platforma za e-učenje z interaktivnimi funkcijami.
- b) Celovit sistem upravljanja študentov z administrativnimi orodji.



Katera ponudba vrednosti vam ustreza?

Če izberete (a), nadaljujte z možnostjo 1b1.

Če izberete (b), nadaljujte z možnostjo 1b2.

Možnost 1b1: Intuitivna platforma za e-učenje

Čestitke! Opredelili ste svoje platno poslovnega modela za intuitivno platformo za e-učenje, ki cilja na izobraževalne institucije, s strategijo spletnega trženja in partnerstva ter modelom prihodkov na podlagi naročnine.

Možnost 1b2: Celovit sistem upravljanja študentov

Čestitke! Opredelili ste svoje platno poslovnega modela za celovit sistem upravljanja študentov, ki cilja na izobraževalne institucije, s strategijo spletnega trženja in partnerstva ter modelom prihodkov na podlagi naročnine.

2. možnost: zagotavljanje svetovalnih storitev

Odločili ste se za zagotavljanje svetovalnih storitev. Pa razmislimo zdaj o segmentih strank, ponudbi vrednosti, kanalih, ključnih dejavnostih, virih, partnerstvih, pritokih prihodkov in strukturi stroškov.

Segmenti strank:

a) Zagonska podjetja, ki potrebujejo strateške usmeritve.

b) Uveljavljena podjetja, ki jih zanima optimizacija procesa.

Na kateri segment strank boste ciljali?

Če izberete (a), nadaljujte z možnostjo 2a.

Če izberete (b), nadaljujte z možnostjo 2b.

Možnost 2a: ciljanje na zagonska podjetja

Ponudba vrednosti:

a) Poslovni načrti in predstavitve za vlagatelje po meri.

b) Strategije rasti in načrti za vstop na trg.

Katera ponudba vrednosti vam ustreza?

Če izberete (a), nadaljujte z možnostjo 2a1.

Če izberete (b), nadaljujte z možnostjo 2a2.

Možnost 2a1: Poslovni načrti po meri

Čestitke! Opredelili ste svoje platno poslovnega modela za zagotavljanje svetovalnih storitev zagonskim podjetjem s poudarkom na poslovnih načrtih in predstavitev za vlagatelje po meri.

**Možnost 2a2: strategije rasti**

Čestitke! Opredelili ste svoje platno poslovnega modela za zagotavljanje svetovalnih storitev zagonskim podjetjem s poudarkom na strategijah rasti in načrtih za vstop na trg.

Možnost 2b: Ciljanje na uveljavljena podjetja**Ponudba vrednosti:**

- a) Ocene operativne učinkovitosti in optimizacija procesov.
- b) Tržna raziskava in analiza konkurenčnosti.

Katera ponudba vrednosti vam ustreza?

Če izberete (a), nadaljujte z možnostjo 2b1.

Če izberete (b), nadaljujte z možnostjo 2b2.

Možnost 2b1: ocene operativne učinkovitosti

Čestitke! Opredelili ste svoje platno poslovnega modela za zagotavljanje svetovalnih storitev uveljavljenim podjetjem s poudarkom na ocenah operativne učinkovitosti in optimizaciji procesov.

Možnost 2b2: Tržna raziskava in analiza konkurenčnosti

Čestitke! Opredelili ste svoje platno poslovnega modela za zagotavljanje svetovalnih storitev uveljavljenim podjetjem s poudarkom na tržni raziskavi in analizi konkurenčnosti.

Ta scenarij z razvejevanjem vam nudi vpogled v platno poslovnega modela in različne poti, po katerih se lahko podate na podlagi vaših odločitev. Ne pozabite, da so to zgolj primeri in da bi se v resničnem življenju bolj poglobili v vsak element platna. Uživajte na svoji podjetniški poti in naj vas izbrana pot popelje do uspeha!

10. OCENJEVANJE

Udeleženci izpolnijo vprašalnik z vprašanji izbirnega tipa (odgovori bodo na voljo) v povezavi z vsebino vsakega posameznega dela platna poslovnega modela, pri čemer morajo prepoznati vsaj 70 % pravih vsebin.

11. ZBIRKA ŠTUDIJSKIH PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. str. 10-285.



- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. str. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. www.delajvitko.si.
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sergiy Korolov (2022), »Business Model Canvas Explained - a One-Page Business Plan«; https://railsware.com/blog/business-model-canvas/#How_to_get_started_with_the_business_model_canvas.



MODUL 4: TRŽNE RAZISKAVE

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Do zdaj ste že spoznali, kaj pomeni biti podjetnik, značilnosti, ki jih ta mora imeti in kako zagnati lastno podjetje. Razumeli ste pomen poslovne ideje, ki rešuje problem na trgu in kako vam lahko pomaga platno poslovnega modela.

Zdaj pa bodimo malo bolj pragmatični!

Imeti idejo je temeljnega pomena, vendar nujno moramo poznati trg. Če želite biti uspešni s svojo poslovno idejo, je ključnega pomena, da pripravite tržno raziskavo: tržna raziskava je eden prvih korakov, ki jih morate narediti, ko imate poslovno idejo in želite zagnati lastno podjetje.

Tržna raziskava zagotovi podatke o situaciji na trgu in poda predloge s podrobnimi dejstvi in konkretnimi analizami trendov. Rezultati vam pomagajo vizualizirati odzivnost vaše poslovne ideje in preprečiti morebitna tveganja, sprejemati odločitve, ki so usmerjene k strankam, razviti konkretno tržno strategijo in ukrepe ter veliko več!"

Sledi kratka predstavitev izobraževanja in učnih ciljev:

Definicija tržne raziskave se nanaša na zbiranje podatkov o trgu in potrošnikih podjetja za sprejemanje ozaveščenih odločitev o vpeljavi novih izdelkov in storitev ter ocenjevanje, kako se bodo izdelki ali storitve podjetja obnesli po vstopu na trg. V naslednjih enotah boste podrobneje spoznali, kaj je tržna raziskava, kaj so njeni cilji, koraki pri njeni izvedbi, različne vrste tržnih raziskav in orodja za njeno izvedbo. Ob koncu vsake enote boste našli konkretne primere in vaje za preverjanje znanja in razumevanja obravnavanih tem.

2. UČNI CILJI

- Seznanitev s tem, kaj je tržna raziskava
- Razumevanje ciljev tržne raziskave
- Seznanitev s koraki tržne raziskave
- Spoznavanje orodij za izvajanje tržne raziskave



3. UČNI REZULTATI

- Poznati ključne značilnosti tržne raziskave.
- Predstaviti korake, ki so potrebni za izvedbo tržne raziskave.
- Opredeliti razliko med kvalitativno in kvantitativno raziskavo.
- Prepoznati različne vrste tržnih raziskav in spletna orodja za njihovo izvedbo.

4. UČNE METODE:

- Preučitev priporočene literature in spletnih virov
- Ocenjevanje pridobljenega znanja na podlagi rezultatov iz B-ECO razvejevanj
- Ocenjevanje in sposobnost izvedbe tržne raziskave

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVA Z ENTRE-COMP) ⁴

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vi
 2. Vrednotenje idej
 3. Prepoznavanje priložnosti
 4. Etično in trajnostno razmišljanje
- **Viri:**
 1. Samozavedanje in lastna učinkovitost
 2. Mobilizacija virov
 3. Finančna in ekonomska pismenost
- **K dejanjem:**
 1. Prezeti pobudo
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Spopadanje z dvoumnostjo, negotovostjo in tveganjem
 4. Učenje skozi izkušnje

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

⁴ <https://entre-comp.eu/>



7. OGREVANJE (15 MIN.)

Povlecite besede - Odkrivanje tržnih raziskav:

Navodila: Povežite besede iz stolpca na desni z ustreznimi definicijami v stolpcu na levi.

1. stolpec: DEFINICIJE	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: BESEDE
A. Poslovna strategija, pri kateri organizacija analizira trende na trgu, konkurenco in preference potrošnikov pred uvajanjem novih izdelkov ali storitev na trg za sprejemanje ozaveščenih poslovnih odločitev.		1. Osebnost kupca
B. Nestrukturirana analiza, ki opisuje pojav na podlagi ljudi in njihovih mnenj.		2. S.M.A.R.T.
C. Platforma, ki zagotavlja konkurenčne podatke in vključuje tako zagonska podjetja v zgodnjih fazah razvoja kot velika podjetja.		3. Tržna raziskava
D. Merila za opredelitev ciljev tržne raziskave.		4. Kvalitativna tržna raziskava
E. Model s podrobnimi informacijami, ki ga podjetja uporabljajo za predstavljanje svoje idealne stranke.		5. Crunchbase
Pravilni odgovori: Osebnost kupca - E S.M.A.R.T. - D Tržna raziskava - A Kvalitativna tržna raziskava - B Crunchbase - C		

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- PowerPoint predstavitev za izobraževanje + praktični primeri.
- Učitelj bo pojasnil vsebine iz PPT-ja in na izročkih, ki so jih prejeli udeleženci.
 - A. Razlaga učnih rezultatov izobraževanja
 - B. Učitelj predstavi koncepte, ki se obravnavajo v okviru lekcije v povezavi z modulom 4:
 - Kaj je tržna raziskava in njeni cilji?
 - Kako izvesti tržno raziskavo?
 - Kvalitativna in kvantitativna tržna raziskava
 - Vrste tržnih raziskav in spletna orodja za njihovo izvedbo
 - C. Učitelj navaja nekaj praktičnih primerov:
 - Zgodba o uspehu podjetja Airbnb



9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v scenariju z razvejevanjem na temo tržne raziskave. S to vajo želimo preveriti vaše znanje na podlagi kompetenc, ki ste jih pridobili med tem modulom. Vsako vprašanje skrbno preberite in izberite najustreznejši odgovor.

1. vprašanje: Katero od naslednjega ni razlog za to, da podjetniki uporabljajo tržno raziskavo?

- a) Postavljanje prodajne cene
- b) Odločitev o tem, kdaj naj se sestanejo zaposleni
- c) Prepoznavanje trendov v panogi

Povratne informacije 1a: Odgovor ni pravilen. Podjetniki uporabljajo tržno raziskavo za to, da se seznani s trendi na področju cen pri konkurentih in postavijo prodajno ceno.

Povratne informacije 1b: Pravilno. E-poštno sporočilo ali telefonski klic sta dovolj za sklic sestanka ekipe! :)

Povratne informacije 1c: To ni pravilen odgovor. Tržna raziskava je temeljnega pomena za prepoznavanje trendov v panogi.

2. vprašanje: Kako si sledijo koraki pri tržni raziskavi?

- a) Opredeliti cilje; obdelati zbrane podatke; prepoznati skupino ljudi
- b) Opredeliti cilje; prepoznati skupino ljudi; obdelati zbrane podatke
- c) Obdelati zbrane podatke; prepoznati skupino ljudi; opredeliti cilje

Povratne informacije 2a: Ne, podatkov ne morete obdelati pred opredelitvijo skupine ljudi, na katero ciljate.

Povratne informacije 2b: Pravilno! To so trije koraki, ki jim morate slediti pri tržni raziskavi in ki jih lahko prilagodite svojim specifičnim potrebam.

Povratne informacije 2c: Nepravilno. Najprej morate določiti cilje raziskave in ljudi, katerih podatke želite pridobiti za obdelavo!

3. vprašanje: Karolina načrtuje izdajo novega izdelka v okviru svojega podjetja za ročno izdelana mila ter pripravi anketo za zbiranje podatkov. Postavi vprašanje: »Kako pogosto kupujete ročno izdelana mila?«

Kateri primer tržne raziskave je to?

- a) Sekundarna raziskava
- b) Kvantitativna tržna raziskava
- c) Kvalitativna tržna raziskava

Povratne informacije 3a: Nepravilno. Sekundarna raziskava je ena od dveh metod tržne raziskave, pri kateri uporabimo podatke, ki so že bili zbrani, analizirani in objavljeni prek zunanjih virov (niste lastnik teh podatkov!).



Povratne informacije 3b: Pravilno! Zapomnite si, pri kvantitativni tržni raziskavi se vse vrti okrog matematike in zbrani podatki objektivno opisujejo vedenje strank.

Povratne informacije 3c: To ni pravilen odgovor! Pri kvalitativni tržni raziskavi gre bolj za ljudi in njihova mnenja, kvalitativna vprašanja pa se pogosto začnejo z »Kaj/zakaj menite ...«.

4. vprašanje: Katera vrsta tržne raziskave je anketa?

- a) Primarna raziskava
- b) Laboratorijska raziskava
- c) Sekundarna raziskava

Povratne informacije 4a: Odlično! Primarna raziskava je vsakršna raziskava, pri kateri zbiranje izvedete sami. Med primere spadajo ankete, intervjuji, opazovanje in fokusne skupine.

Povratne informacije 4b: Nepravilno. Ali želite postati podjetnik ali raziskovalec v laboratoriju? :)

Povratne informacije 4c: To ni pravilen odgovor. Kot smo že videli, pri sekundarni raziskavi uporabite podatke, ki so že bili zbrani in objavljeni.

Zaključek: Čestitke ob zaključku scenarija z razvejevanjem na temo tržna raziskava. Pokazali ste svoje razumevanje tržne raziskave in kako jo je treba izvesti. Zdaj jo morate samo še poskusiti izvesti sami!

10. OCENJEVANJE

V okviru svojega posla ročnega izdelovanja nakita želite uvesti nov izdelek, in sicer uhanke in ogrlice, ki so izdelani iz odpadnih materialov. Preden začnete to uresničevati, morate imeti jasno sliko trga z nakitom in ravno zato morate izvesti tržno raziskavo:

1. Določite svoje cilje S.M.A.R.T.
2. Izoblikujte model osebnosti kupca za vašo idealno stranko.
3. Identificirajte svoje morebitne tekmece.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Wall Street Mojo Team. (2023). Pridobljeno na [Market Research - Definition, Process, Types, Examples \(wallstreetmojo.com\)](https://www.wallstreetmojo.com/market-research-definition-process-types-examples/)



- [2] Liz M. (10/06/2022). 9 Highly Successful Market Research [Examples](#). Pridobljeno na [Examples Of Successful Market Research | Similarweb](#)
- [3] Qualtrics. (2022). Your ultimate guide to market research and how to conduct it like a pro. Pridobljeno na [Ultimate Guide to Market Research & How to Do It in 2023 \(qualtrics.com\)](#)
- [4] Startup Geeks. (2023). Ricerca di mercato. Cos'è, quanto costa e come farla. Pridobljeno na [Ricerca di mercato: cos'è, quanto costa e come farla - Startup Geeks](#)
- [5] Statista. (2023). Pridobljeno na [na Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies](#)
- [6] Semrush. (2023). Pridobljeno na [Semrush - Online Marketing Can Be Easy](#)
- [7] [Google Trends](#). (2023)
- [8] Google Alerts - Monitor the web for interesting new content. (2023). Pridobljeno na [Google Alerts - Monitor the Web for interesting new content](#)
- [9] Crunchbase. (2023). Pridobljeno na [Crunchbase:Discover innovative companies and the people behind them](#)
- [10] Similarweb. (2023). Pridobljeno na [Marketing Intelligence & Competitive Analysis Tools | Similarweb](#)
- [11] Bizfluent - Examples of SMART Objectives for Market Research. (2023). Retrieved from Bizfluent



MODUL 5: TRŽENJE

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Zdaj, ko ste ugotovili, da imeti idejo za podjetje, ni dovolj in veste, kako izvesti tržno raziskavo, je čas, da zavihate rokave in se posvetite preučevanju trženja. Svoje podjetje lahko zaženete samo, če imate nekaj znanja o trženju in razumete, kako pomembno je za uspeh vašega podjetja.

Poleg tega morate upoštevati spremembe v družbi, gospodarskih sistemih itd. ter ostati na tekočem in biti pripravljeni. Splet in pametni telefoni so spremenili način, kako ljudje komuniciramo in pridobivamo informacije. Poleg tradicionalnih tržnih strategij pa je potrebno upoštevati tudi digitalno trženje. Zato je treba razumeti osnove običajnih tržnih strategij, da lahko ustvarimo celostno tržno strategijo, ki uporablja najučinkovitejše tehnike in orodja za vaše podjetje. Trženje pripomore k ustvarjanju prihodka za vaše podjetje. Ne glede na to, kako odličen je po vašem mnenju vaš izdelek ali storitev, morate še vedno ljudi o njem ali njej obvestiti ter vplivati na njihov miselni proces."

Sledi kratka predstavitev izobraževanja in učnih ciljev:

Trženje je več kot zgolj orodje, na voljo velikim podjetjem, ki si lahko privoščijo velika vlaganja v trženje. Na trženje morate gledati kot na prakso, ki jo je treba vpeljati v vaše poslovanje, da lahko vzpostavite odnos s strankami ter da je ta donosen in trajen. V naslednjih enotah boste spoznali, kaj je to trženje, kako se je razvilo, kakšen je njegov pomen ter odkrili okolju prijazno trženje. Ob koncu vsake enote boste našli konkretne primere in vaje za preverjanje znanja in razumevanja obravnavanih tem.

2. UČNI CILJI

- Seznanitev s tem, kaj je trženje
- Poznavanje razvoja trženja skozi čas
- Razumeti, zakaj potrebujemo trženje
- Odkrivanje okolju prijaznega trženja



3. UČNI REZULTATI

- Poznati ključne značilnosti trženja
- Znati opisati razvoj trženja skozi čas
- Znati razložiti pomen trženja
- Prepoznati okolju prijazno trženje

4. UČNE METODE:

- Preučitev priporočene literature in spletnih virov
- Ocenjevanje pridobljenega znanja na podlagi rezultatov iz B-ECO razvejevanj
- Ocenjevanje in sposobnost načrtovanja tržne strategije

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVA Z ENTRE-COMP) ⁵

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Ustvarjalnost
 2. Vrednotenje idej
 3. Prepoznavanje priložnosti
 4. Etično in trajnostno razmišljanje
- **Viri:**
 1. Mobilizacija drugih
 2. Mobilizacija virov
 3. Finančna in ekonomska pismenost
- **K dejanjem:**
 1. Načrtovanje in upravljanje
 2. Delo z drugimi
 3. Spopadanje z dvoumnostjo, negotovostjo in tveganjem
 4. Učenje skozi izkušnje

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

⁵ <https://entre-comp.eu/>



7. OGREVANJE (15 MIN.)

Povlecite besede - Sponznavanje trženja:

Navodila: Povežite besede iz stolpca na desni z ustreznimi definicijami v stolpcu na levi.

1. stolpec: DEFINICIJE	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: BESEDE
A. Uporaba spletnih kanalov za doseganje strank.		1. Okolju prijazno trženje
B. Merilo potreb in preferenc strank.		2. Tržna mešanica
C. Uporaba zemlji prijaznih praks, materialov in strategij za spodbujanje okoljske ozaveščenosti in varstva okolja.		3. Digitalno trženje
D. Izdelek, cena, promocija, mesto		4. Tržna strategija
E. Opredelitev ciljnih trgov, optimizacija ponudbe vrednosti in izčrpna analiza tržnih priložnosti.		5. Vrednost za stranko
Pravilni odgovor: Okolju prijazno trženje - C Digitalno trženje - A Tržna mešanica - D Tržna strategija - E Vrednost za stranko - B		

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za izobraževanje + praktični primeri.
 - Učitelj bo razložil vsebino PPT in izročke, ki so na voljo učencem.
- A. Razlaga učnih rezultatov izobraževanja
- B. Učitelj predstavi koncepte, ki se obravnavajo v okviru lekcije v povezavi z modulom 5:
- Kaj je trženje?
 - Razvoj trženja
 - Zakaj potrebujete trženje?
 - Okolju prijazno trženje
 - Kje poiskati podporo in pomoč?
- C. Učitelj navaja nekaj praktičnih primerov:
- Starbucks, Ikea, Google, Lacoste



9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v scenariju z razvejevanjem na temo trženja. S to vajo želimo preveriti vaše znanje na podlagi kompetenc, ki ste jih pridobili med tem modulom. Vsako vprašanje skrbno preberite in izberite najustreznejši odgovor.

1. vprašanje: Od 4 P-jev trženja so trije Product (izdelek), Price (cena) in Promotion (promocija). Kateri je četrti P?

- a) Place (mesto)
- b) Pride (ponos)
- c) Purpose (namen)

Povratne informacije 1a: Pravilno! »Place« (mesto) se nanaša na to, kako izdelek pripeljati do ljudi.

Povratne informacije 1b: Ne, »pride« (ponos) ni eden od štirih P-jev tržne mešanice.

Povratne informacije 1c: Nepravilno! Zapomnite si: 4 P-ji tržne mešanice so Product (izdelek), Price (cena), Promotion (promocija) in Place (mesto).

2. vprašanje: Nov koncept trženja se osredotoča na:

- a) Vidik podjetja
- b) Potrebe strank
- c) Ceno

Povratne informacije 2a: Odgovor ni pravilen. Vidik podjetja je v ospredju v prvotni tržni mešanici.

Povratne informacije 2b: Pravilno! Novi tržni koncept se osredotoča na potrebe strank: vrednost za stranko, stroški, prikladnost in komunikacija.

Povratne informacije 2c: To ni pravilen odgovor. »Price« (cena) je eden od konceptov prvotne tržne mešanice. Ne zamenjajte stroška izdelka z njegovo ceno. Cena je samo mali del celotnega stroška nakupa izdelka s strani stranke.

3. vprašanje: Načrtujete svojo tržno strategijo. Kaj morate storiti?

- a) Postaviti jasne cilje in analizirati rezultate.
- b) Načrtovati samo dobro komunikacijo.
- c) Postaviti jasne cilje, konstantno komunicirati, slediti dobrim praksam, analizirati rezultate.

Povratne informacije 3a: Nepravilno. Postaviti jasne cilje in analizirati rezultate so ključne aktivnosti, a potrebno je več! Načrtovati morate tudi kakovostno komunikacijo in slediti dobrim praksam.

Povratne informacije 3b: Ne, vaša tržna strategija ne more temeljiti samo na komunikaciji. Dobra komunikacija je ključna za doseganje strank. Vendar bo na dolgi rok potrebno postoriti



še več, da bi se bolje prilagodili današnjemu tržnemu ekosistemu, v katerem so na prvem mestu potrebe strank in imajo potrošniki veliko moč odločanja.

Povratne informacije 3c: Odlično! Postopajte tako, da bo trženje učinkovalo in da boste dosegli svoje poslovne cilje.

4. vprašanje: Pri digitalnem trženju:

- a) uporabljate spletne kanale
- b) tiskate oglase
- c) opravite hladno klicanje (angl. cold calling)

Povratne informacije 4a: Odlično! Digitalno trženje uporablja spletne kanale, kot so družbeni mediji, e-pošta in brskalniki za doseganje strank.

Povratne informacije 4b: Nepravilno. Tiskanje oglasov je tradicionalna metoda trženja, ki vam omogoča, da dosežete stranke prek medijev, kot so časopisi ali revije.

Povratne informacije 4c: To ni pravilen odgovor. Hladno klicanje ali telemarketing je vrsta tradicionalnega trženja, ki ga uporabljajo podjetja, ki svoje izdelke ali storitve prodajajo prek telefona.

5. vprašanje: Okolju prijazno trženje:

- a) Vključuje trajnostno trženje.
- b) Osredotoča se na strategije, ki spodbujajo varstvo okolja.
- c) Vključuje prakse, ki presegajo okolje.

Povratne informacije 5a: Ne, ravno nasprotno: trajnostno trženje vključuje okolju prijazno trženje.

Povratne informacije 5b: Pravilno! Okolju prijazno trženje spodbuja podjetja k uporabi okolju prijaznih poslovnih praks, materialov in strategij za spodbujanje okoljske ozaveščenosti in varstva okolja.

Povratne informacije 5c: To ni pravilen odgovor. Trajnostno trženje vključuje prakse, ki presegajo okolje, kot so socialna in gospodarska vprašanja.

Zaključek: Čestitke ob zaključku scenarija z razvejevanjem na temo trženja. Pokazali ste, da razumete, kaj je trženje in kakšne so njegove glavne značilnosti. Zdaj morate samo še poskusiti oblikovati načrt za tržno strategijo sami!

10. OCENJEVANJE

V svojem ročno izdelanem nakitu želite lansirati nov izdelek: uhanke in ogrlice iz odpadnih materialov. Opravili ste že tržne raziskave; Zdaj je čas, da načrtujete svojo marketinško strategijo:

1. Določite svoj ciljni trg in cilje, ki jih želite doseči s trženjem.
2. Analizirajte potrebe svojih strank.



3. Določite komunikacijske kanale, ki jih želite uporabiti, da dosežete svoje stranke, in pojasnite svojo izbiro.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

- [1] C. Maggio. (14/05/2022). Strategie di marketing: le migliori campagne a cui ispirarti. Trend Online. Pridobljeno na [Strategie di marketing: le migliori campagne a cui ispirarti \(trend-online.com\)](https://trend-online.com)
- [2] P. Kotler. G. Armstrong. (2009). Principi di Marketing. Pearson. ISBN-10: 8871925572
- [3] P. Kotler. (1999). Il marketing secondo Kotler. Milano Il sole 24 Ore. [ISBN 88-7187-974-0](https://www.ilsale24ore.it/)
- [4] P. Kotler. (1980). Principles of Marketing, Prentice-Hall.
- [5] F. Vallone. (15/03/2021). 5 Inspiring Marketing Success Stories That'll Change Your Brand. Gamer Seo. Pridobljeno na 5 Inspiring Marketing Success Stories That'll Change Your Brand - GamerSEO - Video game marketing agency
- [6] S. Hollensen, P. Kotler, M. Oliver Opresnik. (2017). Social Media Marketing: A Practitioner's Guide, Amazon Direct Publishing.
- [7] M. Bretous. (12/08/2022). Sustainable Marketing: Key Principles & How to Leverage It [+Examples]. Hubspot. Pridobljeno na Sustainable Marketing: Key Principles & How to Leverage It [+Examples] ([hubspot.com](https://www.hubspot.com))
- [8] Lacoste Lacoste x IUCN SOS. (2022). Pridobljeno na [Lacoste x IUCN SOS - IUCN SOS](https://www.lacoste.com/en-us/iucn-sos)



MODUL 6: DRUŽBENI MEDIJI

1. UVOD

Kot učitelj bi morali začeti z motivacijskim govorom, na primer:

«Dragi udeleženci.

V teh časih povezljivosti in digitalnih inovacij lahko z močjo družbenih medijev vaše podjetje poleti v višave. Podajmo se na to razburljivo potovanje, polno navdiha.

Tako kot na podjetniško pot, se tudi v razburljivi svet družbenih medijev podate z nekaj domiselnosti. Digitalna pokrajina je vaše platno, vaša ustvarjalnost, čopič, s katerim ustvarjate zgodbe, ki pritegnejo in odmevajo. Ne gre samo za všečke in deljenje, gre za ustvarjanje zgodb, ki so navdih za ukrepanje in spodbujanje povezav.

V podjetniškem okolju je inovativnost srčni utrip napredka. Tudi v dinamičnem svetu družbenih medijev je inovativnost vaš zaveznik. Ne samo slediti trendom, pogumno jih tudi postavljajte. Uporabljajte najnovejše platforme, eksperimentirajte z oblikami vsebine in razmišljajte izven okvirjev. Zapomnite si, da se vsak preboj začne s pripravljenostjo izpodbijati status quo.

In nazadnje, moji dragi sopotniki, vaš prodor v družbene medije na področju podjetništva ni navadna odprava temveč prava odisejada do preobrazbe. Sprejmite izzive, izkoristite priložnosti in naj vaša ustvarjalnost teče kot reka, ki si utira pot skozi digitalno pokrajino. Tako kot podjetniki pustijo svoj pečat v industriji, bo tudi vaše obvladovanje družbenih medijev pustilo digitalni pečat za prihodnje generacije."

Nadaljujete s kratko predstavitvijo izobraževanja in učnih ciljev:

V okviru tega modula se boste seznanili s temeljnimi koncepti platform družbenih medijev tako, da boste lahko na podlagi njihovega razumevanja okrepili delovanje podjetja. Seznanili se boste tudi z vplivom uporabe družbenih medijev s strani zagonskih podjetij na njihovo podjetniško usmeritev in priložnosti ter kako izkoristiti ta trend. Ob koncu vsake enote sledijo praktične naloge, s katerimi lahko preverite pridobljeno znanje in ugotovite, ali ste na pravi (podjetniški) poti.



2. UČNI CILJI

- Pojasniti in oceniti koncepte družbenih platform.
- Naučiti se povezati družbene medije z ekološkim vidikom.
- Prepoznati načine uporabe družbenih medijev pri poslovanju.
- Naučiti se, kako vključiti občinstvo.
- Izvesti/predstaviti strategijo glede družbenih medijev.

3. UČNI REZULTATI:

- Izbira ustrezne družbene platforme
- Razumevanje pomena družbenih platform
- Razumevanje povezave z okoljskim elementom v družbenih medijih
- Pridobivanje veščin na področju uporabe družbenih medijev pri poslovanju
- Razvoj strategije glede družbenih medijev
- Oblikovanje privlačnih metod za pritegnitev občinstva

4. UČNE METODE:

- Preučitev priporočene literature in spletnih virov
- Odločanje na podlagi rezultatov iz B-ECO razvejevanj
- Ovrednotenje družbenih medijev pri poslovanju

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVA Z ENTRE-COMP) ⁶

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Prepoznavanje priložnosti
 4. Ustvarjalnost
- **Viri:**
 1. Samozavedanje in lastna učinkovitost
 2. Mobilizacija virov
 3. Mobilizacija drugih
 4. Motivacija in vztrajnost
- **K dejanjem:**
 1. Prezem pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Sodelovanje

⁶ <https://entre-comp.eu/>



6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

Povlecite besede - Platforme družbenih medijev Definicije:

Navodila: Povlecite besede iz desnega stolpca v ustrezne definicije v levem stolpcu.

1. stolpec: DEFINICIJE	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: BESEDE
1. Platforma za ustvarjanje in razvijanje poslovnih stikov		A. Facebook
2. Platforma, ki uporabnikom omogoča komuniciranje s stiki po vsem svetu		B. Instagram
3. Platforma za deljenje slik in videoposnetkov		C. LinkedIn
4. Platforma za deljenje videoposnetkov		D. Twitter
5. Platforma za pošiljanje in branje t.i. objav		E. Youtube
Pravilni odgovor: Facebook - B Instagram - C LinkedIn - A Twitter - E YouTube - D		

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.
 - Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
- A. Razlaga učnih rezultatov izobraževanja
- B. Učitelj predstavi učne rezultate 1. lekcije:
- Kaj je podjetništvo in kdo je podjetnik?
 - Lastnosti podjetnika
 - Biti podjetnik - prednosti in slabosti
 - Prvi koraki v svetu podjetništva
 - Kje poiskati podporo in pomoč v Sloveniji?
- C. Učitelj navaja nekaj praktičnih primerov:
- Kampanja TOMS: "En dan brez čevljev"



9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v scenariju razvejanosti strategije družbenih medijev (SMS) za modni butik! Ta vaja je zasnovana tako, da preizkusi vaše znanje in sposobnosti odločanja v zvezi z razvojem SMS-a, ki bo dvignil spletno prisotnost ChicVogue Boutique, pritegnil njegovo ciljno občinstvo in povečal promet v fizični trgovini in spletno prodajo. Pozorno preberite vsako vprašanje in izberite najprimernejši odgovor.

Vprašanje 1: Kako izbrati pravo platformo družbenih medijev?

- a) Z razumevanjem občinstva.
- b) Z uporabo tistih, ki jih znate upravljati.
- c) Vse uporabljate, da zajamete več ljudi.

Povratne informacije 1a: To je res. Z jasnim razumevanjem občinstva nadaljujete z izbiro najprimernejših platform družbenih medijev za vaše podjetje.

Povratne informacije 1b: To ni pravilno. Uporabljati morate platforme družbenih medijev, ki ustrezajo vašemu podjetju in vaši ciljni publiki.

Povratne informacije 1c: To ni pravilen odgovor. Vaše občinstvo ni povsod. Ko poskušate zadovoljiti vse, na koncu nikomur ne ugajate.

Vprašanje 2: Zdaj je čas, da oblikujemo privlačno vsebinsko strategijo. Kateri od naslednjih niso koraki strategije družbenih medijev?

- a) Spoznajste svoje občinstvo
- b) Določitev poslovnih ciljev
- c) Izberite popolno pisavo

Povratne informacije 2a: To ni pravilen odgovor. Razumeti morate svoje občinstvo in najti popolno stranko za vas in vaše podjetje.

Povratne informacije 2b: Nepravilno. VELIKI cilji, koristi za vaše osebje, stranke, partnerje, delničarje; so vsi pomembni in jih je treba prikazati v poslovnih ciljih.

Povratne informacije 2c: Odlično ! Medtem ko je vizualna estetika pomembna v strategiji družbenih medijev, izbira pisave običajno ne velja za poseben korak.

Vprašanje 3: Sodelovanje z občinstvom je ključnega pomena za izgradnjo zvestobe blagovni znamki. Kako lahko to dosežete?

- a) Video vsebine in interaktivni kvizi
- b) Ignoriranje ali brisanje negativnih povratnih informacij
- c) Velika samopromocija



Povratne informacije 3a: Odlična izbira. Vključevanje interaktivnih dejavnosti lahko pritegne občinstvo in ga spodbudi k sodelovanju ter zagotovi dragocen vpogled v želje kupcev.

Povratne informacije 3b: Nepravilno. Ignoriranje ali brisanje negativnih komentarjev ali povratnih informacij lahko ustvari zaznavanje neobčutljivosti in pomanjkanja preglednosti.

Povratne informacije 3c: Nepravilno! Nenehno bombardiranje občinstva s promocijskimi objavami brez zagotavljanja dragocene vsebine se lahko zdi neželeno in vsiljivo.

Vprašanje 4: Ko se vaša strategija družbenih medijev uresničuje, morate meriti uspeh in optimizacijo. Kako lahko to dosežete?

- a) Z iskanjem viralnosti
- b) S sledenjem metrikam
- c) Visoka angažiranost pomeni uspeh

Povratne informacije 4a: Nepravilno. Virusiranje lahko zagotovo prinese porast pozornosti, vendar to ni zanesljiva dolgoročna strategija. Osredotočanje izključno na ustvarjanje virusne vsebine lahko odvrne vašo pozornost od ustvarjanja dosledne in dragocene vsebine.

Povratne informacije 4b: Dobro opravljeno! Z vpogledi, kot so stopnje dejavnosti, razmerja med prikazi in kliki ter stopnje konverzij, lahko natančneje določite vsebino in neprekinjeno optimizirate pristop.

Povratne informacije 4c: Napačno. Visoke stopnje dejavnosti so odlične, vendar če dejavnost ne vodi do smiselnih interakcij ali konverzij, morda ne bo prispevala k vašim splošnim poslovnim ciljem.

Zaključek: Čestitke za dokončanje scenarija razvejanosti strategije družbenih medijev za modni butik! Pokazali ste, kako razviti strategijo družbenih medijev in kako izmeriti njeno učinkovitost.

10. OCENJEVANJE

Izmerite svojo dejavnost v družabnih medijih z različnimi meritvami, kot so:

- Delnice ali retweeti
- Komentarji
- Všečki
- Rast števila sledilcev in občinstva
- Omembe
- Uporaba hashtagov z blagovno znamko

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)



12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. str. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. str. 15-38 .
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. www.delajvitko.si .
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sushanta Maiti (2021); »What is Entrepreneurship? Definition, 5 Types, 5 Scopes, Characteristics, 5 Importance«; https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship
- [7] Indeed Editorial Team (2021); »12 Pros and Cons of Being an Entrepreneur«; <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



MODUL 7: FINANCE IN FINANČNO NAČRTOVANJE

1. UVOD

Kot učitelj bi morali začeti z motivacijskim govorom, na primer:

"Dragi udeleženci

Pot do varne in uspešne prihodnosti je v moči vašega finančnega načrta. Dovolite mi, da z vami delim bistvo tega potovanja in prižgem ogenj v vas, da prevzamem odgovornost za vašo finančno usodo.

Predstavljajte si svoj finančni načrt kot zemljevid, ki vas vodi skozi zahrbtnen teren življenjskih negotovosti do bleščečih obal finančne svobode. To ni samo dokument; To je vaš načrt do uspeha. Vsak dolar, ki ga prihranite, vsaka naložba, ki jo naredite, in vsaka finančna odločitev, ki jo sprejmete, oblikuje vašo usodo.

Tveganje, prijatelji moji, je začimba finančnega življenja. Preračunana tveganja, podprta z raziskavami in preudarnostjo, vas lahko hitreje pripeljejo do ciljev, kot ste si kdaj predstavljali. Ne bojte se neuspehov; So odskočna deska, ki vas vodi do uspeha. Vsak izziv, ki ga premagate, je lekcija, ki izostri vašo finančno sposobnost.

Vaš finančni načrt ni statičen dokument. Je živa, dihalna entiteta, ki se prilagaja življenjskim spremembam. Ko se vaše okoliščine razvijajo, bi se moral razvijati tudi vaš načrt. Redne revizije in prilagoditve niso znaki neuspeha; So znaki vaše zavezanosti rasti.

Za zaključek, moji sopotniki na tem proračunskem potovanju ne pozabite, da je potovanje samo po sebi enako pomembno kot destinacija. Sprejmite izzive, proslavite zmage in ostanite zvesti svojemu namenu. Vaš finančni načrt niso le številke na papirju; To je dokaz vaše odločnosti in obljuba svetlejše prihodnosti."

Sledi kratka predstavitev izobraževanja in učnih ciljev:

V okviru te lekcije se boste poglobili v temeljna načela finančnega načrtovanja, naučili se boste krmariti po zapleteni pokrajini poslovnih financ. Seznanili se boste s tem, kaj je finančno načrtovanje, z razliko med osebnim in poslovnim finančnim načrtom ter kako lahko sami ustvarite finančni načrt za svoje podjetje. Ob koncu vsake enote sledijo praktične naloge, s katerimi lahko preverite pridobljeno znanje in ugotovite, ali ste na pravi (podjetniški) poti.



2. UČNI CILJI

- Za ocenjevanje in upravljanje finančnih virov.
- Opredelite namen bilance stanja, izkaza poslovnega izida in denarnih tokov ter njegovo vlogo pri računovodskem poročanju.
- Razložite informacije, predstavljene v bilanci stanja, da ocenite likvidnost, solventnost in splošno finančno stanje organizacije.
- Analizirajte razmerje med sredstvi, obveznostmi in lastniškim kapitalom pri določanju finančnega položaja podjetja.
- Opredelite različne sestavine bilance stanja, izkaza poslovnega izida in denarnih tokov.

3. UČNI REZULTATI

- Razumevanje koncepta finančnega načrtovanja.
- Prepoznavanje ciljev finančnega načrtovanja.
- Razlikovanje med osebnim in poslovnim finančnim načrtovanjem.
- Razumevanje namena in komponent bilance stanja.
- Razlaga informacij, predstavljenih v izkazu poslovnega izida.
- Analiza komponent in pomen izkaza denarnih tokov.

4. UČNE METODE:

- Preučitev priporočene literature in spletnih virov
- Odločanje na podlagi rezultatov iz B-ECO razvejevanj
- Ovrednotenje finančnega načrtovanja

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ⁷

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Etično in trajnostno razmišljanje
- **Viri:**
 1. Motivacija in vztrajnost
 2. Samozavedanje in lastna učinkovitost
 3. Mobilizacija virov
 4. Finančno znanje

⁷ <https://entre-comp.eu/>



5. Mobilizacija drugih

- **K dejanjem:**

1. Prevzeti pobudo
2. Načrtovanje in upravljanje
3. Spopadanje z negotovostjo

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

Povlecite besede - Komponente finančnega načrta:

Navodila: Povežite besede iz stolpca na desni z ustreznimi definicijami v stolpcu na levi.

Stolpec 1: OPREDELITEV POJMOV	Povlecite besede Stolpec 2 v Stolpec 1	Stolpec 2: BESEDE
A. Pravice / obveznosti		1. Stroji
B. Blago / sredstva		2. Pohištvo
C. Obveznosti		3. Prodaja kreditov
		4. Surovine
		5. Bančno posojilo
		6. Dolgovi do dobaviteljev

Ključ za odgovor:

Stroji - B
 Pohištvo - B
 Kreditna prodaja - A
 Surovine- B
 Bančno posojilo - C
 Dolgovi do dobaviteljev - C

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za izobraževanje + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Razlaga učnih rezultatov učne ure
 - B. Učitelj predstavi učne rezultate učne ure 7:



- Kaj je finančno načrtovanje?
- Kako pripraviti finančni načrt?
- Osnovni pojmi računovodstva

C. Učitelj navede nekaj praktičnih primerov:

9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v scenariju z razvejevanjem na temo zagon lastnega malega podjetja. S to nalogo želimo preveriti vaše znanje in sposobnosti odločanja v povezavi s koraki, ki jim morate slediti pri pripravi uspešnega finančnega načrta. Vsako vprašanje skrbno preberite in izberite najustreznejši odgovor.

1. vprašanje: Katera od spodnjih izjav v povezavi s pripravo finančnega načrta je pravilna?

- a) Da bi določili ciljni trg, tekmece in potencialno povpraševanje po naših izdelkih ali storitvah, moramo izvesti tržno raziskavo.
- b) Ustvarimo dokument s poslovno idejo.
- c) Stroškov ne rabimo oceniti, saj je financiranje že zagotovljeno.

Povratne informacije 1a: Odgovor je pravilen. Bistvo tržne raziskave je prepoznati poslovne priložnosti. Po izvedbi tržne raziskave vam bo jasno, koga želite doseči (ciljne stranke), kje (tržni kanali) in kaj jih zanima.

Povratne informacije 1b: Odgovor ni pravilen! Pripraviti morate poslovni načrt, ki je pisni dokument in opisuje cilj podjetja, aktivnosti in strategije.

Povratne informacije 1c: To ni pravilen odgovor. Četudi imate možnosti financiranja (osebni prihranki, posojila), morate vedno oceniti vaše zagonske stroške, vključno z izdatki za opremo, inventar, trženje.

2. vprašanje: Vsako podjetje mora izdati tri osnovne računovodske izkaze. Kot prvo je to bilanca stanja, ki prikazuje vse, kar podjetje ima in dolguje. Katere od naslednjih možnosti ne predstavljajo komponent bilance stanja?

- a) Sredstva
- b) Obveznosti
- c) Neto prihodek

Povratne informacije 2a: Nepravilno. Sredstva so pomembna komponenta bilance stanja in predstavljajo stvari, ki so v vaši lasti, na primer surovine, blago, stroji itd.

Povratne informacije 2b: To ni pravilen odgovor. Obveznosti so pomembna komponenta bilance stanja in se nanašajo na stvari, kot so bančna posojila, DDV, davke.

Povratne informacije 2c: Odlično. Neto prihodek je komponenta izkaza poslovnega izida.



3. vprašanje: Naslednji računovodski izkaz, ki ga morate pripraviti, je izkaz denarnih tokov. Čemu je namenjen ta dokument?

- a) Spremljanju pritokov in odtokov denarnih sredstev v vašem podjetju.
- b) Preverjanju denarnega primanjkljaja.
- c) Preverjanju, ali imamo dovolj denarja za finančne aktivnosti.

Povratne informacije 3a: Odlično! Izkaz denarnih tokov vam pove, za kaj podjetje porablja denar in ali vanj priteka dovolj denarja za financiranje njegovega poslovanja.

Povratne informacije 3b: To ni povsem pravilno. Pomaga vam prepoznati obdobja pomanjkanja denarja in raziskati možnosti, kot sta zagotavljanje dodatnega financiranja ali izvajanje metod za zmanjševanje stroškov.

Povratne informacije 3c: Namenjen je analiziranju vaših računovodskih izkazov za sprejemanje ozaveščenih odločitev glede postavljanja cen, stroškov in naložb.

4. vprašanje: Nato morate ustvariti izkaz poslovnega izida, da bi ocenili donosnost vašega podjetja. Kaj od naslednjega to najbolje opisuje?

- a) Ni pomemben za izkaz denarnih tokov.
- b) Je finančni dokument, ki prikazuje finančni položaj podjetja.
- c) Zajema samo določeno obdobje.

Povratne informacije 4a: Nepravilno. Pomembno je, da si izkaz denarnih tokov ogledamo skupaj z izkazom poslovnega izida. Če stranka na primer kupi izdelek na kredit, je znesek prikazan kot prihodek v izkazu poslovnega izida. Vendar pa ne bo vključen v denarnih tokovih, dokler stranka dejansko ne plača za izdelek.

Povratne informacije 4b: Pravilno. Potencialni vlagatelji uporabljajo te dokumente za ocenjevanje statusa potencialne naložbe.

Povratne informacije 4c: Nepravilno. Izkaz lahko zajema katerokoli obdobje, od enega dne do desetih let, a najpogosteje se izdaja četrtno in vsako finančno leto.

Zaključek: Čestitke ob zaključku scenarija z razvejevanjem na temo ustvarjanja lastnega malega podjetja. Pokazali ste, da razumete, kaj so prvi koraki in finančni dokumenti, ki jih potrebujete, če želite začeti s pripravo finančnega načrta..

10. OCENJEVANJE

Izračunajte čisti dohodek podjetja.

Recimo, da božična trgovina Santa Christmas Shop želi najti svoj čisti dohodek za prvo četrtno leto 2022. Tu so številke/podatki, ki jih imamo:

Skupni prihodki: 60.000€



Cena prodanega blaga (COGS): 20.000€

Najem: 6.000€

Komunalne storitve: 2.000€

Plače: 10.000€

Oglaševanje: 1.000€

Odhodki za obresti: 1.000€

Najprej izračunajte bruto dohodek tako, da vzamete njegove skupne prihodke in odštejete COGS:

Bruto dohodek = 60.000€ - 20.000€ = 40.000€

Nato seštejte stroške za četrtoletje.

Stroški = 6.000€ + 2.000€ + 10.000€ + 1.000€ + 1.000€ = 20.000

Zdaj lahko izračunate čisti dohodek tako, da vzamete bruto dohodek in odštejete stroške:

Čisti dohodek = 40.000€ - 20.000€ = 20.000€.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Berry-Johnson, J. (2021, 8. oktober). Kako izračunati čisti dohodek (formula in primeri) [spletni dnevnik]. Pridobljeno dne February 20, 2023, from <https://bench.co/blog/accounting/net-income-formula/#mvav2>.



MODUL 8: ZELENO UPRAVLJANJE

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Pomena zelenega upravljanja ni mogoče preceniti. V dobi, ko so okoljska vprašanja in trajnost postali osrednji vprašanja tako v gospodarstvu kot v družbi, poučevanje o zelenem upravljanju ni le akademska vaja - je priprava na prihodnost. Kot izobraževalci igramo ključno vlogo pri oblikovanju naslednje generacije odgovornih voditeljev in podjetnikov, ki se bodo soočali z izzivi in priložnostmi, ki jih predstavlja naš spreminjajoči se svet.

Ko napredujete skozi ta modul, ne pozabite na pomembnost kreativnega in kritičnega razmišljanja o tem, kako lahko s svojimi vlogami v poslovanju in upravljanju prispevate k bolj zeleni in trajnostni prihodnosti."

Sledi kratek uvod v modul in enote:

Modul je razdeljen na naslednje 3 enote:

Prva enota postavlja temelje z raziskovanjem koncepta upravljanja. Razumevanje pomena poslovnega upravljanja je bistvenega pomena, preden se poglobimo v specializirano področje zelenega upravljanja. Študenti bodo razumeli ključne koncepte načrtovanja, organiziranja, vodenja in nadzora, ki so osrednjega pomena za učinkovito upravljanje v katerem koli kontekstu.

Druga enota prehaja v srce modula, Zeleno upravljanje. Tu se boste poglobili v načela in prakse, zaradi katerih je upravljanje "zeleno". Študenti bodo raziskovali vrste zelenega upravljanja in tako pridobili vpogled v to, zakaj je zeleno upravljanje pomembno tako za podjetja kot za širšo skupnost.

Končna enota ponuja praktične napotke skozi uvod v trajnostne poslovne prakse in njihovo vlogo. Študenti bodo raziskovali pomen trajnosti in družbene odgovornosti podjetij, ki jim bosta pomagali pri sprejemanju premišljenih odločitev, ki so skladne s trajnostnimi cilji.

2. UČNI CILJI

SPLOŠNI UČNI CILJ:

- Opredeliti in analizirati elemente, potrebne za ustanovitev ekološkega poslovanja.

SPECIFIČNI UČNI CILJI:

- Razumevanje upravljanja.



- Razumeti zeleno upravljanje in njegov pomen.
- Opredelite strategije za izgradnjo ekološkega podjetja.

3. UČNI IZIDI

- Opredeliti koncept managementa in njegov pomen v kontekstu trajnostnih poslovnih praks.
- Razložite koncept zelenega upravljanja in artikulirajte njegov pomen pri spodbujanju trajnosti in okoljske odgovornosti v poslovnih praksah.
- Analizirati uspešne študije primerov ekološkega poslovanja za opredelitev ključnih strategij in najboljših praks.

4. UČNE METODE:

- Študija priporočene literature in internetnih virov
- Odločanje na podlagi rezultatov podružnic B-ECO

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ⁸

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Ustvarjalnost
 2. Etično in trajnostno razmišljanje
 3. Vrednotenje idej
 4. Vid
- **Viri:**
 1. Motivacija in vztrajnost
 2. Samozavedanje in samoučinkovitost
 3. Finančna in ekonomska pismenost
 4. Mobilizacija virov
- **K dejanjem:**
 1. Učenje skozi izkušnje
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Prezem pobude

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

⁸ <https://entre-comp.eu/>



7. OGREVANJE (15 MIN.)

A. Povežite upravljske funkcije:

Navodila: Povežite besede iz stolpca na desni z ustreznimi definicijami v stolpcu na levi.

1. stolpec: Opisi	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: Upravljske funkcije
A. Postavljanje organizacijskih ciljev in določanje najboljšega postopanja za njihovo doseganje.		1. 1. Vodenje
B. Usklajevanje virov in nalog za učinkovito izvajanje načrtov.		2. 2. Nadzor
C. Usmerjanje in motiviranje zaposlenih za doseganje organizacijskih ciljev.		3. 3. Organizacija
D. Nadzor delovanja in izvedba potrebnih prilagoditev za zagotovitev doseganja ciljev.		4. 4. Načrtovanje
Pravilni odgovor: Vodilni - C Kontroling - D Organiziranje - B Načrtovanje - A		

B. Strategije ekološkega podjetja:

Navodila: Povlecite in spustite pravilno strategijo ekološkega podjetja s seznama na desni, da bo ustrezala opisu na levi.

1. stolpec: Opisi	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: Strategije ekološkega podjetja
A. Vključevanje obnovljivih virov energije, kot sta sončna ali vetrna energija, za zmanjšanje emisij ogljika.		1. Trajnostno pridobivanje virov
B. Naročanje surovin in izdelkov na okolju prijazen način.		2. Zmanjšanje količine odpadkov
C. Promocija okolju prijaznih vidikov izdelkov ali storitev za pritegnitev okoljsko ozaveščenih strank.		3. Uporaba obnovljivih virov energije
D. Zmanjševanje ustvarjanja odpadkov znotraj proizvodnih in distribucijskih procesov.		4. Zeleno trženje
Pravilni odgovor: Trajnostno pridobivanje virov - B Zmanjšanje količine odpadkov - D Uporaba obnovljivih virov energije - A Zeleno trženje - C		



C. Koristi zelenega upravljanja:

Navodila: Povlecite in spustite ustrezno korist s seznama na desni, da bo ustrezala opisu na levi.

1. stolpec: Opisi	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: Upravljske funkcije
A. Izpolnjevanje zakonskih zahtev v povezavi z varstvom okolja in trajnostjo.		1. 1. Ohranjanje okolja
B. Zmanjšanje operativnih stroškov z energetske učinkovitostjo in zmanjševanjem odpadkov.		2. 2. Prihranek stroškov
C. Vzpostavljanje pozitivne podobe in zaupanja med strankami in deležniki.		3. 3. Izboljšan ugled
D. Prispevek k ohranjanju naravnih virov in ekosistema.		4. 4. Skladnost s predpisi
Pravilni odgovor: Ohranjanje okolja - D Prihranek stroškov - B Izboljšan ugled - C Skladnost s predpisi - A		

Opomba: Te naloge za ogrevanje tipa povleci in spusti so zasnovane za utrditev ključnih konceptov v povezavi z zelenim upravljanjem in ekološkim poslovanjem ter obenem poskrbijo za interaktivno in privlačno učno izkušnjo. Uporabijo se lahko v digitalni učni platformi ali pa se natisnejo kot delovni listi za uporabo v učilnici.

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Razlaga učnih izidov modula 8
 - B. Učitelj predstavi vsebino enote 8.1:
 - Koncept upravljanja
 - Pomen poslovnega upravljanja
 - Ravni upravljanja
 - C. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
 - Veščine upravljanja videa | 10 vodstvenih sposobnosti, ki bi jih moral imeti vsak menedžer



9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v vaji razvejanosti "Razumevanje upravljanja". V tej interaktivni dejavnosti boste raziskali ključne koncepte, povezane z upravljanjem. Krmarili boste po različnih scenarijih, da boste pridobili globlje razumevanje koncepta upravljanja, pomena poslovnega upravljanja in različnih ravni upravljanja znotraj organizacij. Pozorno preberite vsako vprašanje in izberite najprimernejši odgovor.

Naloga 1: Koncept upravljanja

Scenarij: Ste novo imenovani vodja v rastočem podjetju. Člani vaše ekipe so vas prosili, da določite, kaj je upravljanje. Kako boste razložili koncept vodenja svoji ekipi?

Možnosti:

- a) Pri upravljanju gre predvsem za sprejemanje odločitev in sporočanje ljudem, kaj naj storijo.
- b) Upravljanje je proces načrtovanja, organiziranja, vodenja in nadzora virov za učinkovito in uspešno doseganje organizacijskih ciljev.
- c) Pri upravljanju gre izključno za nadzor stroškov in zagotavljanje dobička.

Povratne informacije 1a: To je omejen pogled na upravljanje. Medtem ko je odločanje pomembno, upravljanje vključuje več kot le dajanje naročil.

Povratne informacije 1b: Odlično opravljeno! Zagotovili ste celovito definicijo upravljanja. Zajema ključne funkcije upravljanja.

Povratne informacije 1c: Medtem ko je upravljanje stroškov in dobička pomembno, je upravljanje širši koncept, ki vključuje različne funkcije.

Naloga 2: Pomen poslovnega menedžmenta

Scenarij: Ste svetovalec, ki svetuje ustanovitelju startupa. Sprašujejo vas, zakaj bi morali vlagati čas in sredstva v učinkovito poslovno upravljanje. Kako jim boste razložili pomen poslovnega upravljanja?

Možnosti:

- a) Poslovno upravljanje za startupe ni tako pomembno. Osredotočite se samo na svoj izdelek ali storitev.
- b) Poslovno upravljanje pomaga pri postavljanju jasnih ciljev, optimizaciji virov in sprejemanju premišljenih odločitev, ki so ključne za dolgoročni uspeh.
- c) Poslovno upravljanje je samo za velike korporacije; Startupi ga ne potrebujejo.

Povratne informacije 2a: Učinkovito upravljanje poslovanja je ključnega pomena za rast in uspeh startupov. Ne gre samo za izdelek ali storitev.



Povratne informacije 2b: Odlično ! Poudarili ste pomen poslovnega upravljanja pri doseganju uspeha.

Povratne informacije 2c: To ni točno. Startupi lahko pri spopadanju z izzivi in priložnostmi veliko izkoristijo dobre prakse upravljanja.

Naloga 3: Ravni upravljanja

Scenarij: Ste profesor, ki poučuje razred o menedžmentu. Študent vas vpraša o različnih ravneh upravljanja v organizacijah. Kako boste študentu razložili ravni menedžmenta?

Možnosti:

- a) Obstajata dve ravni upravljanja: najvišje vodstvo in zaposleni. Najvišje vodstvo sprejema vse odločitve, zaposleni pa sledijo naročilom.
- b) Organizacijsko upravljanje je običajno sestavljeno iz treh ravni: najvišje vodstvo (izvršni direktor itd.), Srednji menedžment (vodje oddelkov) in vodstvo prve linije (nadzorniki). Vsaka raven ima svoje odgovornosti.
- c) Ravni upravljanja v resnici niso pomembne; Vsi v organizaciji imajo enake odgovornosti.

Povratne informacije 3a: Pogrešali ste srednjo vodstveno raven, ki igra ključno vlogo v organizacijah.

Povratne informacije 3b: Dobro opravljeno! Podali ste natančno in izčrpno razlago ravni upravljanja.

Povratne informacije 3c: V resnici obstajajo različne ravni upravljanja, ki se ukvarjajo z različnimi odgovornostmi in funkcijami.

Opomba: Te vaje za razvejanje s povratnimi informacijami bodo vašim učencem pomagale učinkovito raziskati in razumeti ključne koncepte upravljanja, hkrati pa bodo usmerjale njihove odzive.

10. OCENJEVANJE

Kviz: Študenti morajo imeti vsaj 70% pravih odgovorov (zagotoviti je treba pravilne odgovore s povratnimi informacijami).

- 1. Kaj je primarni cilj upravljanja?
 - a) Maksimiranje dobička
 - b) Zmanjšanje stroškov
 - c) **Učinkovito in uspešno doseganje organizacijskih ciljev**
 - d) Nadziranje nad zaposlenimi



Povratne informacije: Učinkovito upravljanje je proces načrtovanja, organiziranja, vodenja in nadzorovanja virov za doseganje organizacijskih ciljev na učinkovit in smotrni način.

2. Katera od naslednjih funkcij NI funkcija upravljanja?

- a) Načrtovanje
- b) Organiziranje
- c) Prodaja**
- d) Nadzor

Povratne informacije: Funkcije upravljanja vključujejo načrtovanje, organiziranje, vodenje in nadzor. Prodaja se običajno ne šteje za eno od glavnih funkcij upravljanja.

3. Kaj želi doseči učinkovito upravljanje?

- a) Visoka fluktuacija zaposlenih
- b) Nizka morala zaposlenih
- c) Učinkovita raba virov za doseganje organizacijskih ciljev**
- d) Pogoste spremembe organizacijskih ciljev

Povratne informacije: Cilj učinkovitega upravljanja je učinkovita uporaba virov za doseganje organizacijskih ciljev, ne pa spodbujanje visokega prometa ali nizke morale.

4. Zakaj je učinkovito upravljanje poslovanja pomembno za organizacije?

- a) Zagotavlja najvišji dobiček.
- b) Organizacijam omogoča, da se izognejo plačilu davkov.
- c) Pomaga pri postavljanju jasnih ciljev, optimizaciji virov in sprejemanju premišljenih odločitev za dolgoročni uspeh.**
- d) Zmanjšuje število zaposlenih.

Učinkovito poslovno upravljanje je bistvenega pomena, saj organizacijam omogoča, da si zastavijo jasne cilje, kar najbolje izkoristijo svoje vire in sprejemajo premišljene odločitve, ki so ključne za dolgoročni uspeh.

5. Katera od naslednjih trditev velja o pomenu poslovnega managementa za startupe?

- a) Poslovno upravljanje za startupe ni pomembno.
- b) Startupi naj se osredotočijo izključno na razvoj produktov.
- c) Učinkovito upravljanje poslovanja lahko startupom pomaga pri premagovanju izzivov.**
- d) Startupi potrebujejo upravljanje šele, ko postanejo velike korporacije.

Povratne informacije: Upravljanje poslovanja je za startupe ključnega pomena, saj jim pomaga pri soočanju z izzivi, sprejemanju strateških odločitev in doseganju trajnostne rasti.



6. Kdo v organizacijski hierarhiji običajno pripada najvišjemu vodstvu?

- a) Vodje oddelkov.
- b) Nadzorniki.
- c) Generalni direktor (glavni izvršni direktor).**
- d) Zaposleni v prvi vrsti.

Povratne informacije: Najvišje vodstvo vključuje vodstvene delavce, kot je izvršni direktor, ki so odgovorni za splošno usmeritev in uspeh organizacije.

7. Katera raven vodstva je odgovorna za nadzor nad vsakodnevnim delovanjem zaposlenih?

- a) Najvišje vodstvo.
- b) Srednji menedžment.
- c) Vodstvo prve linije (nadzorniki).**
- d) Upravni odbor.

Povratne informacije: Vodstvo prve linije, ki ga zastopajo nadzorniki, je odgovorno za nadzor nad dnevnimi aktivnostmi zaposlenih.

8. Katere so ključne prednosti učinkovitega poslovnega upravljanja? Izberite vse, kar velja.

- a) Maksimiranje kratkoročnih dobičkov.
- b) Povečanje zadovoljstva in morale zaposlenih.**
- c) Omogočanje boljšega odločanja.**
- d) Spodbujanje inovacij in prilagajanja spremembam.**

Povratne informacije: Učinkovito poslovno upravljanje povečuje zadovoljstvo zaposlenih, omogoča boljše odločanje ter spodbuja inovacije in prilagajanje spremembam. Čeprav je dobičkonosnost pomembna, to ni edina korist.

9. Kako učinkovito upravljanje poslovanja prispeva h konkurenčnosti organizacije na trgu?

- a) Z zmanjšanjem števila zaposlenih.
- b) Z zmanjševanjem etičnih pomislekov.
- c) Z omogočanjem prihrankov pri stroških in učinkovitega poslovanja**
- d) S povečanjem cen izdelkov ali storitev.

Povratne informacije: Učinkovito upravljanje poslovanja pomaga organizaciji racionalizirati poslovanje, zmanjšati stroške in učinkovito poslovati, zaradi česar je bolj konkurenčna na trgu.

10. Katera raven vodenja običajno vključuje vodje oddelkov ali vodje skupin, ki so odgovorni za določene oddelke ali enote v organizaciji?

- a) Najvišje vodstvo.
- b) Vodstvo prve linije (nadzorniki)
- c) Srednji menedžment**



d) Upravni odbor

Povratne informacije: Srednji menedžment sestavljajo vodje oddelkov ali vodje skupin, odgovorni za določene oddelke ali enote v organizaciji.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Herrity, Jennifer. (12. december 2019). What is management? Definitions, Functions and Styles, pridobljeno na <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-management>

[2] Maiti, Sushanta. [Education Leaves]. (22. januar 2021) Management Skills/ 10 Management skills every manager should have, pridobljeno na <https://educationleaves.com/top-10-management-skills/>

[3] Maiti, Sushanta. [Education Leaves]. (22. januar 2021) Management Skills/ 10 Management skills every manager should have. Videoposnetek. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xHBhFKBLhWs>

[4] Simmering, Marcia J. (n.d). Management Levels, pridobljeno na <https://pdcrodas.webs.ull.es/empresa/ManagementLevels.pdf>

13. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- PowerPoint predstavitev za enoto 8.2 + praktični primeri
- Učitelj bo pojasnil vsebine iz PPT-ja in na izročkih, ki so jih prejeli udeleženci.

A. Učitelj predstavi vsebino enote 8.2:

- Koncept zelenega upravljanja
- Pomen in prednosti upravljanja zelenega poslovanja
- Vrste zelenega upravljanja

B. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:

- Video - 6 korakov do bolj zelenega podatkovnega centra

14. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v vaji z razvejevanjem na temo »Razumevanje zelenega upravljanja in njegov pomen«. Pri tej interaktivni aktivnosti boste raziskali koncept zelenega upravljanja, pomen zelenega poslovnega upravljanja ter različne vrste praks zelenega upravljanja. Pri reševanju vas bodo izbire vodile skozi različne scenarije. Pa začnimo!

**Vaja 1: Koncept zelenega upravljanja**

Scenarij: Ste koordinator za trajnost v proizvodnem podjetju. Izvršni direktor vas prosi za obrazložitev koncepta zelenega upravljanja. Kako boste opredelili zeleno upavljanje izvršnemu direktorju?

Možnosti:

- a) Zeleno upavljanje se osredotoča samo na zmanjševanje odpadkov in varčevanje z energijo.
- b) Zeleno upavljanje vključuje načela trajnosti v vse vidike poslovanja, od iskanja virov do proizvodnje in širše.

Povratne informacije 1a: Medtem ko sta zmanjšanje količine odpadkov in varčevanje z energijo del zelenega upravljanja, gre za širši koncept.

Povratne informacije 1b: Odlično! Podali ste celostno definicijo zelenega upravljanja.

Vaja 2: Pomen in prednosti zelenega upravljanja podjetij

Scenarij: Ste svetovalec lastniku podjetja. Ta vas vpraša, zakaj naj vložijo v zeleno upavljanje podjetij. Kako mu boste razložili pomen in koristi?

Možnosti:

- a) Zeleno upavljanje podjetij je samo trend in ne bo koristilo vašemu podjetju.
- b) Z uvedbo zelenega upravljanja lahko zmanjšate operativne stroške, povečate ugled in prispevate k bolj zdravemu planetu.

Povratne informacije 2a: Zeleno upavljanje podjetij prinaša oprijemljive koristi in ni samo trenutna modna muha.

Povratne informacije 2b: Odlično! Poudarili ste pomen in prednosti zelenega upravljanja podjetij.

Vaja 3: Vrste zelenega upravljanja

Scenarij: Preučujete trajnost. Vaša naloga je razvrstiti različne prakse zelenega upravljanja. Kako jih boste kategorizirali?

Možnosti:

- a) Trajnostno pridobivanje virov, energetska učinkovitost in zmanjšanje količine odpadkov
- b) Učinkovitost virov, odgovornost do okolja in okolju prijazni izdelki

Povratne informacije 3a: Dober začetek, a izboljšajmo vašo kategorizacijo.

Povratne informacije 3b: Odlično! Pravilno ste kategorizirali te prakse v vrste zelenega upravljanja.

Opomba: S temi vajami z razvejevanjem lahko udeleženci na privlačen način spoznajo koncept zelenega upravljanja, pridobijo razumevanje o njegovem pomenu in prednostih ter kategorizirajo vrste zelenega upravljanja. Povratne informacije pri vsakem odgovoru pomagajo utrditi razumevanje vsebine.



15. OCENJEVANJE

Kviz: Študenti morajo imeti vsaj 70% pravih odgovorov (zagotoviti je treba pravilne odgovore s povratnimi informacijami).

1. Na kaj se osredotoča predvsem zeleno upravljanje?

- a) Neupoštevanje okoljskih vprašanj
- b) Maksimiranje dobička
- c) Zmanjševanje odpadkov in varčevanje z energijo**
- d) Povečanje tržnega deleža

Povratne informacije: Zeleno upravljanje se ukvarja predvsem z zmanjševanjem odpadkov, varčevanjem z energijo in sprejemanjem trajnostnih praks za zmanjšanje vpliva poslovanja na okolje.

2. Kateri od naslednjih najbolje opisuje zeleno upravljanje?

- a) Zeleno upravljanje je kratkoročna strategija za povečanje prihodkov.
- b) Zeleno upravljanje se osredotoča le na varčevanje z energijo.
- c) Zeleno upravljanje vključuje načela trajnosti v vse vidike poslovanja.**
- d) Zeleno upravljanje je omejeno na zmanjšanje nastajanja odpadkov.

Povratne informacije: Zeleno upravljanje zajema trajnostna načela v vseh vidikih poslovanja, ki presegajo varčevanje z energijo.

3. Zakaj je upravljanje zelenega poslovanja pomembno za organizacije?

- e) To je trendovska marketinška strategija
- f) Poenostavlja poslovanje
- g) To lahko privede do prihrankov pri stroških, večjega ugleda in okoljskih koristi.**
- h) Povečuje nastajanje odpadkov.

Povratne informacije: Zeleno upravljanje poslovanja je bistvenega pomena, saj lahko privede do prihrankov pri stroških, izboljša ugled in pozitivno vpliva na okolje.

4. Kakšne koristi lahko podjetja pridobijo z izvajanjem praks zelenega upravljanja poslovanja? Prodajte vse, kar velja.

- a) Povečana poraba energije
- b) Višje ravni onesnaževanja
- c) Nižji operativni stroški**
- d) Izboljšan ugled blagovne znamke.**

Povratne informacije: Izvajanje praks zelenega upravljanja poslovanja lahko zmanjša operativne stroške in poveča ugled blagovne znamke z izkazovanjem zavezanosti trajnosti.



5. Kateri od naslednjih primerov je učinkovita raba virov pri zelenem upravljanju?
- a) Povečanje uporabe papirja v pisarniških operacijah.
 - b) Ignoriranje programov recikliranja.
 - c) Zmanjšanje porabe vode v proizvodnih procesih**
 - d) Uporaba neobnovljivih virov energije.
- Povratne informacije:** Učinkovita raba virov pri zelenem upravljanju vključuje trajnostno zmanjšanje porabe virov, kot je voda.
6. Kaj zajema okoljska odgovornost v zelenem upravljanju?
- a) Neupoštevanje okoljskih predpisov.
 - b) Povečanje porabe virov.
 - c) Skladnost z okoljskimi zakoni in predpisi.**
 - d) Zmanjšanje odpadkov in emisij.
- Povratne informacije:** Okoljska odgovornost pri zelenem upravljanju vključuje upoštevanje okoljskih zakonov in predpisov ter zmanjševanje vpliva na okolje.
7. Kaj je primarni cilj zelenega upravljanja v organizaciji?
- a) Maksimiranje kratkoročnih dobičkov.
 - b) Zmanjšanje zadovoljstva zaposlenih.
 - c) Doseganje trajnosti z odgovornimi praksami.**
 - d) Ignoriranje okoljskih vprašanj.
- Povratne informacije:** Primarni cilj zelenega upravljanja je doseči trajnost z odgovornimi in okolju prijaznimi praksami.
8. Kako se zeleno upravljanje razlikuje od tradicionalnega poslovnega upravljanja?
- a) Zeleno upravljanje se osredotoča na kratkoročne dobičke, medtem ko tradicionalno upravljanje gleda na dolgoročne cilje.
 - b) Zeleno upravljanje velja samo za mala podjetja, medtem ko je tradicionalno upravljanje za velike korporacije.
 - c) Zeleno upravljanje vključuje trajnostna načela, tradicionalno upravljanje pa ne.**
 - d) Zeleno upravljanje se manj ukvarja z zmanjševanjem stroškov.
- Povratne informacije:** Zeleno upravljanje izstopa, ker vključuje trajnostna načela v poslovne prakse, ki jih tradicionalno upravljanje morda ne daje prednost.
9. Katere so nekatere gospodarske koristi, ki jih organizacije lahko pridobijo s praksami zelenega poslovnega upravljanja? Izberite vse, kar velja?
- a) Povečano nastajanje odpadkov
 - b) Okrepljena konkurenca na trgu



c) Nižji stroški energije

d) Izboljšana izkoriščenost virov

Povratne informacije: Gospodarske koristi zelenega poslovnega upravljanja vključujejo nižje stroške energije in boljšo izkoriščenost virov, kar prispeva h konkurenčnosti.

10. Katera od naslednjih praks spada pod okolju prijazne izdelke v zelenem upravljanju?

a) Izvajanje energetske učinkovite razsvetljave v pisarni.

b) Zmanjšanje porabe vode v proizvodnih procesih

c) Uporaba trajnostnih embalažnih materialov za izdelke

d) Neupoštevanje okoljskih predpisov

Povratne informacije: Okolju prijazni izdelki v zelenem upravljanju vključujejo uporabo trajnostnih materialov in praks pri razvoju izdelkov.

16. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

17. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Eye on Tech. (n.d). 6 Steps to a Greener Data Center. Videoposnetek. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=yGkfBo2iSiI>

[2] Freedman, Max. Business News Daily. (20. januar 2023). Do you want to start a business and protect the environment at the same time? These green business ideas help you do just that, pridobljeno na <https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html>

[3] McFarlane, Robert. S. Milsom & Wilke. (2021. September 27). Considerations for Sustainable Data Centre Design, pridobljeno na https://www.techtarget.com/searchdatacenter/tip/Considerations-for-sustainable-data-center-design?utm_source=youtube&utm_medium=description&utm_campaign=032022GREEN&utm_content=GREEN&Offer=OTHR-youtube_OTHR-video_OTHR-GREEN_2022March17_GREEN

[4] Mind Tools. (n.d). Green Management: Ten ways to boost your Business and Help the Planet, retrieved from <https://www.mindtools.com/aevwa71/green-management>

[5] Uygur, Akyay. Berat Musluk and Nail Ilbey. (2015). Examining the Influence of Green Management on Operation Functions: Case of a Business. Research Journal of Business Management. Volume 2, Issue 3, pridobljeno na <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/375150>



18. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- PowerPoint predstavitev za enoto 8.3 + praktični primeri
- Učitelj bo pojasnil vsebine iz PPT-ja in na izročkih, ki so jih prejeli udeleženci.
 - A. Učitelj predstavi vsebino enote 8.3:
 - Zelene prakse
 - Trajnostna proizvodnja in njena vloga
 - Okoljska odgovornost
 - B. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
 - Video - 10 zelenih podjetij z neverjetnimi okoljskimi pobudami

19. PREDLAGANE AKTIVNOSTI

Aktivnost 1: Simulacija scenarija o zelenih praksah

Cilj: Vključite udeležence v scenarije s sprejemanjem odločitev, da bi raziskali in razumeli različne zelene prakse.

Navodila: Udeležencem podajte nabor scenarijev, v katerih igrajo vlogo upraviteljev ali lastnikov podjetja. Vsak scenarij naj predstavlja izziv ali odločitev v povezavi z zelenimi praksami, kot so zmanjšanje količine odpadkov, energetska učinkovitost ali trajnostno pridobivanje virov. Udeležence prosite, naj izberejo način spoprijemanja z izzivom, ob upoštevanju okoljskega vpliva in trajnosti. Nato zagotovite povratne informacije o posledicah njihovih odločitev, vključno s pozitivnimi ali negativnimi vplivi na okolje ter morebitnimi koristmi za podjetje.

Aktivnost 2: Simulacija trajnostne proizvodnje

Cilj: Simulirajte trajnostni proizvodni proces, da bodo udeleženci lažje razumeli njegovo vlogo v okviru odgovornosti do okolja.

Navodila: Ustvarite virtualno ali fizično namizno igro, ki predstavlja proizvodni proces. Udeležence razdelite v ekipe in vsaki dodelite vlogo v proizvodnem procesu, na primer dobavitelji surovin, proizvajalci, distributerji in trgovci na drobno. Vsaka ekipa mora sprejeti odločitve, ki so v skladu z načeli trajnostne proizvodnje, kot so zmanjševanje količine odpadkov, uporaba okolju prijaznih materialov in optimizacija uporabe energije. Skozi igro zagotovite scenarije in izzive, ki odsevajo vprašanja trajnosti iz realnega sveta ter prosite ekipe za oblikovanje strategij in prilagoditev njihovih proizvodnih procesov. Ob koncu igre spodbudite razpravo o pomenu trajnostne proizvodnje in njene vloge v okviru odgovornosti do okolja.



Aktivnost 3: Študije primera na področju okoljske odgovornosti podjetij

Cilj: Analizirati študije primera iz realnega sveta za razumevanje okoljske odgovornosti podjetij.

Navodila: Pripravite nabor primerov podjetij ali organizacij, ki so izkazale veliko okoljsko odgovornost. Vsako študijo primera dodelite manjši skupini udeležencev. Udeleženci naj študijo primera analizirajo, poiščejo primere do okolja odgovornih praks, kot so zmanjšanje emisij ogljika, izvajanje programov recikliranja ali podpiranje pobud za ohranjanje. Vsako skupino prosite za predstavitev ugotovitev pred razredom in razpravljajte o vplivu teh praks na okolje in ugled podjetja. Spodbudite razpravo v razredu glede vloge okoljske odgovornosti podjetij v današnjem poslovnem svetu in njenih koristi tako za okolje kot za podjetje.

Opomba: S pomočjo teh interaktivnih aktivnosti se bodo udeleženci poglobili v praktične scenarije, ki jim bodo omogočili raziskovanje in razumevanje zelenih praks, trajnostne proizvodnje in okoljske odgovornosti podjetij na praktičen in privlačen način.

20. OCENJEVANJE

Kviz: Študenti morajo imeti vsaj 70% pravih odgovorov (zagotoviti je treba pravilne odgovore s povratnimi informacijami).

1. Kaj je primarni cilj zelenih praks v poslu?
 - a) Maksimiranje kratkoročnih dobičkov
 - b) Neupoštevanje trajnostnih skrbi
 - c) **Zmanjševanje vpliva na okolje s trajnostnimi ukrepi**
 - d) Povečanje nastajanja odpadkov

Povratne informacije: Cilj zelenih praks v podjetjih je zmanjšati vpliv na okolje s sprejetjem trajnostnih ukrepov in zmanjšanjem škode za okolje.

2. Kateri od naslednjih je primer zelene prakse v pisarniškem okolju?
 - a) Tiskanje dokumentov na papir za enkratno uporabo.
 - b) Odstranjevanje elektronskih odpadkov v običajne košare za smeti.
 - c) **Spodbujajte zaposlene k sodelovanju.**
 - d) Puščanje luči in elektronike čez noč.

Povratne informacije: Spodbujanje zaposlenih k souporabi avtomobilov zmanjšuje emisije ogljika in je primer zelene prakse, ki spodbuja trajnost.



3. Zakaj je primarni cilj trajnostne proizvodnje?
- a) Povečanje porabe virov
 - b) Dajanje prednosti kratkoročnim dobičkom
 - c) Zmanjšanje nastajanja odpadkov in vpliva na okolje**
 - d) Ignoriranje etičnih pomislekov.

Povratne informacije: Trajnostna proizvodnja se osredotoča na zmanjševanje nastajanja odpadkov in vpliva na okolje, hkrati pa ohranja kakovost izdelkov.

4. Zakaj je trajnostna proizvodnja pomembna za podjetja?
- a) Zmanjšuje izbiro potrošnikov
 - b) Povečuje kratkoročne dobičke
 - c) Povečuje ugled in zmanjšuje dolgoročne stroške**
 - d) Ne upošteva okoljskih predpisov.

Povratne informacije: Trajnostna proizvodnja povečuje ugled podjetja in zmanjšuje dolgoročne operativne stroške z zmanjševanjem odpadkov in porabe virov.

5. Na kaj se nanaša okoljska odgovornost podjetij?
- a) Povečanje porabe energije.
 - b) Neupoštevanje okoljskih zakonov.
 - c) Etične in trajnostne poslovne prakse, ki upoštevajo vpliv na okolje.**
 - d) Zmanjšanje zaslužkov zaposlenih.

Povratne informacije: Korporativna okoljska odgovornost vključuje etične in trajnostne poslovne prakse, ki upoštevajo in zmanjšujejo vpliv na okolje.

6. Katere so nekatere prednosti okoljske odgovornosti podjetij? Izberite vse, kar velja
- a) Povečana proizvodnja odpadkov
 - b) Povečano nezadovoljstvo zaposlenih
 - c) Izboljšan ugled blagovne znamke**
 - d) Nižji operativni stroški**

Povratne informacije: Okoljska odgovornost podjetij vodi do koristi, kot so izboljšan ugled blagovne znamke in nižji operativni stroški, ne pa povečana proizvodnja odpadkov ali nezadovoljstvo zaposlenih.

7. Kateri od naslednjih primerov je zelena praksa v kmetijstvu?
- a) Uporaba kemičnih pesticidov za povečanje donosa pridelka.
 - b) Prekomerna uporaba vodnih virov za namakanje.
 - c) Izvajanje kolobarjenja in naravnih metod zatiranja škodljivcev.**
 - d) Ignoriranje pomislekov glede erozije tal.



Povratne informacije: Izvajanje trajnostnih kmetijskih praks, kot so kolobarjenje in naravne metode zatiranja škodljivcev, je primer zelenih praks.

8. Kakšen je namen pobude "zero-waste" v zelenih praksah?

- a) Za povečanje nastajanja odpadkov.
- b) Prezreti prizadevanja za recikliranje.
- c) Da bi zmanjšali nastajanje odpadkov in ničesar ne pošiljali na odlagališča.**
- d) Spodbujanje prekomerne porabe virov.

Povratne informacije: Cilj pobude "brez odpadkov" je čim bolj zmanjšati nastajanje odpadkov in ničesar ne poslati na odlagališča, s čimer se spodbuja trajnost.

9. Kako trajnostna proizvodnja prispeva k ohranjanju virov?

- a) S povečanjem porabe virov.
- b) Z neupoštevanjem razpoložljivosti virov.
- c) Z zmanjševanjem nastajanja odpadkov in rabe virov.**
- d) Z zmanjšanjem kakovosti izdelkov.

Povratne informacije: Trajnostna proizvodnja prispeva k ohranjanju virov z zmanjševanjem nastajanja odpadkov in rabe virov ob hkratnem ohranjanju kakovosti izdelkov.

10. Zakaj je okoljska odgovornost podjetja pomembna za dolgoročni uspeh podjetja?

- a) Povečuje kratkoročne dobičke.
- b) Ne upošteva etičnih pomislekov.
- c) Povečuje ugled blagovne znamke in zmanjšuje tveganja.**
- d) Spodbuja netrajnostne prakse.

Povratne informacije: Okoljska odgovornost podjetij povečuje ugled blagovne znamke podjetja in zmanjšuje tveganja, povezana z vplivi na okolje.

21. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

22. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] EcoMastery Project. (n.d.). 10 Green Companies with Amazing Environmental Initiatives. Videoposnetek. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UsVPN5LVw7k>

[2] Freedman, Max. Business News Daily. (20. januar 2023). 23 Green Business Ideas for Eco-Minded Entrepreneurs, retrieved from (<https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html>)

[3] Lotich, Patricia. (29. maj 2019). 8 Sustainable Business Practices - Are you doing your part?, pridobljeno na <https://thethrivingsmallbusiness.com/sustainable-business-practices/>



[4] Stobierski, Tim. (8. april 2021). Types of Corporate Social Responsibility to be Aware of, retrieved from <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>

[5] Tecnia Addnode Group. (n.d.). Why Embrace Sustainable Business Practices?, pridobljeno na <https://www.technia.com/blog/how-does-sustainable-production-benefit-your-business/>



MODUL 9: ZELENLO UPRAVLJANJE ČLOVEŠKIH VIROV

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Kot vzgojitelji in moderatorji v nenehno razvijajočem se okolju poklicnega in izobraževalnega usposabljanja igramo ključno vlogo pri opremljanju jutrišnje delovne sile z znanjem in veščinami, potrebnimi za uspeh v trajnostnem in ekološko osveščenem svetu. GHRM je v ospredju teh prizadevanj, saj združuje temeljna načela upravljanja s človeškimi viri (HRM) z zeleno perspektivo, kar prispeva ne le k organizacijskemu uspehu, temveč tudi k blaginji našega planeta."

Sledi kratek uvod v modul in enote:

Modul je razdeljen na 2 enoti:

Naša pot se začne s celovitim raziskovanjem HRM, ki je temelj učinkovitega upravljanja delovne sile. V tej enoti se bomo poglobili v temeljne koncepte HRM, preučili njegovo naravo, obseg, funkcije in ključno vlogo, ki jo ima v organizacijah, ter pripravili vaše študente na transformativni preskok v GHRM.

Na podlagi temeljev, postavljenih v enoti 9.1, vstopamo v vznemirljivo področje zelenega upravljanja človeških virov. GHRM predstavlja spremembo paradigme, ki poudarja trajnost, ekološko zavest in odgovorne prakse HRM. V tej enoti raziskujemo funkcije GHRM, zelene pobude in prepričljive razloge, zakaj organizacije sprejemajo okolju prijazne HRM prakse.

2. UČNI CILJI

SPLOŠNI UČNI CILJ:

- Razumevanje upravljanja človeških virov in zelenega upravljanja človeških virov ter uporaba teh konceptov v realnih situacijah.

SPECIFIČNI UČNI CILJI:

- Razložiti temeljne koncepte upravljanja človeških virov.
- Povezati upravljanje človeških virov s procesom upravljanja organizacije.
- Prepoznati funkcije upravljanja človeških virov.
- Opredeliti aktivnosti in prednosti zelenega upravljanja človeških virov.
- Vedeti, kako izvajati zelene prakse



3. UČNI REZULTATI

- Razumevanje osnovnih konceptov upravljanja človeških virov
- Razlaga upravljanja človeških virov in kako je povezano s procesom upravljanja
- Prepoznavanje pregleda funkcij
- Prepoznavanje aktivnosti zelenega upravljanja človeških virov in njegovih prednosti
- Poznavanje prehoda na zeleno

4. UČNE METODE:

- Študija priporočene literature in internetnih virov
- Odločanje na podlagi rezultatov podružnic B-ECO

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ⁹

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Etično in trajnostno razmišljanje
 2. Vrednotenje idej
- **Viri:**
 1. Motivacija in vztrajnost
 2. Samozavedanje in samoučinkovitost
 3. Mobilizacija virov
- **K dejanjem:**
 1. Učenje skozi izkušnje
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Delo z drugimi

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

1. Povežite funkcije upravljanja človeških virov:

⁹ <https://entre-comp.eu/>



Navodila: Povežite besede iz stolpca na desni z ustreznimi definicijami v stolpcu na levi.

1. stolpec: Opisi	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: Funkcije upravljanja človeških virov
A. Postopek privabljanja in izbire kvalificiranih kandidatov za odprta delovna mesta.		1. Usposabljanje in razvoj
B. Sistematičen pristop k uspešnosti, produktivnosti in razvoju zaposlenih.		2. Odnosi med zaposlenimi
C. Aktivnosti za izboljšanje veščin in znanja zaposlenih.		3. Zaposlovanje
D. Upravljanje odnosa med zaposlenimi in organizacijo za ohranjanje pozitivnega delovnega okolja.		4. Upravljanje uspešnosti
Pravilni odgovor: Usposabljanje in razvoj - C Odnosi med zaposlenimi - D Zaposlovanje - A Upravljanje uspešnosti - B		

2. Povežite strategije zelenega upravljanja človeških virov in prednosti:

Navodila: Povlecite in spustite ustrezne prednosti s seznama na desni, da bodo ustrezale strategijam zelenega upravljanja človeških virov na levi.

1. stolpec: Strategije zelenega upravljanja človeških virov	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: Prednosti
A. Izvajanje praks trajnostnega pridobivanja virov in oskrbovalne verige.		1. Izboljšana morala zaposlenih
B. Vključevanje okolju prijaznih politik in praks na delovnem mestu.		2. Zmanjšan vpliv na okolje
C. Spodbujanje angažiranosti zaposlenih v trajnostnih pobudah.		3. Izboljšan ugled podjetja
Pravilni odgovor: Izboljšana morala zaposlenih - C Zmanjšan vpliv na okolje - A Izboljšan ugled podjetja - B		



C. Ujemanje politik in praks zelenega upravljanja človeških virov:

Navodila: Povlecite in spustite pravilne politike in prakse zelenega upravljanja človeških virov s seznama na desni, da bodo ustrezale opisu na levi.

1. stolpec: Opisi	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: Politike in prakse zelenega upravljanja človeških virov
A. Izvajanje okoljsko odgovornih praks pridobivanja in nabave za zmanjšanje okoljskega odtisa organizacije.		1. 1. Upravljanje zelenih talentov
B. Razvijanje in ohranjanje delovne sile z znanjem in veščinami za spodbujanje trajnostnih pobud v organizaciji.		2. 2. Okolju prijazne politike na delovnem mestu
C. Vzpostavitev smernic in praks, ki spodbujajo okoljsko ozaveščeno vedenje med zaposlenimi in na delovnem mestu.		3. 3. Trajnostno naročanje
Pravilni odgovor: Upravljanje zelenih talentov - B Okolju prijazne politike na delovnem mestu - C Trajnostno naročanje - A		

D. Ustrezno povežite korake za preklon na zeleno v okviru upravljanja človeških virov:

Navodila: Povlecite in spustite zaporedno številko koraka s seznama na desni na ustrezen korak na levi.

1. stolpec: Koraki za izvedbo zelenih praks v okviru upravljanja človeških virov	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: Številke korakov
A. Postaviti trajnostne cilje.		1. Korak 1:
B. Spremljanje vpliva na okolje.		2. Korak 2:
C. Ocenjevanje trenutnih praks.		3. Korak 3:
D. Usposabljanje zaposlenih v oddelku za upravljanje človeških virov.		4. Korak 4:
Ključ za odgovor: Korak 1 - C Korak 2 - A Korak 3 - D Korak 4 - B		

Opomba: Te specifične naloge ujemanja tipa povleci in spusti bodo udeležencem v pomoč pri povezovanju opisov, funkcij, strategij, politik in praks z ustreznimi koncepti ali koraki v povezavi z upravljanjem človeških virov in zelenim upravljanjem človeških virov.



8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Obrazložitev učnih izidov modula 9
 - B. Učitelj predstavi vsebino enote 9.1:
 - Upravljanje človeških virov (HRM)
 - Narava in področje uporabe HRM
 - Funkcije HRM
 - Vloga HRM
 - C. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
 - Videoposnetek - 10 najboljših kadrovske praks za ustvarjanje boljših delovnih mest v letu 2020

9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli pri nalogi z razvejevanjem o upravljanju človeških virov. V okviru te interaktivne aktivnosti boste raziskali koncepte v povezavi z upravljanjem človeških virov, vključno z naravo, obsegom, funkcijami in vlogo v organizacijah. Vsako vprašanje skrbno preberite in izberite najustreznejši odgovor.

Vaja 1: Narava in obseg upravljanja človeških virov

Scenarij: Ste novo pečeni vodja na področju upravljanja človeških virov v velikem podjetju. Vaš šef vas prosi, da pojasnite naravo in obseg upravljanja človeških virov. Kako se boste odzvali?

Možnosti:

- a) Upravljanje človeških virov vključuje samo zaposlovanje in odpuščanje zaposlenih.
- b) Upravljanje človeških virov je proces upravljanja človeških virov za doseganje organizacijskih ciljev in vključuje funkcije, kot so zaposlovanje, usposabljanje in odnosi med zaposlenimi.

Povratne informacije 1a: Upravljanje človeških virov je veliko več kot zaposlovanje in odpuščanje; vključuje različne funkcije in odgovornosti.

Povratne informacije 1b: Odlično! Podali ste celovito obrazložitev narave in obsega upravljanja človeških virov.



Vaja 2: Funkcije upravljanja človeških virov

Scenarij: V organizaciji se soočate s pomanjkanjem talentov, vodstvo pa vas prosi za nasvet, kako bi lahko upravljanje človeških virov pomagalo pri spopadanju s tem vprašanjem. Kaj predlagate?

Možnosti:

- a) Ignorirajte pomanjkanje talentov, to ne spada med odgovornosti upravljanja človeških virov.
- b) Izvedite strategije, kot so učinkovito zaposlovanje, usposabljanje in razvoj, da pritegnete in zadržite najboljše talente.

Povratne informacije 2a: Upravljanje človeških virov igra ključno vlogo pri spopadanju s pomanjkanjem talentov, zato ignoriranje tega vprašanja ni ustrezna izbira.

Povratne informacije 2b: Dobra izbira! Funkcije upravljanja človeških virov, kot sta zaposlovanje in usposabljanje, so bistvene pri spopadanju s pomanjkanjem talentov.

Vaja 3: Vloga upravljanja človeških virov

Scenarij: Vaše podjetje doživlja veliko fluktuacijo zaposlenih. Vodstvo podjetja želi vedeti, kako lahko oddelek za upravljanje s človeškimi viri pripomore k zmanjšanju fluktuacije. Kaj mu boste povedali?

Možnosti:

- a) Fluktuacija je neizogibna; oddelek za upravljanje človeških virov ne more storiti ničesar.
- b) Oddelek za upravljanje človeških virov lahko izvede strategije za ohranjanje zaposlenih, izboljša njihovo zavzetost in opravi razgovore ob odhodu, da bi razumel razloge za fluktuacijo.

Povratne informacije 3a: Oddelek za upravljanje človeških virov lahko dejansko igra vlogo pri zmanjševanju fluktuacije s pomočjo različnih strategij, zato ta odgovor ni pravilen.

Povratne informacije 3b: Odlično! Oddelek za upravljanje človeških virov lahko izvede proaktivne ukrepe, kot so strategije za ohranjanje zaposlenih in pobude za vključevanje, in na ta način zmanjša fluktuacijo.

Opomba: Te vaje z razvejevanjem zagotavljajo udeležencem zanimiv način za raziskovanje narave in obsega upravljanja človeških virov, razumevanje njegovih funkcij in prepoznavanje vloge, ki jo igra pri spopadanju z izzivi organizacije. Povratne informacije pri vsakem odgovoru pomagajo utrditi razumevanje vsebine.



10. OCENJEVANJE

Kviz: Študenti morajo imeti vsaj 70% pravih odgovorov (zagotoviti je treba pravilne odgovore s povratnimi informacijami).

1. Kaj je upravljanje človeških virov (HRM)?

a) Oddelek, odgovoren za vodenje pisarne.

b) Strateško upravljanje delovne sile organizacije.

c) Finančni sistem za upravljanje proračunov podjetij.

Povratne informacije: Upravljanje človeških virov (HRM) je resnično strateško upravljanje delovne sile organizacije. Vključuje dejavnosti, kot so zaposlovanje, usposabljanje in odnosi z zaposlenimi.

2. Kateri od naslednjih najbolj opisuje naravo in obseg HRM?

a) HRM se osredotoča na zaposlovanje zaposlenih.

b) HRM vključuje upravljanje ljudi in njihovih odnosov znotraj organizacije.

c) HRM je omejen na obdelavo plač.

Povratne informacije: Pri HRM ne gre le za zaposlovanje; zajema upravljanje ljudi in njihovih odnosov znotraj organizacije, kar vključuje različne funkcije, ki presegajo zaposlovanje.

3. Katera od naslednjih funkcij NI funkcija HRM?

a) Zaposlovanje in izbor

b) Ocena uspešnosti

c) Upravljanje zalog

d) Usposabljanje in razvoj

Povratne informacije: Upravljanje zalog ni funkcija HRM. HRM se ukvarja predvsem z upravljanjem človeških virov organizacije, kot so zaposlovanje, usposabljanje in ocenjevanje uspešnosti.

4. Kakšna je vloga HRM v organizaciji?

a) HRM se ukvarja s finančnim načrtovanjem in pripravo proračuna.

b) HRM se osredotoča na marketinške in prodajne strategije.

c) HRM ima strateško vlogo pri upravljanju delovne sile organizacije in spodbujanju pozitivnega delovnega okolja.

Povratne informacije: Vloga HRM je strateška, vključuje upravljanje delovne sile in spodbujanje pozitivnega delovnega okolja, kar prispeva k uspehu organizacije.



5. Katere od naslednjih kadrovskih funkcij so odgovorne za izboljšanje spretnosti in znanja zaposlenih za izboljšanje njihove uspešnosti?
- a) Zaposlovanje in izbor.
 - b) Odškodnine in ugodnosti.
 - d) Usposabljanje in razvoj.**
 - e) Ocena uspešnosti.

Povratne informacije: Usposabljanje in razvoj je ključna HRM funkcija, osredotočena na izboljšanje spretnosti in znanja zaposlenih.

6. Kaj pomeni narava HRM glede njegovega pomena v organizaciji?
- a) HRM je periferna funkcija, ki ne vpliva na uspeh organizacije.
 - b) HRM je bistven in sestavni del strateškega upravljanja organizacije.**
 - c) HRM zadeva le najvišje vodstvo organizacije.

Povratne informacije: HRM je bistven in sestavni del strateškega upravljanja organizacije, ki prispeva k njenemu splošnemu uspehu.

7. Kaj je vključeno v področje uporabe HRM?
- a) Samo zaposlovanje in odpuščanje zaposlenih.
 - b) Vse dejavnosti, povezane z upravljanjem ljudi organizacije, vključno z zaposlovanjem, usposabljanjem in odnosi z zaposlenimi.**
 - c) Samo upravljanje plač.

Povratne informacije: Obseg upravljanja človeških virov zajema širok spekter dejavnosti, povezanih z upravljanjem zaposlenih v organizaciji, vključno z zaposlovanjem, usposabljanjem in odnosi z zaposlenimi.

8. Kakšna je vloga HRM pri spodbujanju pozitivnega delovnega okolja?
- a) HRM nima nobene vloge pri spodbujanju pozitivnega delovnega okolja.
 - b) HRM pomaga pri reševanju konfliktov in spodbujanju kulture pravičnosti in spoštovanja.**
 - c) HRM se osredotoča izključno na uveljavljanje pravil in predpisov na delovnem mestu.

Povratne informacije: HRM ima ključno vlogo pri spodbujanju pozitivnega delovnega okolja, saj obravnava konflikte in spodbuja kulturo pravičnosti in spoštovanja.

9. Katera HRM funkcija je odgovorna za ocenjevanje in izboljševanje delovne uspešnosti zaposlenih?
- a) Zaposlovanje in izbor.
 - b) Odškodnine in ugodnosti.
 - d) Ocena uspešnosti**
 - e) Usmerjenost zaposlenih.



Povratne informacije: Ocena uspešnosti je funkcija HRM, ki je odgovorna za ocenjevanje in izboljšanje delovne uspešnosti zaposlenih.

10. Katera je ena od strateških vlog HRM v organizaciji?

- a) Upravljanje financ organizacije.
- b) Razvoj marketinških strategij.
- d) Privabljanje in ohranjanje vrhunskih talentov za podporo ciljem organizacije.**

Povratne informacije: Ena od strateških vlog HRM je privabljanje in ohranjanje vrhunskih talentov za podporo ciljem organizacije.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Copeland, Wilfred. (n.d). Unit - 1: Introduction to Human Resource Management, pridobljeno na <https://www.drnishikantjha.com/booksCollection/hrm-basic-notes.pdf>

[2] Indeed for employers. Setting Employee Work Schedules: A Manager's Guide, pridobljeno na <https://www.indeed.com/hire/c/info/types-of-work-schedules>

[3] Lucid Content Team. (n.d). What does HR actually do? 11 key responsibilities, pridobljeno na <https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do>

[4] Prakash, Snehil [CuteHR]. (21. januar 2022). Top 10 HR Best Practices to build Better Workplaces in 2020. (Videoposnetek). YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=BODxEp9N_FA&t=32s

[5] Renukadevi, R. (n.d). A Course Material on Human Resource Management, pridobljeno na ([http://www.nou.ac.in/Online%20Resources/05-7/Nature%20and%20Scope%20of%20HRM-converted%20\(1\).pdf](http://www.nou.ac.in/Online%20Resources/05-7/Nature%20and%20Scope%20of%20HRM-converted%20(1).pdf))

[6] Stacey, Kate (23. februar 2023). The Complete Guide to HR for Small Businesses in 2023, pridobljeno na <https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/>

13. PREDSTAVITVENA ENOTA 9.2 (35 MIN.)

- Power point predstavitev za enoto 9.2 + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Učitelj predstavi vsebino enote 9.2:
 - Kaj je zeleno upravljanje človeških virov (GHRM)?
 - Zelene HRM funkcije



- Zelene pobude
- Zakaj iti zeleno ... Prednosti in prednosti GRHRM

B. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:

- Video - 6 korakov do bolj zelenega podatkovnega centra

14. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli pri nalogi z razvejevanjem o zelenem upravljanju človeških virov. V okviru te interaktivne aktivnosti boste raziskali ključne koncepte v povezavi z zelenim upravljanjem človeških virov, vključno z njegovo opredelitvijo, funkcijo, pobudami in koristmi, ki jih prinaša. Pri reševanju vas bodo izbire vodile skozi različne scenarije.

Vaja 1: Kaj je zeleno upravljanje človeških virov?

Scenarij: Ste novo pečeni vodja na področju upravljanja človeških virov znotraj okoljsko ozaveščene organizacije. Vodstvo želi, da mu pojasnite, kaj je zeleno upravljanje človeških virov. Kako se boste odzvali?

Možnosti:

- Zeleno upravljanje človeških virov je koncept, ki ni povezan z okoljsko trajnostjo.
- Zeleno upravljanje človeških virov je vključevanje okoljskih in trajnostnih pobud v prakse upravljanja s človeškimi viri v podporo ekološki in družbeni odgovornosti.

Povratne informacije 1a: Zeleno upravljanje človeških virov je dejansko povezano z okoljsko trajnostjo, zato ta odgovor ni pravilen.

Povratne informacije 1b: Odlično! Podali ste celostno definicijo zelenega upravljanja človeških virov.

Vaja 2: Funkcije zelenega upravljanja človeških virov

Scenarij: Vaša organizacija si prizadeva za zmanjšanje svojega ogljičnega odtisa. Vodstvo vas vpraša, kako lahko zeleno upravljanje človeških virov prispeva k doseganju tega cilja. Kaj predlagate?

Možnosti:

- Zeleno upravljanje človeških virov nima nobene vloge pri zmanjševanju ogljičnega odtisa.
- Zeleno upravljanje človeških virov lahko izvaja trajnostno zaposlovanje, vključevanje zaposlenih in prakse usposabljanja za zmanjšanje okoljskega vpliva organizacije.

Povratne informacije 2a: Zeleno upravljanje človeških virov igra bistveno vlogo pri trajnostnih prizadevanjih, vključno z zmanjšanjem ogljičnega odtisa, zato ta odgovor ni pravilen.



Povratne informacije 2b: Dobra izbira! Zeleno upravljanje človeških virov poteka kot trajnostno zaposlovanje in vključevanje zaposlenih lahko pripomore k zmanjšanju ogljičnega odtisa.

Vaja 3: Prednosti in koristi zelenega upravljanja človeških virov

Scenarij: Vodstvo je skeptično glede vlaganja v pobude zelenega upravljanja človeških virov. Vaša naloga je, da ga prepričate o prednostih. Kako boste k temu pristopili?

Možnosti:

- a) Izvajanje zelenega upravljanja človeških virov ne prinaša nekih prednosti, je zgolj dodaten strošek.
- b) Izvajanje zelenega upravljanja človeških virov lahko prinese prihranek stroškov, izboljššan ugled znamke in dvig morale zaposlenih, obenem pa prispeva k okoljski odgovornosti.

Povratne informacije 3a: Zeleno upravljanje človeških virov nudi številne ugodnosti, vključno s prihrankom stroškov in povečano trajnostjo, zato ta odgovor ni pravilen.

Povratne informacije 3b: Odlično! Osvetlili ste več prednosti in koristi zelenega upravljanja človeških virov.

Opomba: Te vaje z razvejevanjem zagotavljajo udeležencem zanimiv način za raziskovanje konceptov zelenega upravljanja človeških virov, razumevanje njegovih funkcij in prepoznavanje vloge, ki jo ponuja. Povratne informacije pri vsakem odgovoru pomagajo utrditi razumevanje vsebine.

15. OCENJEVANJE

Kviz: Študenti morajo imeti vsaj 70% pravih odgovorov (zagotoviti je treba pravilne odgovore s povratnimi informacijami).

1. Na kaj se osredotoča predvsem zeleno upravljanje človeških virov (GHRM)?

- a) Upravljanje financ na okolju prijazen način
- b) Vključevanje trajnostnih praks v HRM procese.**
- c) Zmanjšanje zaslužkov zaposlenih

Povratne informacije: Zeleno upravljanje človeških virov (GHRM) se osredotoča predvsem na vključevanje trajnostnih in okolju prijaznih praks v HRM procese.

2. Katera od naslednjih funkcij je ključna funkcija upravljanja zelenih človeških virov (GHRM)?

- a) Povečanje porabe papirja v pisarni.
- b) Izvajanje trajnostnih praks zaposlovanja.**



c) Zmanjšanje plač zaposlenih.

Povratne informacije: Ena od ključnih funkcij GHRM je izvajanje trajnostnih praks zaposlovanja za zmanjšanje vpliva na okolje.

3. Kateri od naslednjih primerov je primer zelene pobude, ki je pogosto povezana z GHRM?

a) Ponudite zaposlenim brezplačne prigrizke

b) Spodbujanje souporabe avtomobilov in javnega prevoza med zaposlenimi.

c) Omogočanje neomejenega tiskanja v pisarni.

Povratne informacije: Spodbujanje souporabe avtomobilov in javnega prevoza med zaposlenimi je skupna zelena pobuda v GHRM.

4. Zakaj je sprejemanje praks zelenega upravljanja s človeškimi viri (GHRM) koristno za organizacije?

a) GHRM nima koristi za organizacije

b) GHRM koristi le okolju.

c) Lahko zmanjša stroške, poveča ugled podjetja in izboljša moralo zaposlenih.

Povratne informacije: Sprejetje praks GHRM lahko med drugim zmanjša stroške, poveča ugled podjetja in izboljša moralo zaposlenih.

5. Kaj je ena od prednosti zelenega upravljanja človeških virov (GHRM) za okolje?

a) Povečana poraba papirja.

b) Večja poraba energije.

c) Zmanjšan ogljični odtis in vpliv na okolje.

Povratne informacije: Ena od prednosti GHRM za okolje je zmanjšanje ogljičnega odtisa in splošnega vpliva organizacije na okolje.

6. Kako lahko GHRM pozitivno vpliva na ugled organizacije?

a) S povečanjem porabe energije.

b) Z neupoštevanjem trajnostnih praks.

c) Z izkazovanjem zavezanosti okoljski odgovornosti.

Povratne informacije: GHRM lahko pozitivno vpliva na ugled organizacije, saj izkazuje zavezanost okoljski odgovornosti in trajnosti.

7. Kako lahko organizacija izvaja zeleno upravljanje človeških virov (GHRM) v svojem procesu zaposlovanja?

a) Z uporabo več papirnih dokumentov med razgovorom.

b) Z izvajanjem video intervjujev za zmanjšanje emisij, povezanih s potovanji.

c) S ponudbo višjih plač za privabljanje ekološko osveščenih kandidatov.



Povratne informacije: Izvajanje video intervjujev za zmanjšanje emisij, povezanih s potovanji, je trajnostna praksa, ki se pogosto povezuje z GHRM.

8. Kako lahko prakse GHRM prispevajo k znižanju stroškov v organizaciji?

a) S povečanjem porabe energije.

b) S spodbujanjem potratnega tiskanja.

c) S spodbujanjem dela na daljavo za zmanjšanje stroškov pisarniških prostorov in komunalnih storitev.

Povratne informacije: Prakse GHRM, kot je spodbujanje dela na daljavo, lahko prispevajo k zmanjšanju stroškov z zmanjšanjem stroškov pisarniških prostorov in komunalnih storitev.

9. Zakaj je vključevanje zaposlenih v pobude GHRM bistveno za uspeh?

a) Zaposlenim pomaga zaslužiti višje plače.

b) E Zaposlenim omogoča daljše odmore.

c) Zaposleni so bolj verjetno ekološko ozaveščeni in podporni.

Povratne informacije: Vključevanje zaposlenih v pobude GHRM je bistvenega pomena, saj je bolj verjetno, da bodo ekološko osveščeni in podporni, kar prispeva k uspehu zelenih pobud.

10. Kako lahko GHRM pozitivno vpliva na podobo podjetja?

a) Z neupoštevanjem trajnostnih praks.

b) Z izvajanjem energetske intenzivnih operacij.

c) Z usklajevanjem HRM praks z okoljsko odgovornostjo.

Povratne informacije: GHRM lahko pozitivno vpliva na celotno podobo organizacije z usklajevanjem kadrovske praks z okoljsko odgovornostjo in trajnostjo, kar lahko poveča ugled organizacije.

16. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

17. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Ahmad, Shoeb. (2. april 2015). Green Human Resource Management: Policies and practices, pridobljeno na <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2015.1030817>

[2] Aykan, Ebru. (20. september 2017). Gaining a Competitive Advantage through Green Human Resource Management, pridobljeno na <https://www.intechopen.com/chapters/56008>



- [3] Deka, Rashmi R. (5. junij 2021). Green HRM: Meaning, Advantages, Policies, and Practices, pridobljeno na <https://blog.vantagecircle.com/green-hrm/>
- [4] Masood. Rana Z. (junij 2018). Green HRM: A need for the 21st Century. JETIR. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research. Volume 5, Issue 6, pridobljeno na <https://www.jetir.org/papers/JETIRC006063.pdf>
- [5] Mind Tools Videos. (n.d). 5 Ways to Make Your Workplace Greener. (Videoposnetek). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Qb-hulrdWr4>



MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _CIPER

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Vsak potencialni podjetnik se sooča z dvema ključnima dilemama. Kdaj ustanoviti podjetje in kakšno pravno obliko izbrati, da bi dosegli optimalen uspeh in izkoristili pravno obliko, odvisno od vrste podjetja in strank, s katerimi bodo poslovali.

Kot bodoči podjetniki je ključnega pomena, da razumete pravne vidike ustanovitve podjetja in da lahko primerjate različne poslovno pravne strukture, preučite prednosti in slabosti vsake vrste.

Poleg tega morate za ustanovitev podjetja poznati vse postopke in korake za registracijo vašega podjetja, kje in kako to storiti.

Če želite biti uspešen podjetnik, morate biti pripravljeni, obveščeni in odgovorni!"

Govoru sledi kratek uvod v učne in učne cilje:

Vsebina lekcije predstavlja odločitve, ki jih mora podjetnik sprejeti pred registracijo podjetja, ključne pravne oblike za start-upe/začetnike, prednosti in slabosti vsake vrste in strukture podjetja ter postopke registracije podjetja na Cipru. Na koncu vsake enote boste našli konkretne primere in vaje, s katerimi boste preizkusili svoje znanje in razumevanje obravnavanih tem.

2. UČNI CILJI

- Odkrijte odločitve, ki jih mora podjetnik sprejeti, preden formalno ustanovite podjetje.
- Razumeti, kakšne pravne oblike podjetij obstajajo, njihove prednosti in slabosti.
- Spoznajte postopke za registracijo podjetja na Cipru.

3. UČNI REZULTATI

- Seznanite se s ključnimi odločitvami, ki jih morate sprejeti, preden uradno ustanovite podjetje.
- Ponazorite najpogostejše pravne oblike za ustanovitev podjetja, njihove prednosti in slabosti.
- Izberite najprimernejši obrazec za svoje podjetje.



- Bodite sposobni registrirati podjetje na Cipru, vedoč, kje in kako to storiti.

4. UČNE METODE:

- Študija priporočene literature in internetnih virov
- Ocena znanja na podlagi rezultatov podružnic B-ECO
- Vrednotenje in sposobnost za ustanovitev in registracijo podjetja

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ¹⁰

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Priložnosti za odkrivanje
 4. Etično in trajnostno razmišljanje
- **Viri:**
 1. Mobilizacija drugih
 2. Mobilizacija virov
 3. Finančna in ekonomska pismenost
- **K dejanjem:**
 1. Prezem pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Spopadanje z dvoumnostjo, negotovostjo in tveganjem
 4. Delo z drugimi

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

A. Uskladite odkrivanje pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja:

Navodila: Povlecite besede iz desnega stolpca v ustrezne definicije v levem stolpcu.

¹⁰ <https://entre-comp.eu/>



1. stolpec: DEFINICIJE	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: BESEDE
A. Samozaposleni, ki opravlja »intelektualno« delo.		1. 1. Partnerstvo
B. Fizična oseba, ki samostojno opravlja pridobitno dejavnost na trgu.		2. 2. Samostojni podjetnik
C. Podjetje s prilagodljivo strukturo z minimalnim osnovnim kapitalom 1.000 evrov.		3. 3. Oseba v svobodnem poklicu
D. Pravni subjekt, opredeljen kot oseba različnih partnerjev, ki prevzemajo tako pravice kot obveznosti, ki izhajajo iz poslovne dejavnosti.		4. 4. Družba z omejeno odgovornostjo
Pavilni odgovor: Partnerstvo - D Samostojni podjetnik - B Oseba v svobodnem poklicu - A Družba z omejeno odgovornostjo - C		

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Razlaga učnih izidov lekcije
 - B. Učitelj predstavi vsebino modula 10
 - Katere odločitve je treba sprejeti pred uradno ustanovitvijo podjetja?
 - Katere pravne oblike podjetij obstajajo in kakšne so njihove prednosti in slabosti?
 - Kako nadaljevati z registracijo podjetja?
 - C. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
 - Video - Intervju s podjetnikom

9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v scenariju z razvejevanjem na temo pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja na Cipru. S to vajo želimo preveriti vaše znanje na podlagi kompetenc, ki ste jih pridobili med tem modulom. Vsako vprašanje skrbno preberite in izberite najustreznejši odgovor.

1. vprašanje: Svoje podjetje želite ustanoviti na Cipru. Katere odločitve morate sprejeti pred ustanovitvijo?

- a) Določiti ime in naslov sedeža podjetja.
- b) Nobene.



c) Ime in logotip podjetja.

Povratne informacije 1a: Odgovor je pravilen! Pred ustanovitvijo morate izbrati ime podjetja, ki je sprejeto na Cipru, podjetje pa mora imeti sedež v Republiki Ciper. Na sedež podjetja se pošiljajo vsa obvestila, na tem naslovu pa se vodijo tudi različne evidence podjetja ter druga dokumentacija.

Povratne informacije 1b: Nepravilno! Pred ustanovitvijo se morate odločiti za vrsto, ime, naslov, direktorje in tajnico, člane in delniški kapital, objekte, akt o ustanovitvi in statut podjetja.

Povratne informacije 1c: Nepravilno! Pred ustanovitvijo se morate odločiti za vrsto, ime, naslov, direktorje in tajnico, člane in delniški kapital, objekte, akt o ustanovitvi in statut podjetja.

2. vprašanje: Svoje podjetje želite ustanoviti prek spleta. Kako postopate?

a) Samo vstopite v sistem za elektronsko oddajo dokumentov.

b) Imenovani odvetnik vstopi v sistem za elektronsko oddajo dokumentov registra gospodarskih družb.

c) Oddate zapriseženo izjavo v sistem za elektronsko oddajo dokumentov registra gospodarskih družb.

Povratne informacije 2a: Odgovor ni pravilen. Postopek vključuje vas in vašega odvetnika.

Povratne informacije 2b: Pravilno! Skupaj z odvetnikom uredite vnos na platformi in začnete pripravljati potrebne dokumente.

Povratne informacije 2c: To ni pravilen odgovor. Zaprisežena izjava je zgolj eden od številnih dokumentov, ki jih morate predložiti.

3. vprašanje: Kateri dokumenti so zahtevani za oddajo spletne prijave?

a) Zaprisežena izjava (obrazec HE1)

b) Zaprisežena izjava (obrazec HE1), akt o ustanovitvi in statut podjetja

c) Obrazec HE1, akt o ustanovitvi in statut podjetja ter njegov prevod, uradna izjava priče o podpisih, plačilo.

Povratne informacije 3a: Deloma nepravilno. Zaprisežena izjava je eden od zahtevanih dokumentov.

Povratne informacije 3b: Deloma nepravilno. Oba dokumenta sta potrebna, a enega ste pozabili.

Povratne informacije 3c: Odlično! To so vsi dokumenti, ki so zahtevani za spletno oddajo.

4. vprašanje: Ali vaše podjetje zakonito ustanovljeno, ko prejmete akt o ustanovitvi?

a) Da.

b) Ne.

c) Da, a izpolniti morate še druge obveznosti.



Povratne informacije 4a: To ne drži popolnoma! Medtem ko akt o ustanovitvi označuje uraden začetek obstoja vašega podjetja, morate morda še vedno izpolniti drugo obveznost.

Povratne informacije 4b: Nepravilno. Akt o ustanovitvi je ključen dokument, ki potrjuje uspešno registracijo vašega podjetja pri pristojnih organih, v tem primeru registru gospodarskih družb na Cipru.

Povratne informacije 4c: Odlično! Ko enkrat prejmete akt o ustanovitvi na Cipru, je vaše podjetje zakonito ustanovljeno in uradno priznано s strani vlade. Poleg tega morate izpolniti druge obveznosti, kot so pridobitev ustreznih licenc, dovoljenj in davčna registracija, da bi delovali v celoti in v skladu z zahtevami na Cipru ali v katerem koli drugem pravnem redu.

Zaključek: Čestitke ob zaključku scenarija z razvejevanjem na temo pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja na Cipru! Pokazali ste, da razumete, katere odločitve mora podjetnik sprejeti pred uradno ustanovitvijo podjetja, katere pravne oblike podjetij obstajajo in kako podjetje registrirati. Zdaj morate samo še sami poskusiti uradno ustanoviti vaše nove podjetje.

10. OCENJEVANJE

Predstavljajte si, da morate ustanoviti podjetje na Cipru. Katere korake morate sprejeti, da to dosežete? Upoštevajte, kaj morate odločiti pred ustanovitvijo, kot sta ime in vrsta podjetja, in kateri dokumenti so potrebni za nadaljevanje registracije podjetja.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Setting Up a Sole Trader in Cyprus. (n.d.). [web log]. Retrieved February 21, 2023, from Setting Up a Sole Trader in Cyprus (lawyers-cyprus.com).

[2] (n.d.). Κατανοώντας την εταιρεία. Κλάδος Εταιρειών, Τμήμα Εφόρου Εταιρειών και Διανοητικής Ιδιοκτησίας. Κλάδος Εταιρειών, Τμήμα Εφόρου Εταιρειών και Διανοητικής Ιδιοκτησίας (companies.gov.cy)



MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _ GRČIJA

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Ustanovitev podjetja je kot začetek velike pustolovščine. To je pomemben korak in kot vsaka večja odločitev ima tudi sam nabor izzivov in nagrad. Vsak podjetnik, preden se odloči, mora sprejeti ključne odločitve, eden najbolj temeljnih pa je razumevanje pravnega okolja. Ne gre samo za odlično idejo ali izdelek; Gre tudi za pravilno nastavitev podjetja že od samega začetka."

Govoru sledi kratek uvod v učne in učne cilje:

Danes se osredotočamo na osnove in vijake ustanovitve podjetja v Grčiji. Razčlenili bomo razpoložljive pravne strukture, razpravljali o njihovih prednostih in slabostih ter korak za korakom hodili skozi postopek registracije. Do konca te seje boste imeli jasen načrt o tem, kako zakonito ustanoviti svoje podjetje v Grčiji, s čimer boste zagotovili, da boste, ko se odločite za začetek, že od samega začetka na trdnih tleh.

2. UČNI CILJI

- Razumeti odločitve podjetja pred ustanovitvijo.
- Seznanijo se s skupnimi pravnimi oblikami in merili za njihov izbor.
- Opredelite prednosti in slabosti vsake pravne oblike.
- Spoznajte postopke registracije v Grčiji.

3. UČNI IZIDI

- Sposobnost sprejemanja premišljenih odločitev pred ustanovitvijo podjetja.
- Znanje za izbiro najprimernejše pravne oblike za vaše podjetje.
- Temeljito razumevanje koristi in pasti vsake pravne oblike.
- Jasen načrt za registracijo podjetja v Grčiji.

4. UČNE METODE:

- Študija priporočene literature in internetnih virov
- Ocenjevanje znanja na podlagi rezultatov skupinske aktivnosti
- Ocenjevanje in usposobljenost za ustanovitev in registracijo podjetja.



5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (POVEZAVA S PODJETJEM ENTRE-COMP) ¹¹

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Prepoznavanje priložnosti
 4. Etično in trajnostno razmišljanje
- **Viri:**
 1. Mobilizacija drugih
 2. Mobilizacija virov
 3. Finančna in ekonomska pismenost
- **K dejanjem:**
 1. Prezem pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Spopadanje z dvoumnostjo, negotovostjo in tveganjem
 4. Delo z drugimi

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta
- Izročki o pravnih oblikah in postopku registracije
- Knjižica - študije primerov

7. OGREVANJE (15 MIN.)

1. Hitri kviz:

Navodila: Razdelite kratek kviz ali delite digitalno povezavo, če uporabljate spletno platformo. Ta kviz bo služil kot izhodišče za določitev trenutnega znanja študentov o tej temi.

Vzorčna vprašanja:

- a) Katera od naslednjih oblik družbe je skupna pravna oblika družbe v Grčiji?
- Družba z omejeno odgovornostjo (LLC)
 - Societe Anonyme (A.E.)

¹¹ <https://entre-comp.eu/>



- Delniška družba (PLC)
 - Samostojni podjetnik
- b) Zahteva glede ustanovnega kapitala za A.E (Societe Anonyme) je:
- 1.000 €
 - 10.000 €
 - 25.000 €
 - 50.000 €
- c) Katera pravna oblika je najbolj primerna za majhno podjetje z enim lastnikom?
- A.E. (delniška družba)
 - O.E. (splošno partnerstvo)
 - E.E. (komanditna družba)
 - E.Π.E. (zasebna družba)
- d) V katerem mestu je glavni urad za registracijo podjetij v Grčiji?
- Solun
 - Heraklion
 - Atene
 - Patras
- e) Kateri od naslednjih NI obvezen korak v postopku registracije podjetja?
- Pridobitev davčne številke.
 - Odpiranje bančnega računa podjetja.
 - Oglaševanje podjetja v lokalnem časopisu.
 - Registracija pri Gospodarski zbornici.

2. Seja skupne rabe:

- **Nastavitev:** razporedite sobo v krog ali uporabite ločene sobe, če imate vzpostavljeno povezavo. To spodbuja odprtost in zagotavlja, da so vsi vizualno dostopni.
- **Navodila:** »Zdaj si bomo vzeli nekaj minut, da bodo vsi delili nekaj o sebi. Prosimo, predstavite se, opišite vse podjetniške želje, ki jih morda imate, in navedite eno stvar, za katero upate, da se boste naučili ali pridobili z današnjo sejo.»
- **Vodena skupna raba:** Začnite sejo tako, da se predstavite in odgovorite na ista vprašanja, da nastavite ton in vsem omogočite udobje. Kot deli vsak učenec, poskrbite, da boste iz lekcije priznali svoje želje in pričakovanja. To ne samo, da se počutijo slišane, ampak vam tudi pomaga, da razred prilagodite v realnem času, da odpravite njihove pomisleke.



- Ko končate, uporabite informacije, zbrane v kvizu in skupni seji, da prilagodite svoj pristop med predstavitvijo, pri čemer poudarite področja, kjer učenci nimajo znanja ali so pokazali veliko zanimanje.

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Razlaga učnih izidov lekcije
 - B. Učitelj predstavi vsebino modula 10
 - Katere odločitve je treba sprejeti pred uradno ustanovitvijo podjetja?
 - Katere pravne oblike podjetij obstajajo in kakšne so njihove prednosti in slabosti?
 - Kako nadaljevati z registracijo podjetja?
 - C. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
 - Video - Intervju s podjetnikom

9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Nastavitev: Razdelite učence v majhne skupine in vsakemu zagotovite knjižico scenarijev ali povezavo do spletne interaktivne platforme, če je na voljo. Vsaka odločitev, ki jo bodo sprejeli, jih bo pripeljala do novega sklopa izzivov.

Scenarij: »Odločili ste se, da ustanovite podjetje v Grčiji. Kaj boste naredili naprej?«

Začetek: Imate inovativno idejo za spletno tržnico, ki povezuje lokalne grške obrtnike s svetovnimi potrošniki. Začetno financiranje znaša 15 000 evrov.

Odločba Točka 1: Izbira pravne oblike

- a) A.E. (Societe Anonyme)
- b) E.Π.E. (zasebna družba)
- c) E.E. (komanditna družba)

Izzivi:

- Za A.E.: Kako boste z uresničitvijo minimalne kapitalske zahteve v višini 25 000 EUR premostili vrzel v financiranju?
- Za ε.π.ε.: Izvedeli ste, da je birokratski proces precej racionaliziran, vendar potencialni vlagatelj daje prednost strukturam A.E. Kako ga prepričate?
- Za ε.E.: Vaš poslovni partner okleva glede osebnih obveznosti. Kako boste to rešili?

Točka odločanja 2: Koraki za registracijo podjetja

- a) Registracija pri Gospodarski zbornici.



- b) Odpiranje bančnega računa podjetja.
- c) Pridobitev davčne številke.

Izzivi:

- Za gospodarsko zbornico: uradnik vas obvesti o tritedenski zamudi zaradi zaostanka. Kako krmarite po tej zamudi, ne da bi to vplivalo na časovnico zagona?
- Za bančni račun: Banka zahteva dodatno dokumentacijo o vašem poslovnem načrtu in napovedih. Kako jih pripravite?
- Za davčno identifikacijo: Lokalni davčni urad zahteva dokazilo o fizičnem pisarniškem prostoru. Kako boste to zagotovili?

Odločitev Točka 3: Prva poslovna ovira

- a) Ključni dobavitelj (obrtnik) odstopi le nekaj tednov pred lansiranjem.
- b) Konkurent napoveduje podobno platformo.
- c) Vaše spletno mesto se sooča z varnostnimi izzivi.

Izzivi:

- Za opustitev dobavitelja: Ali odlašate z zagonom, poiščete hitro zamenjavo ali nadaljujete brez njih?
- Za konkurenta: Ali spreminjate svojo marketinško strategijo, iščete partnerstvo ali razlikujete svoje storitve?
- Za varnostna vprašanja: Ali najamete zunanje podjetje za kibernetično varnost, odložite zagon, dokler težave niso odpravljene, ali nadaljujete z izjavami o omejitvi odgovornosti?

Zaključek: Ko se učenci pomikajo po scenariju in točkah odločanja, se ponovno sestanejo in razpravljajo o odločitvah, ki jih sprejme vsaka skupina, razlogih za njihove odločitve in rezultatih. To bo omogočilo celovito razumevanje zapletenosti ustanavljanja podjetja v Grčiji in pomembnosti pripravljenosti na različne izzive.

10. OCENJEVANJE

Povratne informacije skupine o dejavnosti

Ta segment je zasnovan tako, da spodbuja reflektivno razpravo o dejavnosti skupine.

Navodila:

1. **Povzetek:** Začnite tako, da vsaka skupina na kratko povzame odločitve, ki so jih sprejeli med skupinsko dejavnostjo, in rezultate, s katerimi so se srečali.
2. **Točke razprave:**
 - Ali so bili kakšni posebni izzivi, s katerimi se je spopadalo več skupin? Če da, zakaj?



- Na katere pravne oblike se je večina skupin nagibala in kateri so bili glavni razlogi za te odločitve?
- Ali so bili sprejeti kakšni nepričakovani rezultati ali rezultati odločitev?
- Kako se je scenarij uskladił z vsebino lekcije in dejanskimi posledicami ustanovitve podjetja v Grčiji?

3. Odras:

- Prosite študente, naj delijo, kaj bi lahko storili drugače, če bi imeli še eno priložnost v scenariju.
- Pogovorite se o pomenu priprave, raziskovanja in prilagodljivosti ob soočanju z izzivi pri ustanavljanju podjetja.

Sejo zaključite s poudarkom na ključnih spoznanjih in pomenu praktične uporabe znanja v podjetniških podvigih.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Enterprise Greece, Invest & Trade, Setting up a Company in Greece, Athens
<https://www.enterprisegreece.gov.gr/images/public/pdf-files/Setting-up-a-Company-in-Greece.pdf>

[2] Uradno spletno mesto Ministrstva za razvoj in investicije, How to register a Business in Greece
<https://www.gov.gr/en/sdg/starting-running-and-closing-business/registering-changing-legal-form-of-or-closing-business/general/how-to-start-business-in-greece/>

[3] Uradno spletno mesto Ministrstva za razvoj in investicije
<https://www.mindev.gov.gr/?lang=en>

[4] Your Confidence Accounting & Advisory, Doing Business in Greece, Athens
https://www.yourc.gr/files/YC_Doing-Business-in-Greece.pdf

[5] Uradno spletno mesto Britansko-grške gospodarske zbornice, Establishment of a Limited liability

company in Greece <https://www.bhcc.gr/el/nea/nea-tou-epimelththriou/77-english/useful-info/168-systash-etaireias-epe-sthn-ellada>

Nadaljnja branje:

[1] "Business Law in Greece" by K. D. Kerameus and Phaedon J. Kozyris

[2] "Establishing a Company in Europe" by The European Union Chamber of Commerce



- [3] *"Entrepreneurship in Greece: A Critical Analysis"* by Ioannis N. Katsikis
- [4] *"Doing Business in Greece: Navigating the Mediterranean Business Culture"* by George S. Georgiades
- [5] *"Greek Company Law"* by Konstantinos Sergakis
- [6] *"The Business Environment in Southern Europe: A Regional Perspective"* by Dimitris Katsikas, Dimitris A. Sotiropoulos, and Maria Zafiropoulou



MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _ ITALIJA

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Vsak potencialni podjetnik se sooča z dvema ključnima dilemama. Kdaj ustanoviti podjetje in kakšno pravno obliko izbrati, da bi dosegli optimalen uspeh in izkoristili pravno obliko, odvisno od vrste podjetja in strank, s katerimi bodo poslovali.

Kot bodoči podjetniki je ključnega pomena, da razumete pravne vidike ustanovitve podjetja in da lahko primerjate različne poslovno pravne strukture, preučite prednosti in slabosti vsake vrste.

Poleg tega morate za ustanovitev podjetja poznati vse postopke in korake za registracijo vašega podjetja, kje in kako to storiti.

Če želite biti uspešen podjetnik, morate biti pripravljeni, obveščeni in odgovorni!"

Govoru sledi kratek uvod v učne in učne cilje:

Vsebina lekcije predstavlja odločitve, ki jih mora podjetnik sprejeti pred registracijo podjetja, ključne pravne oblike za start-upe/začetnike, prednosti in slabosti vsakega tipa in strukture podjetja ter postopke registracije podjetja v Italiji. Na koncu vsake enote boste našli konkretne primere in vaje, s katerimi boste preizkusili svoje znanje in razumevanje obravnavanih tem.

2. UČNI CILJI

- Odkrijte odločitve, ki jih mora podjetnik sprejeti pred formalno ustanovitvijo podjetja.
- Razumeti, kakšne pravne oblike podjetij obstajajo, njihove prednosti in slabosti.
- Spoznajte postopke za registracijo podjetja v Italiji.

3. UČNI REZULTATI

- Razumevanje ključnih odločitev pred uradno ustanovitvijo podjetja.
- Predstaviti najpogostejše pravne oblike za zagon podjetja, njihove prednosti in slabosti.
- Izbrati najustreznejšo obliko za lastno podjetje.
- Znati registrirati podjetje v Italiji, vedeti kje in kako to urediti.



4. UČNE METODE:

- Študija priporočene literature in internetnih virov
- Ocena znanja na podlagi rezultatov podružnic B-ECO
- Vrednotenje in sposobnost za ustanovitev in registracijo podjetja

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ¹²

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Etično in trajnostno razmišljanje
- **Viri:**
 1. Mobilizacija drugih
 2. Mobilizacija virov
 3. Finančna in ekonomska pismenost
- **K dejanjem:**
 1. Prezem pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Spopadanje z dvoumnostjo, negotovostjo in tveganjem
 4. Delo z drugimi

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

A. Uskladite odkrivanje pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja:

Navodila: Povlecite besede iz desnega stolpca v ustrezne definicije v levem stolpcu.

¹² <https://entre-comp.eu/>



1. stolpec: DEFINICIJE	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: BESEDE
A. Samozaposleni, ki opravlja »intelektualno« delo.		1. Partnerstvo
B. Vrsta klasifikacije, ki jo je sprejel ISTAT in ki določa dejavnosti, s katerimi se lahko ukvarjajo podjetja.		2. Samostojni podjetnik
C. Podjetje s prilagodljivo strukturo z minimalnim osnovnim kapitalom 10.000 evrov.		3. Oseba v svobodnem poklicu
D. Pravni subjekt, opredeljen kot oseba različnih partnerjev, ki prevzemajo tako pravice kot obveznosti, ki izhajajo iz poslovne dejavnosti.		4. Družba z omejeno odgovornostjo
E. Fizična oseba, ki samostojno opravlja pridobitno dejavnost na trgu.		5. Klasifikacija ATECO
Pravilni odgovor: Partnerstvo - D Samostojni podjetnik - E Oseba v svobodnem poklicu - A Družba z omejeno odgovornostjo - C Klasifikacija ATECO - B		

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Razlaga učnih izidov lekcije
 - B. Učitelj predstavi vsebino modula 10
 - Katere odločitve je treba sprejeti pred uradno ustanovitvijo podjetja?
 - Katere pravne oblike podjetij obstajajo in kakšne so njihove prednosti in slabosti?
 - Kako nadaljevati z registracijo podjetja?
 - C. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
 - Video - Intervju s podjetnikom

9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v scenariju z razvejevanjem na temo pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja v Italiji. S to vajo želimo preveriti vaše znanje na podlagi kompetenc, ki ste jih pridobili med tem modulom. Vsako vprašanje skrbno preberite in izberite najustreznejši odgovor.



1. vprašanje: Svoje podjetje želite ustanoviti v Italiji. Kaj morate opredeliti v povezavi z aktivnostmi, s katerimi se lahko ukvarja vaše podjetje?

- a) Ni posebnih zahtev.
- b) Klasifikacija ATECO.
- c) Ime in sedež podjetja.

Povratne informacije 1a: Odgovor ni pravilen! Za ustanovitev podjetja v Italiji morate izpolniti nekaj zahtev (na primer opredeliti ime podjetja, sedež itd.), vključno s klasifikacijo ATECO, ki je vrsta klasifikacije, potrebna za določitev dejavnosti, ki jih lahko podjetje opravlja.

Povratne informacije 1b: Pravilno! Za ustanovitev podjetja v Italiji morate imeti klasifikacijo ATECO, ki določa dejavnosti, ki jih lahko opravlja vaše podjetje.

Povratne informacije 1c: Nepravilno! Ime in sedež podjetja sta dve pomembni zahtevi pri ustanavljanju podjetja. A zapomnite si naslednje. Če ustanovite podjetje v Italiji, morate imeti klasifikacijo ATECO, ki določa dejavnosti vašega podjetja.

2. vprašanje: Pravkar ste se registrirali kot odvetnik in želite začeti opravljati svoj posel. Katere pravno obliko bi bilo dobro izbrati?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Samozaposleni delavec (oseba v svobodnem poklicu)
- c) Družba z omejeno odgovornostjo

Povratne informacije 2a: Odgovor ni pravilen. Samostojni podjetnik se nanaša na vse, ki samostojno opravljajo dejavnost obrtnika (torej na tiste, ki opravljajo delo ročno) ali trgovca (tisti, ki kupujejo in ponovno prodajajo blago in storitve).

Povratne informacije 2b: Pravilno! Samozaposleni delavci ali osebe v svobodnem poklicu so tiste osebe, ki so vpisane v poklicni register in opravljajo »intelektualno« delo.

Povratne informacije 2c: To ni pravilen odgovor. V družbi z omejeno odgovornostjo je v postopku sprejemanja odločitev vključenih več partnerjev.

3. vprašanje: Želite ustanoviti podjetje kot edini lastnik in imeti popoln nadzor nad odločanjem. Katere pravno obliko bi bilo dobro izbrati?

- a) Družba z omejeno odgovornostjo
- b) Partnerstvo
- c) Samostojni podjetnik

Povratne informacije 3a: Ne, družba z omejeno odgovornostjo lahko ima več lastnikov in deljeno sprejemanje odločitev.

Povratne informacije 3b: Nepravilno. Partnerstvo vključuje več partnerjev, ki si delijo pravice in obveznosti na podlagi poslovne dejavnosti.



Povratne informacije 3c: Odlično! Samostojni podjetnik se nanaša na posameznega podjetnika s samostojnim lastništvom in popolnim nadzorom nad odločanjem.

4. vprašanje: Ste električar, nimate začetnega kapitala in svoj posel opravljate v manjšem obsegu. Katero pravno obliko bi bilo dobro izbrati?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z omejeno odgovornostjo
- c) Partnerstvo

Povratne informacije 4a: Odlično! Samostojni podjetnik je pravna oblika, ki je še posebej primerna za tiste podjetnike, ki potrebujejo začetni kapital in svoje delo opravljajo v manjšem obsegu ter večinoma s fizičnimi strankami.

Povratne informacije 4b: Nepravilno. Družba z omejeno odgovornostjo lahko vključuje več kot enega partnerja in zahteva minimalni osnovni kapital v višini 10.000 evrov.

Povratne informacije 4c: To ni pravilen odgovor. Partnerstvo ne zahteva minimalnega osnovnega kapitala, vendar ima več kot enega partnerja.

5. vprašanje: Če želite ustanoviti obliko samostojni podjetnik, katerega od spodnjih treh korakov morate narediti?

- a) Osebn obiskati določen pristojni urad.
- b) Predložiti najmanj dve sporočili pristojnemu registru gospodarskih družb.
- c) Predložiti eno sporočilo v elektronski obliki pristojnemu registru gospodarskih družb.

Povratne informacije 5a: Ne, za ustanovitev oblike samostojni podjetnik je treba pristojnemu registru gospodarskih družb izključno elektronsko predložiti ustrezno sporočilo.

Povratne informacije 5b: To ni pravilen odgovor. Za ustanovitev oblike samostojni podjetnik je treba pristojnemu registru gospodarskih družb predložiti zgolj eno ustrezno sporočilo in to izključno elektronsko.

Povratne informacije 5c: Pravilno! Za ustanovitev oblike samostojni podjetnik morate predložiti eno elektronsko sporočilo pristojnemu registru gospodarskih družb, s čimer se lahko izpolnijo formalnosti, ki so potrebne za ustanovitev vašega podjetja z enkratno registracijo.

Zaključek: Čestitke za dokončanje scenarija razvejanosti pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja v Italiji. Pokazali ste svoje razumevanje, kakšne odločitve mora podjetnik sprejeti pred formalno ustanovitvijo podjetja, kakšne pravne oblike podjetij obstajajo in kako jih registrirati. Zdaj morate le poskusiti formalno ustanoviti novo podjetje!



10. OCENJEVANJE

Želite uradno ustanoviti lastno podjetje:

1. Določite ime, sedež in dejavnosti vašega podjetja.
2. Preverite ime, ki ste ga izbrali [Registro Imprese | I dati Ufficiali della Camera di Commercio](#).
3. Izberite najprimernejšo pravno obliko za vaše podjetje.
4. Preverite ime podjetja in dejavnosti v podatkovni bazi »digitalna škatla podjetnikov«. [Il cassetto digitale dell'imprenditore \(italia.it\)](#).

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

- [1] Unioncamere. (2023). Pridobljeno na [Cos'è SPID \(italia.it\)](#)
- [2] Italijanska gospodarska zbornica. (2023). Pridobljeno na [Registro Imprese | I dati Ufficiali della Camera di Commercio](#)
- [3] Studio Ferrari. (2023). Pridobljeno na [TYPES OF COMPANIES IN ITALY: CHARACTERISTICS AND TAXATION - STUDIO LEGALE E COMMERCIALE FERRARI & ASSOCIATI ROMA \(studioferrari.com\)](#)
- [4] University 2 Business. (2023). Pridobljeno na [Faccio una startup: come scegliere il tipo di società \(onlus, srl, srls, ditta individuale...\) \(university2business.it\)](#)
- [5] Italijanska gospodarska zbornica. (2023). [Pridobljeno na Società di persone e di capitale | Registro Imprese](#)
- [6] Unioncamere. (2023). Pridobljeno na [Home - impresainungiorno.gov.it](#)
- [7] Depositi e Istanze, Registro Imprese. (2023). Pridobljeno na [DIRE - Depositi e Istanze Registro Imprese](#)
- [8] Infocamere. (2023). Pridobljeno na [FedraPlus e plug-in \(infocamere.it\)](#)



MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _POLJSKA

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Začetek poslovanja je za mnoge ljudi zelo pomemben - prelomnica v njihovi karieri in celo v celotnem življenju. Registracija podjetja ni ena najtežjih nalog. Pri odpiranju podjetja je treba veliko več pozornosti nameniti vprašanju sprejemanja pomembnih odločitev. Sprejete odločitve bodo ključno vplivale na učinkovito delovanje novega podjetja.

Poglejmo torej, kako ustanoviti podjetje in kaj to vključuje."

Govoru sledi kratek uvod v učne in učne cilje:

Vsak potencialni podjetnik se sooča z dvema ključnima dilemama. Kdaj ustanoviti podjetje in kakšno pravno obliko izbrati, da dosežemo optimalen uspeh in izkoristimo pravno obliko, odvisno od vrste podjetja in strank, s katerimi bo posloval. Vsebina modula prikazuje odločitve, ki jih mora podjetnik sprejeti pred registracijo podjetja, dve ključni pravni obliki za start-upe/začetnike, prednosti in slabosti vsakega ter postopke registracije podjetja na Poljskem.

2. UČNI CILJI

- Razumevanje ključnih odločitev pred formalno ustanovitvijo podjetja
- Seznanitev z najpogostejšimi pravnimi oblikami za ustanovitev lastnega podjetja in izbiro ustrezne oblike.
- Prepoznavanje prednosti in slabosti vsake pravne oblike podjetja
- Spoznavanje kje in kako registrirati podjetje.

3. UČNI REZULTATI

- Razumeti razlike med posameznimi oblikami podjetij.
- Spoznajte ključne značilnosti ustanovitve podjetja na Poljskem.
- Prepoznavajte prednosti in slabosti samostojnega podjetnika in LLC.
- Vedite, kako izbrati ime podjetja.



4. UČNE METODE:

- Študija priporočene literature in internetnih virov
- Ocena znanja na podlagi rezultatov podružnic B-ECO
- Vrednotenje in sposobnost za ustanovitev in registracijo podjetja

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ¹³

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Ustvarjalnost
- **Viri:**
 1. Motivacija in vztrajnost
 2. Samozavedanje in samoučinkovitost
 3. Mobilizacija virov
- **K dejanjem:**
 1. Prezem pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Spopadanje z dvoumnostjo, negotovostjo in tveganjem
 4. Delo z drugimi

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

A. Povlecite besede: samostojni podjetnik

Navodila: Povlecite besede in jih postavite na ustrezno mesto.

V primeru samostojnega _____ mora ime vsebovati najmanj _____ ustanovitelja. To je potrebno za to, da lahko drugi poslovni _____ jasno prepoznajo, kdo vodi določeno podjetje. K imenu in priimku je mogoče dodati druge elemente, ki opisujejo vaš _____ profil. Podjetje lahko registrirate, ko dopolnite _____ let, torej kot odrasla oseba, ki je v celoti odgovorna za svoja

¹³ <https://entre-comp.eu/>



dejanja in ima sposobnost odločanja. Svoje podjetje morate _____ pri Centralnem registru poslovnih dejavnosti in podatkov – CEIDG.

Ključ za odgovor:

1. Trgovec
2. Ime
3. Udeleženci
4. Posel
5. osemnajst
6. Registrirajte se

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Razlaga učnih izidov lekcije
 - B. Učitelj predstavi vsebino modula 10
 - Razlike med posameznimi oblikami družb
 - Ključne značilnosti ustanovitve podjetja na Poljskem
 - Prednosti in slabosti samostojnega podjetnika in d.o.o.
 - Kako izbrati ime podjetja
 - C. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
 - Video - Intervju s podjetnikom
(<https://www.youtube.com/watch?v=vT6zycAMjv0&t=1018s>)

9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v razvejanem scenariju pustolovščine z ustanovitvijo podjetja na Poljskem. Ta vaja je namenjena preizkušanju vašega znanja in sposobnosti odločanja glede pravnih oblik različnih situacij. Pozorno preberite vsako vprašanje in izberite najprimernejši odgovor.

1. vprašanje: Kaj je značilno za obliko samostojni podjetnik "?"

- a) Za ustanovitev oblike samostojni podjetnik moramo biti stari 20 let.
- b) Davčna olajšava za prvi dve leti.
- c) Lastnik ima omejeno odgovornost za obveznosti podjetja.

Povratne informacije 1a: Odgovor ni pravilen. Za ustanovitev oblike samostojni podjetnik moramo biti stari najmanj 18 let.



Povratne informacije 1b: Dobra izbira! V prvih dveh letih je ustanovitelj upravičen do davčne olajšave.

Povratne informacije 1c: To ni pravilen odgovor. V resnici je popolnoma drugače. Lastnik ima neomejeno odgovornost za obveznosti podjetja.

2. vprašanje: Kaj so ključne značilnosti družbe z omejeno odgovornostjo?

- a) Celovito računovodstvo.
- b) Vsi člani so osebno odgovorni za vse obveznosti podjetja.
- c) Začetni kapital ni zahtevan.

Povratne informacije 2a: Dober odgovor! Zagotovo, družba z omejeno odgovornostjo mora voditi celovito računovodstvo oziroma zagotavljati računovodstvo za vse operacije, izvedene v skladu z računovodskimi načeli.

Povratne informacije 2b: Nepravilen odgovor! V tovrstnem podjetju ne odgovarjate osebno za obveznosti podjetja.

Povratne informacije 2c: To ni pravilen odgovor. Minimalni zahtevani kapital za ustanovitev družbe z omejeno odgovornostjo je 5.000 PLN.

3. vprašanje: Kaj so slabosti družbe z omejeno odgovornostjo?

- a) Ni potrebe po plačilu ZUS (če sta najmanj dva partnerja v podjetju)
- b) Preprosto zbiranje kapitala
- c) Dvojna obdavčitev

Povratne informacije 3a: Ne drži! Da ni potrebe po plačilu ZUS s strani družbe z omejeno odgovornostjo je lepa prednost.

Povratne informacije 3b: Nepravilen odgovor! Preprosto zbiranje kapitala je zagotovo velika prednost družbe z omejeno odgovornostjo.

Povratne informacije 3c: Odlično! Za ustanovitelja podjetja ni hujšega kot dvojna obdavčitev.

4. vprašanje: Kako ustanoviti podjetje na Poljskem?

- a) To je treba urediti osebno na ustreznem uradu.
- b) Izpolniti je treba obrazec CEIDG.
- c) Vlogo je mogoče priporočeno poslati tudi v katerikoli občinski urad z običajnim podpisom vlagatelja.

Povratne informacije 4a: Nepravilno. To lahko uredimo tudi prek spleta, ampak vlogo moramo opremiti s kvalificiranim elektronskim podpisom.

Povratne informacije 4b: Pravilno. Vaš prvi korak pri ustanavljanju podjetja je izpolnjevanje obrazca CEIDG.

Povratne informacije 4c: Nepravilno! Vlogo je mogoče oddati s priporočenim pismom, vendar mora biti v tem primeru podpis vlagatelja overjen pri notarju.



Zaključek: Čestitke ob zaključku scenarija z razvejevanjem na temo informacij v povezavi z ustanavljanjem pravnih oblik podjetij na Poljskem. Pokazali ste razumevanje značilnosti posameznih oblik podjetij in tega, kako ustanoviti podjetje.

10. OCENJEVANJE

Izvedba predprijave preko spletnega portala.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. str. 10-285.

[2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. str. 15-38 .

[3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.

[4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. www.delajvitko.si.

[5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.

[6] Sushanta Maiti (2021); »What is Entrepreneurship? Definition, 5 Types, 5 Scopes, Characteristics, 5 Importance«; https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship

[7] Indeed Editorial Team (2021); »12 Pros and Cons of Being an Entrepreneur«; <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _PORTUGALSKA

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Dobrodošli v modulu "Pravne oblike in postopki za ustanovitev podjetja na Portugalskem". Ta obsežen modul je bil premišljeno oblikovan, da vas opremi z znanjem in viri, potrebnimi za vodenje skozi zapleten proces ustanovitve podjetja na Portugalskem. V svetu, kjer podjetništvo in inovacije uspevajo, je razumevanje pravnega okvira za ustanavljanje podjetij ključni nabor spretnosti za naslednjo generacijo.

Do konca tega modula ne boste le dobro razumeli pravnih zapletenosti ustanovitve podjetja na Portugalskem, temveč boste tudi bolj opremljeni za sprejemanje premišljenih odločitev, ki lahko določijo smer za vašo podjetniško pot."

Govoru sledi kratek uvod v učne in učne cilje:

Ta modul je sestavljen iz treh enot, od katerih je vsaka namenjena obravnavi kritičnih vidikov ustanovitve podjetja na Portugalskem:

V prvi enoti boste raziskali ključne odločitve, ki jih morajo ambiciozni podjetniki sprejeti, preden se lotijo formalne ustanovitve podjetja. Od izbire pravega poslovnega koncepta do določitve ustrezne pravne strukture bodo študenti dobili vpogled v temeljne odločitve, ki lahko pomembno vplivajo na prihodnost njihovega poslovanja.

Druga enota preučuje pravne oblike družb, ki so na voljo na Portugalskem, in zagotavlja informacije o vsaki možnosti ter njenih prednostih in slabostih. Študenti se bodo naučili krmariti po kompleksnosti izbire najprimernejše pravne strukture za svoja podjetniška prizadevanja.

V končni enoti boste študente vodili skozi praktične korake v postopku registracije podjetja na Portugalskem. Od priprave potrebne dokumentacije do interakcije z vladnimi agencijami je cilj te enote demistificirati pogosto zastrašujoč proces formalizacije poslovnega subjekta. Kot izobraževalci je vaša vloga pri oblikovanju prihodnosti poslovnih vodij in podjetnikov ključnega pomena. Ta modul služi kot dragocen vir, ki vam bo omogočil posredovanje kritičnega znanja in opolnomočenje študentov, da samozavestno krmarijo po pravnem okolju poslovne ustanove.



2. UČNI CILJI

- Opredelite vrste lastniških struktur podjetij in zahtevane dejavnike
- Določite najboljšo pravno strukturo za dano poslovno idejo
- Razumeti davčne zahteve za različne pravne strukture
- Opredelite korake in dokumente, potrebne za spletno registracijo podjetja

3. UČNI IZIDI

- Seznajte se s ključnimi odločitvami, preden formalno ustanovite podjetje.
- Spoznajte najpogostejše pravne oblike za ustanovitev lastnega podjetja in znajte izbrati ustrezen obrazec.
- Opredelite prednosti in slabosti vsake pravne oblike.
- Vedite, kje in kako registrirati podjetje.

4. UČNE METODE:

- Študija priporočene literature in internetnih virov
- Ocena znanja na podlagi rezultatov podružnic B-ECO
- Vrednotenje in sposobnost za ustanovitev in registracijo podjetja

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ¹⁴

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Etično in trajnostno razmišljanje
- **Viri:**
 1. Mobilizacija virov
 2. Finančna in ekonomska pismenost
 3. Mobilizacija drugih
- **K dejanjem:**
 1. Prezem pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Spopadanje z dvoumnostjo, negotovostjo in tveganjem

¹⁴ <https://entre-comp.eu/>



6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

A. Povlecite besede - Definicije pravnih oblik:

Navodila: Povežite besede iz stolpca na desni z ustreznimi definicijami v stolpcu na levi.

1. stolpec: DEFINICIJE	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: BESEDE
A. Podjetje, v katerem je odgovornost njegovih članov omejena na njihov vložek v podjetje. Nudi večjo zaščito osebnega premoženja lastnikov.		1. Samostojni podjetnik
B. Podjetje z delnicami, s katerimi se javno trguje, kar mu omogoča zbiranje kapitala od javnosti. Delničarji imajo omejeno odgovornost.		2. Partnerstvo
C. Podjetje, ki ga ima v lasti in upravlja samo en posameznik. Lastnik ima neomejeno odgovornost za dolgove podjetja.		3. Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
D. Podjetje v lasti in pod upravljanjem dveh ali več posameznikov, ki si delijo tako dobiček kot odgovornosti podjetja.		4. Delniška družba (d.d.)
Pravilni odgovor: Samostojni podjetnik - C Partnerstvo - D Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.) - A Delniška družba (d.d.) - B		

8. PREDSTAVITVENI MODUL 10 (35 MIN.)

- Power point predstavitev za enoto 10.1 + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.

A. Obrazložitev učnih izidov modula 10

B. Učitelj predstavi vsebino enote 10.1

- Kako izbrati ime podjetja?
- Določite predstavnika podjetja
- Določite registrirani sedež podjetja
- Dejavnosti podjetja



C. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:

- Video - Intervju s podjetnikom (<https://empreendedores.pt/rafael-ferreira/>)

9. PREDLAGANE AKTIVNOSTI

Razmislek o tem, kakšno ime dati podjetju, z navedbo primerov, ki upoštevajo naslednje: spomin, priznanje in vsečnost. V primeru, da študenti nameravajo poslovati na tujih trgih, jih spomnite, da je treba preveriti, ali ima izbrano ime "PODJETJE" kakšen pomen v jeziku ali slengu zadevne države, poleg dejstva, da je za tiste, ki želijo biti "samostojni podjetniki" ime podjetja na Portugalskem, mora vsebovati ime in priimek ustanovitelja.

Ko je ime izbrano, morajo učenci preveriti njegov obstoj z uporabo storitev spletnega registra podjetij/komercialnih registrov (<https://eportugal.gov.pt>).

Poleg navedbe imena podjetja, razen če se namerava registrirati kot samostojni podjetnik, morajo učenci imenovati direktorja podjetja ter pred ustanovitvijo podjetja vzpostaviti sedež in poslovni naslov.

Nazadnje morajo učenci prej opredeliti dejavnosti podjetja z uporabo SOP - Service for Economic Activity (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empreendedor>), ki navaja vse možne dejavnosti, s katerimi se podjetja lahko ukvarjajo in ali so te regulirane ali ne.

10. OCENJEVANJE

Učenci morajo določiti ime, sedež in dejavnosti podjetja. Preverite ime podjetja na spletnih storitvah za družbe/poslovni register (<https://eportugal.gov.pt>) in dejavnosti v podatkovni zbirki SOP (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empreendedor>).

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Empreendedores (20. avgust 2019). Kako je iz osebne potrebe zrasla nepremičninska skupina... pri 21 letih. Videoposnetek. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=f86nW8tR9B4&t=25s>

[2] Empreendedores. (20. avgust 2019). How a personal need gave rise to a real estate group... at age 21, pridobljenoi na <https://empreendedores.pt/>



[3] Portal portugalske javne službe. (n.d.). Spletni Register gospodarskih družb/Poslovni register na <https://eportugal.gov.pt/espaco-empresa/empresa-online>

[4] Portal portugalske javne službe. (n.d.). <https://eportugal.gov.pt>

[5] Portugalske pravne službe. (2. marec 2022). Vzpostavljanje podjetja postaja vse bolj preprosto, hitro in udobno. Storitve Empresa na Hora zmanjša birokracijo in poenostavi postopek, pridobljeno na <https://justica.gov.pt/Servicos/Empresa-na-Hora>

[6] Portal portugalske javne službe. (n.d.). Podpora podjetniku/Služba za gospodarske dejavnosti, pridobljeno na <https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empreeendedor>

13. PREDSTAVITVENA ENOTA 10.2 (35 MIN.)

- Power point predstavitev za enoto 10.2 + praktični primeri.
 - Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
- A. Učitelj predstavi vsebino enote 10.2
- Najpogostejše pravne oblike podjetij na Portugalskem
 - Samostojni podjetnik posameznik ali neodvisni strokovnjak
 - Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
 - Razlike med samostojnim podjetnikom in družbo z omejeno odgovornostjo na Portugalskem
- B. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
- Videoposnetek - registracija podjetja
(<https://www.youtube.com/watch?v=FxilpnEJ02M>)

14. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v scenariju z razvejevanjem na temo pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja na Portugalskem. Ta vaja je zasnovana za preverjanje vašega znanja in sposobnosti odločanja v povezavi z ustreznimi pravnimi oblikami različnih situacij. Vsako vprašanje skrbno preberite in izberite najustreznejši odgovor.

1. vprašanje: Kaj je najpogostejša pravna oblika za ustanovitev malega podjetja na Portugalskem?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
- c) Delniška družba (d.d.)

Povratne informacije 1a: Odgovor ni pravilen. Medtem ko je samostojni podjetnik pravna oblika, pa ni najbolj pogosta izbira, ko gre za ustanovitev malega podjetja na Portugalskem.



Povratne informacije 1b: Dobra izbira! Najpogostejša pravna oblika za ustanovitev malega podjetja na Portugalskem je družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.). Zagotavlja zaščito odgovornosti in je primerna za več lastnikov.

Povratne informacije 1c: To ni pravilen odgovor. Medtem ko je delniška družba (d.d.) pravna oblika, pa ni najbolj pogosta izbira, ko gre za ustanovitev malega podjetja na Portugalskem.

2. vprašanje: Vi in vaš partner želite ustanoviti tehnološko zagonsko podjetje in omejiti osebno odgovornost. Katero pravno obliko bi bilo dobro izbrati?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
- c) Delniška družba (d.d.)

Povratne informacije 2a: Nepravilno. Oblika samostojni podjetnik ne nudi zaščite osebne odgovornosti. Razmislite o drugi možnosti.

Povratne informacije 2b: Odlično! Da bi omejili osebno odgovornost, morate izbrati družbo z omejeno odgovornostjo (d.o.o.). Ta pravna oblika zagotavlja ločeno pravno osebo za podjetje in ščiti osebno premoženje.

Povratne informacije 2c: To ni pravilen odgovor. Delniška družba (d.d.) ni najbolj primerna pravna oblika za omejevanje osebne odgovornosti v tehnološkem zagonskem podjetju.

3. vprašanje: Načrtujete, da boste delnice ponudili javnosti in z njimi trgovali na borzi. Katera pravna oblika je primerna za to?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
- c) Delniška družba (d.d.)

Povratne informacije 3a: Ne, samostojni podjetnik ne more ponuditi delnic javnosti ali z njimi trgovati na borzi. Izberite drugo možnost.

Povratne informacije 3b: Nepravilno. Delniška družba (d.d.) ne more ponuditi delnic javnosti ali z njimi trgovati na borzi. Razmislite o drugi pravni obliki.

Povratne informacije 3c: Odlično! Če načrtujete, da boste delnice ponudili javnosti in z njimi trgovali na borzi, morate izbrati delniško družbo (d.d.). Omogoča večje možnosti za zbiranje kapitala in javno trgovanje z delnicami.

4. vprašanje: Vi in vaš partner želite enako moč pri sprejemanju odločitev in soudeležbo pri dobičku. Katera pravna oblika je ustrezna?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
- c) Delniška družba (d.d.)

Povratne informacije 4a: Ne, oblika samostojni podjetnik ne dopušča enake moči odločanja ali soudeležbe pri dobičku s partnerjem. Izberite drugo možnost.



Povratne informacije 4b: Pravilno! Da bi imeli enako moč odločanja in soudeležbo pri dobičku z vašim partnerjem, morate izbrati družbo z omejeno odgovornostjo (d.o.o.). Dopušča prilagodljive lastniške strukture in porazdelitev dobička.

Povratne informacije 4c: Nepravilno. Delniška družba (d.d.) ne zagotavlja vedno enake moči odločanja ali soudeležbe pri dobičku. Razmislite o drugi pravni obliki.

5. vprašanje: Vi in vaš partner želite ustanoviti podjetje z deljenim odločanjem in neomejeno osebno odgovornostjo. Katero pravno obliko bi bilo dobro izbrati?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z neomejeno odgovornostjo
- c) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
- d) Delniška družba (d.d.)

Povratne informacije 5a: Nepravilno. Oblika samostojni podjetnik ni primerna za deljeno odločanje in neomejeno osebno odgovornost.

Povratne informacije 5b: Pravilno! Družba z neomejeno odgovornostjo omogoča deljeno odločanje in neomejeno osebno odgovornost.

Povratne informacije 5c: Nepravilno. Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.) zagotavlja omejeno osebno odgovornost, ki ni primerna za neomejeno osebno odgovornost.

Povratne informacije 5d: Nepravilno. Delniška družba ni primerna za deljeno odločanje in neomejeno osebno odgovornost.

6. vprašanje: Vi in vaš partner želite ustanoviti podjetje z deljenim odločanjem in omejeno osebno odgovornostjo. Katero pravno obliko bi bilo dobro izbrati?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z neomejeno odgovornostjo
- c) Komanditna družba
- d) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)

Povratne informacije 6a: Nepravilno. Oblika samostojni podjetnik ne zagotavlja omejene osebne odgovornosti.

Povratne informacije 6b: Nepravilno. Družba z neomejeno odgovornostjo ne zagotavlja omejene osebne odgovornosti.

Povratne informacije 6c: Nepravilno. Komanditna družba omogoča omejeno odgovornost za nekatere partnerje, vendar ne deljenega odločanja.

Povratne informacije 6d: Pravilno! Družba z omejeno odgovornostjo ponuja deljeno odločanje in omejeno osebno odgovornost.

7. vprašanje: Načrtujete ustanovitev podjetja z več delničarji in zbiranje kapitala prek zasebnih naložb. Katero pravno obliko bi bilo dobro izbrati?

- a) Samostojni podjetnik



- b) Družba z neomejeno odgovornostjo
- c) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
- d) Delniška družba (d.d.)

Povratne informacije 7a: Nepravilno. Oblika samostojni podjetnik ni primerna za več delničarjev in zbiranje kapitala.

Povratne informacije 7b: Nepravilno. Družba z neomejeno odgovornostjo ni primerna za več delničarjev in zbiranje kapitala.

Povratne informacije 7c: Pravilno! Družba z omejeno odgovornostjo dopušča več delničarjev in zasebne naložbe ob ohranjanju omejene odgovornosti.

Povratne informacije 7d: Nepravilno. Delniška družba se tipično uporablja za trgovanje z delnicami in ne za zasebne naložbe.

8. vprašanje: Želite ustanoviti podjetje kot edini lastnik in imeti popoln nadzor nad odločanjem. Katero pravno obliko bi bilo dobro izbrati?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z neomejeno odgovornostjo
- c) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
- d) Delniška družba (d.d.)

Povratne informacije 8a: Pravilno! Oblika samostojni podjetnik je primerna za enega lastnika in popoln nadzor nad odločanjem.

Povratne informacije 8b: Nepravilno. Družba z neomejeno odgovornostjo vključuje več lastnikov in ne samo enega.

Povratne informacije 8c: Nepravilno. Družba z omejeno odgovornostjo lahko ima več lastnikov in deljeno sprejemanje odločitev.

Povratne informacije 8d: Nepravilno. Delniška družba je značilna za velika podjetja z javnim trgovanjem z delnicami.

Zaključek: Čestitke ob zaključku scenarija z razvejevanjem na temo pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja na Portugalskem! Pokazali ste svoje razumevanje različnih pravnih oblik in njihove ustreznosti za specifične situacije. Ne pozabite se posvetovati s pravnimi strokovnjaki ali zanesljivimi viri za natančnejše informacije ob ustanavljanju podjetja na Portugalskem.

15. OCENJEVANJE

Učenci morajo določiti ime, sedež in dejavnosti podjetja. Preverite ime podjetja na spletnih storitvah za družbe/poslovni register (<https://eportugal.gov.pt>) in dejavnosti v podatkovni zbirki SOP (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empendedor>).



16. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

17. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

- [1] Bellion Partners. (n.d.). Portugalska obdavčitev poslovnega dohodka, pridobljeno na <https://www.bellionpartners.com/taxation-of-business-income>
- [2] Brands Channel. (n.d.). Moč ekoturizma na Portugalskem/Trajnostna destinacija. Videoposnetek. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7wtyAx9mUWg>
- [3] Castro, Luiza. (25. marec 2022). Kako ustvariti podjetje na Portugalskem: družbe z omejeno odgovornostjo, pridobljeno na <https://www.lexidy.com/blog/how-to-create-a-business-in-portugal-limited-liability-companies/>
- [3] Richardson, Federico. (3. junij 2019). Vzpostavljanje oblike samostojni podjetnik na Portugalskem, pridobljeno na <https://www.lawyers-portugal.com/setting-up-a-sole-trader-in-portugal>
- [4] Simões, Humberto. (n.d.). Pravni in davčni vidiki, ki jih morate upoštevati pri ustanavljanju svojega podjetja, pridobljeno na https://www.oestecim.pt/uploads/Apresentacoes/ApresentacaoHumbertoSimoes_28032017.pdf
- [5] Shev, Iryna. (n.d.) Katere vrste podjetij je mogoče ustanoviti?, pridobljeno na <https://pme.pt/tipos-empresas-formas-juridicas/>

18. PREDSTAVITVENA ENOTA 10.3 (35 MIN.)

- Power point predstavitev za enoto 10.3 + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Učitelj predstavi vsebino enote 10.3
 - Splošno: Kako ustanoviti podjetje na Portugalskem
 - Kako ustanoviti "samostojnega podjetnika ali neodvisnega strokovnjaka"
 - Kako ustanoviti družbo z omejeno odgovornostjo
 - B. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
 - Video - postopek registracije (https://www.youtube.com/watch?v=F_9CCgD1pDY)

19. OCENJEVANJE

Izvedba predprijave osebno ali preko spletnega portala.



20. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

21. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

- [1] High Value Consulting. (n.d.). How to Open a Company in Portugal - Step by Step. Videoposnetek. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=F_9CCgD1pDY
- [2] Portugalske pravne službe. (2. marec 2022). Vzpostavljanje podjetja postaja vse bolj preprosto, hitro in udobno. Storitve Empresa na Hora zmanjša birokracijo in poenostavi postopek, pridobljeno na <https://justica.gov.pt/Servicos/Empresa-na-Hora>
- [3] Portal portugalske javne službe. (n.d.). <https://eportugal.gov.pt>
- [4] Richardson, Federico. (19. november 2022). Ustanavljanje oblike LDA na Portugalskem, pridobljeno na <https://www.companyformationportugal.com/set-up-lda-in-portugal>
- [5] Richardson, Federico. (3. junij 2019). Vzpostavljanje oblike samostojni podjetnik na Portugalskem, pridobljeno na <https://www.lawyers-portugal.com/setting-up-a-sole-trader-in-portugal>
- [6] Simic, Anja (29. september 2021). Kako registrirati obliko samostojni podjetnik na Portugalskem, pridobljeno na <https://www.deel.com/blog/how-to-set-up-as-a-sole-trader-in-portugal>



MODUL 10: PRAVNE OBLIKE IN POSTOPKI ZA USTANOVITEV PODJETJA _SLOVENIJA

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Dobrodošli v razburljivem svetu pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja v Sloveniji! Ta enota je bistveni del podjetniške poti, zasnovana tako, da vas opremi z znanjem in veščinami, potrebnimi za krmarjenje po zapletenosti ustanovitve podjetja.

Kot bodoči podjetniki in strokovnjaki je razumevanje pravnih vidikov ustanovitve podjetja bistvenega pomena. Ne glede na to, ali želite ustanoviti lastno podjetje ali delati v poslovnem svetu, vam bo ta enota zagotovila trdne temelje za pravni okvir, ki ureja ustanovitev podjetja v Sloveniji.

Govoru sledi kratek uvod v učne in učne cilje:

V tem modulu se bodo študenti poglobili v različne pravne oblike podjetij in raziskali edinstvene značilnosti in prednosti vsakega. Od samostojnih podjetnikov posameznikov do partnerstev bodo pridobili celovito razumevanje možnosti, ki so podjetnikom na voljo v Sloveniji.

Ampak to še ni vse! Ta modul bo vodil tudi skozi postopne postopke pri ustanavljanju podjetja. Primerjajte poslovne pravne strukture in preučite prednosti in slabosti vsake vrste in strukture podjetja ter pomagajte ugotoviti, za katero vrsto študenta menite, da je najboljša za njegovo poslovno idejo, poleg tega pa predstavite korake, potrebne za spletno registracijo podjetja. Cilj je, da bi bila ta učna izkušnja interaktivna, privlačna in uporabna za scenarije iz resničnega sveta. Ne samo, da bodo študenti razumeli teoretične vidike, ampak bodo pridobili tudi praktične vpoglede, ki jih je mogoče neposredno uporabiti pri njihovih prihodnjih podvigih ali poklicnih prizadevanjih.

Ne pozabite, da znanje, pridobljeno v tej enoti, presega učilnico; Postavlja temelje za prihodnji uspeh. Zato se skupaj podamo na to pot, raziščimo pravno okolje ustanavljanja podjetij v Sloveniji in študente opolnomočimo, da postanejo samozavestni, informirani in odgovorni podjetniki.

Pripravite se na sprostitve potenciala sanj in ambicij - potopimo se v fascinanten svet pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja v Sloveniji!



2. UČNI CILJI

SPLOŠNI UČNI CILJ:

- Prepoznati in analizirati elemente, ki so potrebni za ustanovitev podjetja.

SPECIFIČNI UČNI CILJI:

- Prepoznati vrste lastniških struktur podjetja in zahtevane dejavnike
- Prepoznati najboljšo pravno strukturo za določeno poslovno idejo
- Razumeti davčne zahteve za različne pravne strukture
- Prepoznati korake in dokumente, ki so potrebni za registracijo podjetja na spletu

3. UČNI REZULTATI

- Razumevanje ključnih odločitev pred uradno ustanovitvijo podjetja.
- Poznali boste najpogostejše pravne oblike za zagon lastnega podjetja in vedeli, kako izbrati ustrezno obliko.
- Prepoznali boste prednosti in slabosti vsake pravne oblike.
- Vedeli boste, kje in kako registrirati podjetje.

4. UČNE METODE:

- Preučitev priporočene literature in spletnih virov
- Odločanje na podlagi rezultatov iz B-ECO razvejevanj
- Ocena podjetniške poti

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ¹⁵

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Etično in trajnostno razmišljanje
- **Viri:**
 1. Mobilizacija virov
 2. Finančna in ekonomska pismenost
 3. Mobilizacija drugih
- **K dejanjem:**
 1. Prevzem pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Spopadanje z dvoumnostjo, negotovostjo in tveganjem

¹⁵ <https://entre-comp.eu/>



6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

A. Ujemanje z opredelitvami pravnih oblik:

Navodila: Povlecite besede iz desnega stolpca v ustrezne definicije v levem stolpcu.

1. stolpec: DEFINICIJE	Povežite besede iz drugega stolpca z definicijami v prvem stolpcu.	2. stolpec: BESEDE
A. Podjetje, v katerem je odgovornost njegovih članov omejena na njihov vložek v podjetje. Nudi večjo zaščito osebnega premoženja lastnikov.		1. Samostojni podjetnik
B. Podjetje z delnicami, s katerimi se javno trguje, kar mu omogoča zbiranje kapitala od javnosti. Delničarji imajo omejeno odgovornost.		2. Partnerstvo
C. Podjetje, ki ga ima v lasti in upravlja samo en posameznik. Lastnik ima neomejeno odgovornost za dolgove podjetja.		3. Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
D. Podjetje v lasti in pod upravljanjem dveh ali več posameznikov, ki si delijo tako dobiček kot odgovornosti podjetja.		4. Delniška družba (d.d.)

Pravilni odgovor:

Samostojni podjetnik - C

Partnerstvo - D

Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.) - A

Delniška družba (d.d.) - B

8. PREDSTAVITVENI MODUL 10 (35 MIN.)

- Power point predstavitev za enoto 10.1 + praktični primeri.
 - Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
- A. Obrazložitev učnih izidov modula 10
- B. Učitelj predstavi vsebino enote 10.1
- Kako izbrati ime podjetja?
 - Določite predstavnika podjetja
 - Določite registrirani sedež podjetja



- Dejavnosti podjetja
- C. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
- Video - Intervju s podjetnikom

9. PREDLAGANE AKTIVNOSTI

Razmislek o tem, kakšno ime dati podjetju, z navedbo primerov, ki upoštevajo naslednje: spomin, priznanje in všečnost. V primeru, da študenti načrtujejo poslovanje na tujih trgih, jih spomnite, da je potrebno preveriti, ali ima izbrano ime »PODJETJE« kakšen pomen v jeziku ali slengu zadevne države, poleg dejstva, da je za tiste, ki želijo biti »samostojni podjetniki«, ime podjetja v Sloveniji, mora vsebovati ime in priimek ustanovitelja.

Ko je ime izbrano, morajo učenci preveriti njegov obstoj z uporabo storitev spletnega registra podjetij/komercialnih registrov (<https://www.ajpes.si/>).

Poleg navedbe imena podjetja, razen če se namerava registrirati kot samostojni podjetnik, morajo učenci imenovati direktorja podjetja ter pred ustanovitvijo podjetja vzpostaviti sedež in poslovni naslov.

10. OCENJEVANJE

Učenci morajo določiti ime, sedež in dejavnosti podjetja. Preverite ime podjetja na spletnih storitvah poslovnega registra podjetij (<https://www.ajpes.si/>). in aktivnosti v podatkovni bazi SKD (<https://spot.gov.si/sl/dejavnosti-in-poklici/dejavnosti-skd/>).

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

- [1] Ajpes.si
- [2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>
- [3] SPOT; <https://spot.gov.si/sl/>
- [4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>
- [5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>



13. PREDSTAVITVENA ENOTA 10.2 (35 MIN.)

- Power point predstavitev za enoto 10.2 + praktični primeri.
 - Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
- A. Učitelj predstavi vsebino enote 10.2
- Najpogostejše pravne oblike podjetij v Sloveniji
 - Samostojni podjetnik posameznik ali neodvisni strokovnjak
 - Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
 - Razlike med samostojnim podjetnikom in družbo z omejeno odgovornostjo v Sloveniji
- B. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
- Video - Registracija podjetja v Sloveniji

14. PREDLAGANE AKTIVNOSTI

Razmislek o različnih vrstah pravnih oblik podjetij v Sloveniji, od individualno ustanovljenih družb do družb, ki jih sestavlja več oseb (kolektivne družbe). Učenci bi morali primerjati prednosti in slabosti individualno ustanovljenih podjetij in kolektivnih podjetij, da bi izbrali najboljšo možnost glede na njihovo poslovno idejo.

15. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Možnost 1: Dobrodošli v scenariju z razvejevanjem na temo pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja v Sloveniji. Ta vaja je zasnovana za preverjanje vašega znanja in sposobnosti odločanja v povezavi z ustreznimi pravnimi oblikami za različne situacije. Vsako vprašanje skrbno preberite in izberite najustreznejši odgovor. Pa začnimo!

1. vprašanje: Kaj je najpogostejša pravna oblika za ustanovitev malega podjetja v Sloveniji?

- a) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)
- b) Samostojni podjetnik

Povratne informacije 1a: Dobra izbira! Najpogostejša pravna oblika za ustanovitev malega podjetja v Sloveniji je družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.). Zagotavlja zaščito odgovornosti in je primerna za več lastnikov.

Povratne informacije 1b: Odgovor ni pravilen. Medtem ko je samostojni podjetnik pravna oblika, pa ni najbolj pogosta izbira, ko gre za ustanovitev malega podjetja v Sloveniji.

2. vprašanje: Vi in vaš partner želite ustanoviti tehnološko zagonsko podjetje in omejiti osebno odgovornost. Katero pravno obliko bi bilo dobro izbrati?



- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)

Povratne informacije 2a: Nepravilno. Oblika samostojni podjetnik ne nudi zaščite osebne odgovornosti. Razmislite o drugi možnosti.

Povratne informacije 2b: Odlično! Da bi omejili osebno odgovornost, morate izbrati družbo z omejeno odgovornostjo (d.o.o.). Ta pravna oblika zagotavlja ločeno pravno osebo za podjetje in ščiti osebno premoženje.

3. vprašanje: Načrtujete, da boste delnice ponudili javnosti in z njimi trgovali na borzi. Katera pravna oblika je primerna za to?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Delniška družba

Povratne informacije 3a: Ne, samostojni podjetnik ne more ponuditi delnic javnosti ali z njimi trgovati na borzi. Izberite drugo možnost.

Povratne informacije 3b: Odlično! Če načrtujete, da boste delnice ponudili javnosti in z njimi trgovali na borzi, morate izbrati delniško družbo (d.d.). Omogoča večje možnosti za zbiranje kapitala in javno trgovanje z delnicami.

4. vprašanje: Vi in vaš partner želita enako moč pri sprejemanju odločitev in soudeležbo pri dobičku. Katera pravna oblika je ustrezna?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)

Povratne informacije 4a: Ne, oblika samostojni podjetnik ne dopušča enake moči odločanja ali soudeležbe pri dobičku s partnerjem. Izberite drugo možnost.

Povratne informacije 4b: Pravilno! Da bi imeli enako moč odločanja in soudeležbo pri dobičku z vašim partnerjem, morate izbrati družbo z omejeno odgovornostjo (d.o.o.). Dopušča prilagodljive lastniške strukture in porazdelitev dobička.

5. vprašanje: Načrtujete ustanovitev podjetja z več delničarji in zbiranje kapitala prek zasebnih naložb. Katero pravno obliko bi bilo dobro izbrati?

- a) Samostojni podjetnik
- b) Družba z omejeno odgovornostjo (d.o.o.)

Povratne informacije 5a: Nepravilno. Oblika samostojni podjetnik ni primerna za več delničarjev in zbiranje kapitala.

Povratne informacije 5b: Pravilno! Družba z omejeno odgovornostjo dopušča več delničarjev in zasebne naložbe ob ohranjanju omejene odgovornosti.

Zaključek: Čestitke ob zaključku scenarija z razvejevanjem na temo pravnih oblik in postopkov za ustanovitev podjetja v Sloveniji! Pokazali ste svoje razumevanje različnih



pravnih oblik in njihove ustreznosti za specifične situacije. Ne pozabite se posvetovati s pravnimi strokovnjaki ali zanesljivimi viri za natančnejše informacije ob ustanavljanju podjetja v Sloveniji.

16. OCENJEVANJE

Učenci morajo določiti ime, sedež in dejavnosti podjetja. Preverite ime podjetja na spletnih storitvah poslovnega registra podjetij (<https://www.ajpes.si/>). in aktivnosti v podatkovni bazi SKD (<https://spot.gov.si/sl/dejavnosti-in-poklici/dejavnosti-skd/>).

17. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

18. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

- [1] Ajpes.si
- [2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>
- [3] SPOT; <https://spot.gov.si/sl/>
- [4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>
- [5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>

19. PREDSTAVITVENA ENOTA 10.3 (35 MIN.)

- Power point predstavitev za enoto 10.3 + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Učitelj predstavi vsebino enote 10.3
 - Splošno: Kako ustanoviti podjetje v Sloveniji
 - Kako ustanoviti "samostojnega podjetnika ali neodvisnega strokovnjaka"
 - Kako ustanoviti družbo z omejeno odgovornostjo
 - B. Učitelj ponuja nekaj praktičnih primerov:
 - Video - postopek registracije

20. OCENJEVANJE

Izvedba predprijave osebno ali preko spletnega portala.



21. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

22. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

- [1] Ajpes.si
- [2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>
- [3] SPOT; <https://spot.gov.si/sl/>
- [4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>
- [5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>



MODUL 11: PRIPRAVA UČINKOVITE PREDSTAVITVE IN PRAVILA PREDSTAVLJANJA

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

V poslovnem svetu in podjetništvu sta jasnost in učinkovitost komuniciranja najpomembnejši. Vsak podjetnik, ne glede na panogo, bo moral v določenem trenutku občinstvu predstaviti svoje ideje, načrte ali izdelke. To je lahko za potencialne vlagatelje, stranke ali celo njihove lastne ekipe. Uspeh teh predstavitev je pogosto odvisen od dveh stvari: kakovosti vsebine in učinkovitosti njene izvedbe. Ne gre le za postavljanje dejstev na diapozitiv; Gre za strukturiranje sporočila na jasen, jedrnat in prepričljiv način.

Danes je naš cilj, da se poglobimo v načela učinkovite predstavitve. Naš cilj je, da vas opremimo z orodji in tehnikami, ki bodo izboljšale oblikovanje diapozitivov in dostavo vašega sporočila. Do konca te seje bi morali biti boljše pripravljeni, da svoje ideje predstavite na način, ki ni le informativen, temveč tudi privlačen, s čimer zagotovite, da vaše občinstvo jasno razume in si zapomni vaše ključne točke. "

Govoru sledi kratek uvod v učne in učne cilje:

2. UČNI CILJI

- Razumeti pomen učinkovitih predstavitev v podjetniškem svetu.
- Prepoznajte skupne pasti v predstavitvah in kako se jim izogniti.
- Spoznajte elemente, zaradi katerih je predstavitev zanimiva in nepozabna.

3. UČNI REZULTATI

- Oblikujte strukturirano in privlačno predstavitev.
- Učinkovito uporabljajte vizualne pripomočke in diapozitive, da izboljšate njihovo sporočilo.
- Samozavestno predstavite predstavitev in poskrbite, da bo občinstvo vključeno.



4. UČNE METODE:

- Interaktivna predavanja
- Skupinske razprave in zbiranje zamisli
- Praktične vaje: oblikovanje diapozitivov in lažne predstavitve
- Seje za povratne informacije vrstnikov

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ¹⁶

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Ustvarjalnost
- **Viri:**
 1. Motivacija in vztrajnost
 2. Samozavedanje in samoučinkovitost
 3. Mobilizacija virov
 4. Mobilizacija drugih
- **K dejanjem:**
 1. Prezem pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Učenje skozi izkušnje

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do interneta
- Flipcharts in označevalci za seje brainstorminga
- Izročki na namigih za oblikovanje predstavitve

7. OGREVANJE (15 MIN.)

Aktivnost: *Primerjava med dobro in slabo predstavitvijo*

Predvajajte dva kratka posnetka: enega s slabo izvedeno in drugega z učinkovito izpeljano predstavitvijo. Po ogledu spodbudite krajšo razpravo o opaznih razlikah med njima.

¹⁶ <https://entre-comp.eu/>



8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Razlaga učnih izidov modula
 - B. Učitelj predstavi učne izide modula 11:
 - Priprava predstavitev - Splošna pravila
 - Kako oblikovati učinkovito predstavitev
 - Praktična orodja
 - C. Učitelj navaja nekaj praktičnih primerov:

9. AKTIVNOST - PRILAGAJANJE OBČINSTVU

Uvod:

"Vsako občinstvo ima svoj edinstven nabor pričakovanj, baze znanja in interesov. Če predstavitev prilagodite tako, da bo ustrezala tem možnostim, lahko to pomeni razliko med angažiranostjo in nezanimanjem. V tej dejavnosti bomo raziskali, kako lahko isto osnovno poslovno idejo predstavimo različno glede na občinstvo."

Scenarij: Razvili ste inovativen sistem za čiščenje vode, ki porabi minimalno energijo in zagotavlja čisto pitno vodo za delček stroškov trenutnih tržnih rešitev.

1. faza: Potencialni vlagatelji

Cilj: prepričati jih o finančni sposobnosti in potencialni donosnosti naložbe.

Vsebina: Začnite s tržno vrzeljo za cenovno dostopne rešitve čiščenja, predvideno rast trga, vašo konkurenčno prednost in potencialno donosnost naložbe.

Slog: profesionalen, podatkovno usmerjen in natančen. Uporabite številke, grafe in grafikone za utemeljitev zahtevkov.

Vizualni elementi: finančne projekcije, palični grafi, ki primerjajo stroške s potencialnimi konkurenti, načrt uvedbe izdelka.

2. faza: srečanje skupnosti

Cilj: poudariti prednosti izdelka za lokalno skupnost in okolje.

Vsebina: Obravnavati vprašanja pomanjkanja vode v skupnosti, koristi čiste pitne vode za zdravje in okoljske prednosti uporabe nizkoenergijske rešitve.

Slog: Empatičen, osredotočen na rešitve in povezan. Delite osebne zgodbe ali pričevanja.

Vizualni elementi: slike kakovosti vode pred in po njem, pričevanja pilotnih uporabnikov, infografike o koristih za zdravje in okolje.



3. faza: Skupina tehničnih strokovnjakov

Cilj: Poglobite se v tehnično delovanje izdelka in dokažite njegovo izvedljivost in prednosti.

Vsebina: Podrobna razlaga tehnologije čiščenja, primerjava z obstoječimi metodami, tehnične specifikacije in rezultati pilotnega testiranja.

Slog: podroben, natančen in odprt za tehnična vprašanja. Bodite pripravljeni na globok potop.

Vizualni elementi: sheme izdelka, diagrami poteka procesa čiščenja, tehnične specifikacije in tabele z rezultati pilotnega preskušanja.

Povzetek: »Po predstavitvi v vsakem scenariju zberite povratne informacije od vrstnikov o učinkovitosti, jasnosti in angažiranosti. Pogovorite se o pomenu prilagoditev občinstva in razmislite o izboljšavah.«

Do konca te aktivnosti morajo učenci jasno razumeti nianse, povezane s prilagajanjem predstavitev različnim občinstvom, kar zagotavlja ustreznost in angažiranost.

10. OCENJEVANJE

Lažna predstavitev: Vsak učenec poda kratko predstavitev na določeno temo. Vrstniki in učitelj zagotavljajo povratne informacije na podlagi vsebine, zasnove in dostave.

Pisni test: Kratak kviz o najboljših praksah pri oblikovanju in izvedbi predstavitev.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Roberto Cipolla, How to prepare and deliver a presentation, Department of Engineering, University of Cambridge.

https://www.academia.edu/83263689/How_to_prepare_and_deliver_a_presentation

[2] M Shepherd, how to give an effective presentation using PowerPoint, John Wiley&Sons, EDN Winter 2006 Vol.3 No. 3

https://www.academia.edu/29912499/How_to_give_an_effective_presentation_using_PowerPoint

[3] Carl Storz, Oral presentation skills, a practical guide, EVERY FRANCE, 2002

https://www.academia.edu/4062835/ORAL_PRESENTATION_SKILLS_A_PRACTICAL_GUIDE

[4] Garr Reynolds, Design Tips, Presentation Zen, <https://www.garreynolds.com/design-tips>



[5] Alemdar Yalçın, Nursel Yalçın, How to get best results from a presentation? How to increase effectiveness of a presentation?, Procedia-Social and Behavioral Sciences, Volume 9, 2020, Pages 480-486

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042810022895>

[6] Joanna K. Garner, Michael P. Alley, How the Design of Presentation Slides Affects Audience Comprehension: A case for the Assertion-Evidence Approach, TEMPUS Publications, International Journal of Engineering Education Vol. 29, No. 6, pp. 1564-1579, 2013

http://writing.engr.psu.edu/ae_comprehension.pdf



MODUL 12: VIRI FINANCIRANJA (NEPOVRATNA IN POVRATNA SREDSTVA)

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Ključni vidik zagonskega podjetja je njegova sposobnost privabljanja naložb. Za mnoge ustanovitelje podjetij predstavljajo raziskave za financiranje in investitorje za zagon ena glavnih ovir pri uresničevanju poslovne ideje.

Kot smo videli v prejšnjih lekcijah, je potrebno več za inovativno idejo za ustanovitev podjetja. Prav tako je potreben nadgradljiv poslovni model, ki se lahko hitro širi in zato potrebuje naložbe za vzdrževanje te stopnje rasti.

Ustanovitev podjetja, ocenjevanje poslovnega modela in privabljanje naložb zahtevajo specifična znanja in spretnosti.

Kot bodoči podjetniki je nujno, da pravilno poznate vse faze življenjskega cikla startupa, da imate "zemljevid" podjetniške poti, ki jo boste prehodili. To vam bo omogočilo, da zmanjšate tveganja in razumete, kako in katere vire financiranja izbrati.

Zagonskemu podjetju so na voljo različni načini financiranja za podporo svojemu projektu, od katerih ima vsak svoje značilnosti in pristojnosti. Financiranje zagonskega podjetja je dolg proces, ki ga morate skrbno oceniti in obravnavati."

Govoru sledi kratek uvod v učne in učne cilje:

Naslednja lekcija pojasnjuje različne razvojne faze podjetja in kako financirati zagonsko podjetje v njegovem življenjskem ciklu, pri čemer predstavlja različne vire financiranja, ki jih podjetniki lahko zaprosijo za podporo svojih projektov. Na koncu vsake enote boste našli konkretne primere in vaje, s katerimi boste preizkusili svoje znanje in razumevanje obravnavanih tem.

2. UČNI CILJI

- Spoznajte osnove virov financiranja podjetja
- Odkrijte življenjski cikel podjetja in kako vsaka faza zahteva različne vire financiranja
- Razumeti razliko med lastniškim in dolžniškim financiranjem
- Raziščite različne vire financiranja



3. UČNI REZULTATI:

- Spoznajte osnove virov financiranja podjetja
- Ponazorite življenjski cikel podjetja in prepoznajte različne vire financiranja za vsako fazo
- Opredelitev razlike med lastniškim in dolžniškim financiranjem
- Bodite sposobni izbrati različne vire financiranja

4. UČNE METODE:

- Študija priporočene literature in internetnih virov
- Odločanje na podlagi rezultatov podjetij B-ECO
- Vrednotenje in sposobnost iskanja in izbire različnih vrst financiranja.

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ¹⁷

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Prepoznavanje priložnosti
- **Viri:**
 1. Motivacija in vztrajnost
 2. Samozavedanje in lastna učinkovitost
 3. Finančna in ekonomska pismenost
- **K dejanjem:**
 1. Prezeti pobudo
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Spopadanje z dvoumnostjo, negotovostjo in tveganjem
 4. Učenje skozi izkušnje

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

¹⁷ <https://entre-comp.eu/>



7. OGREVANJE (15 MIN.)

Povlecite besede - Odkrijte vire financiranja:

Navodila: Povlecite besede iz desnega stolpca v ustrezne definicije v levem stolpcu.

Stolpec 1: OPREDELITEV POJMOV	Povlecite besede Stolpec 2 v Stolpec 1	Stolpec 2: BESEDE
A. Ljudje s kapitalom za vlaganje v vznemirljive startup projekte.		1. Kapital
B. Obdobje, v katerem mora zagonsko podjetje še vedno ustvariti dovolj prihodkov za kritje stroškov.		2. Poslovni angeli
C. Prispevek proizvodnih sredstev, potrebnih za doseganje organizacijskih ciljev.		3. Lastniško financiranje
D. Način financiranja zagonskega podjetja z začetkom kampanje zbiranja sredstev, v kateri vlagatelji prejmejo nedenarni donos.		4. "Dolina smrti"
E. Ustanovitelji zagonskih podjetij prodajo del kapitala v zameno za denar, potreben za rast.		5. Nagradite množično financiranje
Pravilni odgovor: Kapital - C Poslovni angeli - A Lastniško financiranje - E »Dolina smrti« - B Nagradno množično financiranje - D		

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Razlaga učnih izidov lekcije
 - B. Učitelj predstavi učne izide lekcije 12:
 - Predhodni koraki pred začetkom postopka financiranja novega podjetja
 - Vrste financiranja podjetij: lastniški kapital proti dolgu
 - Viri financiranja
 - C. Učitelj navaja nekaj praktičnih primerov:
 - Dokaz, Max Freedman, Sklad za ekološka podjetja



9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v scenariju z razvejevanjem na temo viri financiranja. S to vajo želimo preveriti vaše znanje na podlagi kompetenc, ki ste jih pridobili med tem modulom. Vsako vprašanje skrbno preberite in izberite najustreznejši odgovor.

1. vprašanje: Kdaj je najprimernejši trenutek, da stopite v stik z vlagateljem in zaprosite za financiranje?

- a) Takoj, ko imate izoblikovano poslovno idejo.
- b) Odvisno od faze razvoja vašega zagonskega podjetja.
- c) Kolikor hitro je to mogoče, čeprav še nimate nobene ideje, kako upravljati in uporabiti posojilo, za katerega prosite.

Povratne informacije 1a: Ne, s prehitrim kontaktiranjem vlagateljev, še preden je ideja popolnoma dozorela, bi lahko preprečili financiranje, saj si lahko ustvarijo napačno sliko o vas, vaši ekipi in vašem izdelku ali storitvi.

Povratne informacije 1b: Pravilno! Odvisno od razvojne faze (življenjski krog), v kateri se znajdejo, zagonska podjetja razvijajo različne finančne potrebe, ki jih je mogoče zadovoljiti z različnimi obstoječimi vlagatelji.

Povratne informacije 1c: Nepravilno! Prejemanje posojila brez ustrezne sposobnosti za njegovo upravljanje bi lahko povzročilo zmešnjavo pri prioritetah glede aktivnosti, ki jih je treba izvesti v zagonski fazi.

2. vprašanje: Vedeti morate, ali lahko vaša poslovna ideja uspe. Katere vrste virov financiranja bi morali izbrati na tej stopnji?

- a) Poslovni angeli
- b) Množično financiranje
- c) Zagon z lastnimi sredstvi

Povratne informacije 2a: Odgovor ni pravilen. Poslovni angeli vložijo v zagonski projekt, za katerega menijo, da je zanimiv, ko so zagonska podjetja v semenski fazi (ideja je sprejeta).

Povratne informacije 2b: To ni pravilen odgovor. Množično financiranje je treba izbrati, ko je zagonsko podjetje v semenski fazi, zgodnji fazi ali fazi rasti (izdelek/storitev deluje, zagonsko podjetje pa prejme prve gospodarske prihodke in želi dodatno razširiti trg) namesto iskanja sredstev pri tradicionalnih vlagateljih, npr. bankah.

Povratne informacije 2c: Odlično! Zagon z lastnimi sredstvi je samostojno financiranje podjetja v njegovi začetni fazi, kar pomaga ovrednotiti idejo in trg, ugotoviti, ali bi koncept lahko deloval, ali bi izpolnil potrebo strank ter ali obstaja ustrezen trg.



3. vprašanje: Vaše zagonsko podjetje začne razvijati izdelke ali prototipe, začne s preučevanjem trga in pripravo poslovnega načrta. V kateri razvojni fazi je vaše zagonsko podjetje?

- a) v semenski fazi
- b) v fazi zagona z lastnimi sredstvi
- c) v fazi zgodnjega razvoja

Povratne informacije 3a: Pravilno! V semenski fazi zagonskega podjetja želimo utrditi idejo za vstop na ciljni trg: razvijejo se prototipi izdelka ali storitve, izpopolni se poslovni model in vpletejo se prvi vlagatelji.

Povratne informacije 3b: Ne, v fazi zagona z lastnimi sredstvi zagonsko podjetje sestoji samo iz ideje, ki začenja dobivati obliko organiziranega projekta. Med fazo zagona z lastnimi sredstvi morate ugotoviti, ali ideja deluje, ali izpolni potrebe in ali obstaja trg.

Povratne informacije 3c: Odgovor ni pravilen. V fazi zgodnjega razvoja je zagonsko podjetje pravo podjetje. Imate preverjeno idejo in trg, dober izdelek/storitev, ki deluje, zagonsko podjetje pa ustvarja prve prihodke.

4. vprašanje: Kaj je slabost bančnega posojila?

- a) Vodi lahko v osebne konflikte.
- b) Pomeni, da nimate nobenih prihrankov.
- c) Obrestne mere so pogosto precej visoke.

Povratne informacije 4a: To ni pravilen odgovor. Prijateljsko ali družinsko posojilo (»ljubezenski kapital«) lahko vodi v osebne konflikte.

Povratne informacije 4b: Nepravilno. Če zaprosimo za bančno posojilo, to še ne pomeni, da nimamo prihrankov, ampak pomeni veliko pomoč v katerikoli razvojni fazi zagonskega podjetja.

Povratne informacije 4c: Da, pravilno! Ena od slabosti bančnega posojila je ta, da so obrestne mere pogosto precej visoke, zlasti za podjetje brez vsakršnega finančnega zavarovanja.

5. vprašanje: Želite zagnati kampanjo za zbiranje sredstev, ki v zameno ponuja izdelek vašega zagonskega podjetja. Katero vrsto kampanje bi bilo dobro izbrati?

- a) Množično financiranje na podlagi donacij
- b) Lastniško množično financiranje
- c) Nagradno množično financiranje

Povratne informacije 5a: Ne, donatorji ne prejmejo nobene nagrade v kampanji z množičnim financiranjem na podlagi donacij.

Povratne informacije 5b: To ni pravilen odgovor. V kampanji z lastniškim množičnim financiranjem je vlagateljem zagotovljen majhen delež podjetja.



Povratne informacije 5c: Pravilno! V kampanji z nagradnim množičnim financiranjem vlagatelji prejmejo nedenarno povračilo, pogosto od izdelka zagonskega podjetja.

Zaključek: Čestitke ob zaključku scenarija z razvejevanjem na temo Viri financiranja. Z izbiranjem med različnimi viri financiranja ste pokazali svoje razumevanje financiranja zagonskega podjetja v njegovih različnih razvojnih fazah. Zdaj morate najti samo še najboljše financiranje za vaše novo podjetje!

10. OCENJEVANJE

Želite zaprositi za naložbe in prejeti financiranje za vaše novo podjetje:

1. Pripravite predstavitev, ki pojasnjuje vašo novo poslovno idejo z vsemi informacijami, potrebnimi za prepričevanje vlagateljev (analiza trga, poslovni model, poslovni načrt itd.).
2. Določite najprimernejše vrste financiranja za vaše podjetje in jih razlikujte glede na različne razvojne faze vašega zagona (življenjski cikel). Pojasnite svoje izbire.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] Ahlstrom, David, Amber Y. Chang, in Jessie ST Cheung. (2019). »Encouraging entrepreneurship and economic growth.« Journal of Risk and Financial Management 12.4, 178.

[2] Sprintlab. (2023). Pridobljeno na [Finanziamenti per Startup: Strumenti principali - Sprintlab](#)

[3] Donatella Cambosu. (21/11/2021). Come finanziare una startup con equity, debito e crowdfunding. Network Digital 360. Pridobljeno na [Finanziamenti Startup: quali sono e come ottenerli \(startupbusiness.it\)](#)

[4] Startup Geeks. (2023). Pridobljeno na [Come finanziare una startup? 10 metodi a confronto - Startup Geeks](#)

[5] Startup Geeks. (2023). Pridobljeno na [Le fasi di una startup e il suo ciclo di vita - Startup Geeks](#)

[6] Scott Steinberg with Rusel DeMaria. (2012). The Crowdfunding Bible: How to raise money for any startup, video game, or project. Overload Entertainment, LLC. Pridobljeno na [The Crowdfunding Bible.pdf \(crowdfundingguides.com\)](#)

[7] Funding opportunities for small businesses (2023). Pridobljeno na [Funding opportunities for small businesses \(europa.eu\)](#)

[8] Nicole G., Peter K. Adams. (03/10/2022). Venture Capital for Dummies. Pridobljeno na [Venture Capital For Dummies Cheat Sheet - dummies](#)



[9] Crunchbase. (2023). Pridobljeno na [Crunchbase:Discover innovative companies and the people behind them](#)

[10] Entrepreneur South Africa. (2023). Pridobljeno na [Examples of Environmentally-Friendly Business Ideas \(entrepreneur.com\)](#)

[11] Ahmad Nasrudin, (2023); *What are the characteristics of a good business idea?*
<https://penpoin.com/good-business-idea/>



MODUL 13: SOCIALNO PODJETNIŠTVO

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

"Spoštovani študenti / bodoči podjetniki

Socialno podjetništvo je najnovejša modna beseda v poslovnem svetu.

Mnogi ljudje gledajo na to vprašanje skozi prizmo romantike in filantropije, vendar socialno podjetništvo kot pot, ki je strogo povezana z družbenimi dejavnostmi, ne samo, da vam omogoča, da se izpolnite v velikem poslanstvu, ki sodeluje v pobudah, ki iščejo nove rešitve, kot so boj proti revščini, brezposelnosti, okoljska vprašanja, ampak hkrati omogoča, da zaslužite veliko denarja z ukrepanjem za reševanje socialnih problemov, je reden posel, ki ima več posebnosti. Še več, možno in celo potrebno je veliko zaslužiti od družabnih dejavnosti. Konec koncev, zakaj bi moral podjetnik, ki rešuje socialne probleme, zaslužiti manj kot podjetnik, ki izdeluje nogavice?

Med sodelovanjem v pustolovščini s socialnim podjetjem se boste seznanili z nekaterimi pomembnimi značilnostmi, ki vašo dejavnost ločujejo od drugih podjetij, kar je;

Pogum, inovativno, poslovno podkovo, družbeno motivirano, sodelovalno

Ne pozabite, da lahko sami izberete način vodenja med štirimi vrstami socialnega podjetništva, ki jih bomo spoznali."

Govoru sledi kratek uvod v učne in učne cilje:

Socialno podjetništvo (znano tudi kot socialna ekonomija) je področje državljanske dejavnosti, ki združuje gospodarske, poslovne in javne koristi. Sam koncept socialnega podjetništva je sestavljen iz dveh besed: podjetništvo + socialno.

Podjetništvo kaže na poslovno usmerjenost socialnih podjetij: delujejo na odprtem trgu in tekmujejo s tradicionalnimi podjetji - zaslužiti morajo denar, da se vzdržujejo. Vendar pa pridevnik socialna kaže na posebno naravo teh podjetij. Njihov glavni cilj ni kopičenje dobička - bogatiti lastnike - ampak zasledovati nekakšno družbeno poslanstvo in skrbeti za vrednote, pomembne za skupnost.

Na koncu vsake enote so praktične naloge, ki vam omogočajo, da preverite pridobljeno znanje in ugotovite, ali ste na pravi (podjetniški) poti.



2. UČNI CILJI

- Spoznavanje pomena socialnega podjetništva
- Raziskovanje anatomije socialnega podjetnika
- Spoznavanje vrst socialnega podjetništva
- Spoznavanje socialnega podjetništva

3. UČNI REZULTATI

- Razumeti, kaj je socialno podjetništvo in kdo je socialni podjetnik.
- Spoznajte ključne značilnosti socialnih podjetij
- Obrazložitev
- Poznavanje značilnosti ekosistema za socialno podjetništvo
- Spoznajte prve korake v socialnem podjetništvu

4. UČNE METODE:

- Preučitev priporočene literature in spletnih virov
- Odločanje na podlagi rezultatov iz B-ECO razvejevanj

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ¹⁸

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vizija
 2. Vrednotenje idej
 3. Ustvarjalnost
- **Viri:**
 1. Motivacija in vztrajnost
 2. Samozavedanje in lastna učinkovitost
 3. Mobilizacija virov
- **K dejanjem:**
 1. Prezem pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Učenje skozi izkušnje

¹⁸ <https://entre-comp.eu/>



6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

Povlecite besede - Definicije socialnega podjetništva:

Navodila: Postavite besede na ustrezna mesta.

Zelena socialna podjetja

Socialna podjetja si prizadevajo za dejavnost podjetja, ki bo v korist okolju. Ta ___1___ mora upoštevati okoljske ___2___ ___3___, regulativni vpliv države in ugoden okoljski ___4___ na trgu. ___5___ podjetništvo je mogoče uporabiti v številnih tržnih ___6___, ki jih lahko podjetja prepoznajo na podjetniški način. Prepoznavanje lahko temelji na ustvarjanju ___7___, storitev in metod trženja, ki promovirajo zeleno.

Ključ za odgovor:

1. dejavnost
2. Vrednote
3. Potrošniki
4. Vpliv
5. Zelena
6. Nišah
7. Novih okolju prijazni izdelkov

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- **Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.**
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Razlaga učnih izidov lekcije
 - B. Učitelj predstavi vsebine, zajete v modulu 13:
 - Kaj je socialno podjetništvo in kdo je socialni podjetnik.
 - Ključne značilnosti socialnih podjetij
 - Vrste socialnih podjetnikov
 - Značilnosti ekosistema za socialno podjetništvo
 - Prvi koraki v socialnem podjetništvu



C. Učitelj navaja nekaj praktičnih primerov:

- Video - Intervju s podjetnikom

(<https://www.youtube.com/watch?v=vT6zycAMjv0&t=1018s>)

9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Uvod: Dobrodošli v scenariju z razvejevanjem na temo pravnega vidika socialnega podjetnika. Ta vaja je zasnovana za preverjanje vašega znanja in sposobnosti odločanja v povezavi s pravnimi oblikami različnih situacij. Vsako vprašanje skrbno preberite in izberite najustreznejši odgovor.

1. vprašanje: Kaj je značilno za socialno podjetništvo?

- a) Socialno podjetništvo se osredotoča predvsem na dobiček.
- b) Socialno podjetništvo se osredotoča na razvijanje poslovnih priložnosti, ki imajo pozitiven vpliv.
- c) Dejavnost socialnega podjetništva je tesno povezana z doseganjem dobička z izkoriščanjem najrevnejših.

Povratne informacije 1a: Odgovor ni pravilen. Osrednja ideja socialnega podjetništva temelji na socialnih in okoljskih spremembah ob hkratnem doseganju dobička.

Povratne informacije 1b: Dobra izbira! Bistvo socialnega podjetništva je skrb za socialne spremembe in zaslužek ob istem času.

Povratne informacije 1c: To ni pravilen odgovor. Dejansko je popolnoma drugače, saj je osrednje vodilo socialnega podjetništva pomagati najrevnejšim.

2. vprašanje: Katere od navedenih lastnosti mora imeti podjetnik?

- a) Vztrajnost
- b) Ravnodušnost
- c) Pohlep

Povratne informacije 2a: Dober odgovor! Podjetništvo je res razgibana pot, enkrat si na vrhu, drugič na tleh - vztrajnost je ključna lastnost, ki jo mora imeti vsak bodoči socialni podjetnik.

Povratne informacije 2b: Nepravilen odgovor! Kot nakazuje že samo poimenovanje poklica, mora imeti socialni podjetnik lastnosti, kot je empatija, ki pa je nasprotje ravnodušnosti.

Povratne informacije 2c: To ni pravilen odgovor. Pohlep ni tipična značilnost osebe, ki si prizadeva za to, da bi se svet spremenil na bolje.

3. vprašanje: Kaj so slabosti socialnega podjetnika?

- a) Delo opravljate sami, ne morete se zanesti na zunanjo podporo.
- b) Vaše delo ne prinaša razvoja.
- c) Imate možnost osebne izpolnitve.



Povratne informacije 3a: Ne drži! - Socialni podjetniki se zavedajo, da noben posameznik ne more doseči trajnih sprememb. Sprejmejo dejstvo, da je za resnične spremembe potrebna celotna skupnost.

Povratne informacije 3b: Nepravilen odgovor! Socialno podjetništvo zagotavlja razvoj. Nemogoče je obstati na mestu na isti razvojni poti.

Povratne informacije 3c: Odlično! Ni boljše izbire poklica, če želite zadovoljstvo!

4. vprašanje: Ali je pomembno iskati podporo in pomoč na začetku dogodivščine socialnega podjetnika?

- a) Ne, jaz vem vse.
- b) Ne, vse lahko najdem na spletu.
- c) Da.

Povratne informacije 4a: Nepravilno. Nihče ne ve vsega. Na začetku poti v socialnem podjetništvu je ključnega pomena, da pridobimo čim več relevantnih informacij in podpore, saj nas lahko napake v socialnem podjetništvu drago stanejo.

Povratne informacije 4b: Nepravilno. Na spletu je veliko uporabnih informacij, vendar te niso prilagojene točno vašim potrebam.

Povratne informacije 4c: Pravilno! Informacije in izkušnje, ki jih dobite osebno - neprecenljivo!

Zaključek: Čestitke ob zaključku scenarija z razvejevanjem na temo dogodivščina socialnega podjetništva. Pokazali ste, da razumete, kaj so prvi koraki in katere osebne lastnosti so pomembne za socialnega podjetnika. Ne pozabite se posvetovati z institucijami, ki zagotavljajo podporno okolje podjetnikom za podporo, potrditev poslovne ideje in pomoč.

10. OCENJEVANJE

- Značilnosti podjetnika; Raziskava 6 ključnih karakteristik, lestvica med 1 in 10 (samooценjevanje).

Lastnosti socialnega podjetnika	Relevantnost: 1-10
Pripravljenost na sodelovanje	
Socialna motiviranost	
Strast	
Zaupanje	
Vizionarske in vodstvene sposobnosti	
Sposobnost prevzemati tveganja	



11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. str. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Value Proposition Design. Dostopno na: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. str. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. www.delajvitko.si.
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures«; Prentice Hall - Bergant, A.
- [6] Sushanta Maiti (2021); »What is Entrepreneurship? Definition, 5 Types, 5 Scopes, Characteristics, 5 Importance«; https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship
- [7] Indeed Editorial Team (2021); »12 Pros and Cons of Being an Entrepreneur«; <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



MODUL 14: OKOLJSKO PODJETNIŠTVO

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Podjetja se danes soočajo z dvojnim izzivom: doseči gospodarsko rast ob hkratnem zagotavljanju okoljske trajnosti. To ravnovesje ni le etični imperativ, ampak je postalo strateška nujnost v svetu, ki se vse bolj zaveda ekoloških skrbi. To presečišče predstavlja okoljsko podjetništvo, ki poudarja poslovne modele in strategije, ki pozitivno prispevajo k okolju.

Ko se poglobljamo v ta modul, je ključnega pomena, da se zavedamo, da sprejemanje trajnostnih praks za sodobna podjetja ni več izbirno. Potrošniki, deležniki in regulativni organi težijo k okoljsko ozaveščenim dejavnostim. Zato je razumevanje in povezovanje zelenega podjetništva bistveno za vsako podjetje, ki si prizadeva za dolgoživost in ustreznost v trenutnem globalnem okolju."

Temu govoru sledi kratek uvod v učne in učne cilje.

2. UČNI CILJI

- Razumeti temeljne koncepte okoljskega podjetništva.
- Prepoznajte njegov pomen v sodobni družbi.
- Raziščite primere zelenih podjetij iz resničnega življenja.
- Razumite korake, ki jih podjetja potrebujejo za prehod na okolju prijaznejše prakse

3. UČNI REZULTATI

- Opredeliti okoljsko podjetništvo in njegov družbeni pomen.
- Navedite primere uspešnih zelenih podjetij.
- Priprava načrta za podjetja, ki želijo sprejeti trajnostne prakse

4. UČNE METODE:

- Interaktivne razprave
- Analiza študije primera
- Skupinske seje brainstorminga
- Vaje za igranje vlog



5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ¹⁹

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Vid
 2. Vrednotenje idej
 3. Priložnosti za odkrivanje
 4. Etično in trajnostno razmišljanje
- **Viri:**
 1. Samozavedanje in samoučinkovitost
 2. Mobilizacija virov
 3. Finančna in ekonomska pismenost
- **K dejanjem:**
 1. Prezem pobude
 2. Načrtovanje in upravljanje
 3. Spopadanje z dvoumnostjo, negotovostjo in tveganjem
 4. Učenje skozi izkušnje

6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta
- Tabla in oznake
- Gradivo za študijo primera

7. OGREVANJE (15 MIN.)

Aktivnost: "Zelena ali ne?"

Predstavite nabor izdelkov ali poslovnih modelov ter prosite udeležence, da opredelijo, ali so okolju prijazni ter razpravljajte o razlogih za njihove odločitve.

8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebine, vključene v PPT in izročke, ki jih dobijo učenci.
 - A. Razlaga učnih izidov lekcije

¹⁹ <https://entre-comp.eu/>



B. Učitelj predstavi koncepte, ki jih je treba zajeti v lekciji 14:

- Uvod v okoljsko podjetništvo
- Možnost sodelovanja malih in srednje velikih podjetij v zelenem podjetništvu.

C. Učitelj navaja nekaj praktičnih primerov:

9. AKTIVNOST POT DO ZELENEGA PODJETJA

Zasnova scenarija: Udeležencem se predstavijo tri hipotetična podjetja iz določenih panog: prodaja oblačil na drobno, tehnološko zagonsko podjetje ter podjetje za hrano in pijačo. Vsako od podjetij ima svoje specifične izzive v povezavi z okoljsko trajnostjo.

1. Prodaja oblačil na drobno - "Stitch & Trend"

Izziv: Podjetje pridobiva materiale iz različnih držav, kar vodi v velik ogljični odtis zaradi prevoza. Poleg tega materiali niso pridobljeni trajnostno ali jih ni mogoče reciklirati.

Možne rešitve:

- Preklopite na lokalne dobavitelje za zmanjšanje emisij zaradi prevoza.
- Dajte prednost organskim ali recikliranim materialom.
- Vzpostavite program vrnitve ali recikliranja starih kosov oblačil.

Ovire, ki jih je potrebno premagati:

- Večji stroški za trajnostne materiale.
- Morebitno nasprotovanje dobaviteljev.
- Potreba po poučitvi potrošnikov glede programov recikliranja.

2. Tehnološko zagonsko podjetje - "GadgetGenius"

Izziv: Zagonsko podjetje izdeluje pametni pripomoček za dom, ki konča kot elektronski odpad, ko zastari. Pri proizvodnem procesu se porabi tudi znatna količina vode.

Možne rešitve:

- Zasnujte izdelek za dolgoživost in nadgradljivost.
- Vzpostavite sistem za vračanje izdelka za recikliranje ali obnovo.
- Preglejte proizvodne procese glede učinkovite rabe vode

Ovire, ki jih je potrebno premagati:

- Začetna naložba v raziskave in razvoj za trajnostno zasnovo.
- Zagotavljanje ustreznega odlaganja e-odpadkov ali obnove brez ogrožanja varnosti podatkov.
- Usposabljanje zaposlenih v novih proizvodnih procesih.



3. Podjetje za hrano in pijačo - "TastyMunch Co."

Izziv: Obrat za predelavo hrane porablja veliko organskega materiala, embalaža ni biorazgradljiva oziroma je ni mogoče reciklirati.

Možne rešitve:

- Pretvorite organske odpadke v kompost ali darujte živinorejnim kmetijam.
- Preklopite na biorazgradljivo embalažo ali embalažo, ki jo je mogoče reciklirati.
- Sodelujte z lokalnimi skupnostmi glede programa recikliranja.

Ovire, ki jih je potrebno premagati:

- Morebitno povečanje stroškov embalaže.
- Vzpostavljanje partnerstev z zanesljivimi subjekti za ravnanje z odpadki.
- Prepričevanje trgovcev na drobno in potrošnikov, da sprejmejo spremenjeno embalažo

Potek aktivnosti:

Udeleženci se razdelijo v skupine, pri čemer vsaka skupina izbere eno podjetje, na katerega se osredotoči. Prepoznajo okoljske izzive, predlagajo rešitve zanje in nato predstavijo načrt izvedbe teh rešitev ob upoštevanju morebitnih ovir. Ob koncu vaje skupine predstavijo svoje strategije in prejmejo povratne informacije. Na ta način pridobijo vpogled v kompleksnosti in odtenke prehoda na bolj zelen poslovni model.

10. OCENJEVANJE

Testna predstavitev: Vsak udeleženec pripravi kratko predstavitev na določeno temo. Kolegi in učitelj zagotovijo povratne informacije na podlagi vsebine, oblike in načina podaje.

Pisni test: Kratek kviz o najboljših praksah glede oblike in izvedbe predstavitev.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)

12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

[1] : Stefan Gorgels in Maximilian Priem iz DIW Econ in Tsvetelina Blagoeva, Agnès Martinelle in Giulio Milanese iz PwC, Annual Report on European SME's 2021/22, SMEs and environmental sustainability Background document, Evropska komisija, april 2022



[2] : Katarzyna Piwowar-Sulej, Małgorzata Krzywonos, Izabela Kwil, Environmental Entrepreneurship-Bibliometric and content analysis of the subject literature based on H-Core, Journal of Cleaner Production, Volume 295, maj 2021

[3] : M. Lenox, J.G. York, Environmental Entrepreneurship, Oxford handbook of Business and the Environment, Oxford University Press, 2011
https://www.academia.edu/1512815/Environmental_Entrepreneurship

[4] I. A. Bogoslov, A. E. Lungu, E. A. Stoica, in M. R. Georgescu, European Green Deal Impact on Entrepreneurship and Competition: A free Market Approach, MDPI, Sustainability 2022
<https://www.mdpi.com/2071-1050/14/19/12335>

[5] EUSPSA, EU Space for Green Transformation, Publications Office of the European Union, Luksemburg 2023

https://www.euspa.europa.eu/sites/default/files/eu_space_for_green_transformation_a_new_tool_for_companies_to_monitor_their_sustainability_targets_2023_issue_1.pdf

[6] National Confederation of Greek trade, Environment and Entrepreneurship, NCGR, Atene, 2014

http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/1668/3/1668_2_%ce%95%ce%9d%ce%9f%ce%a4%ce%97%ce%a4%ce%91%2012_COVER.pdf



MODUL 15: DIGITALIZACIJA POSLOVANJA

1. UVOD

Kot učitelj morate začeti z motivacijskim govorom, npr.:

«Dragi učenci.

Danes bomo govorili o digitalizaciji poslovanja.... V tej dobi sprememb brez primere sprejemanje digitalizacije ne pride več v poštev; To je nujno. Ima ključ do odklepanja sveta neomejenih možnosti in preoblikovanja načina poslovanja.

Digitalizacija nam omogoča, da revolucioniramo uporabniške izkušnje, zagotavljamo brezhibne interakcije in prilagojene rešitve. Omogoča nam optimizacijo poslovanja, avtomatizacijo procesov in povečanje učinkovitosti v vseh naših organizacijah. Z izkoriščanjem moči digitalnih tehnologij lahko pridobimo neprecenljiv vpogled v podatke, kar nam omogoča, da sprejemamo premišljene odločitve in ostajamo korak pred konkurenco.

Seveda se bodo pojavili tudi izzivi, vendar lahko s prilagodljivostjo, inovativnostjo in sodelovanjem oblikujemo svetlejšo prihodnost. Skupaj se podamo na to transformativno potovanje in uspevamo v digitalni dobi!"

Govoru sledi kratek uvod v učne in učne cilje:

V zadnjih desetletjih se je tehnološki napredek močno povečal, kar neposredno vpliva na vse dele vsakdanjega življenja. Informacijska tehnologija (IT) ni več zgolj podporno orodje za izvajanje poslovnih dejavnosti; namesto tega gre za osrednje poslovno delovanje malih in srednje velikih podjetij (MSP), iz katerega se izvajajo vse funkcije in uresničevanje poslovne strategije podjetja. Značilnost digitalizacije, ki se pojavlja v poslovanju MSP, je funkcionalna uporaba interneta in digitalnih rešitev na področju proizvodnje, trženja, promocije, prodaje in oblikovanja. Personaliziran pristop v celotni vrednostni verigi omogoča podjetjem, da se hitro prilagodijo potrebam strank, pri čemer so faze med načrtovanjem izdelkov in dostavo izdelkov krajše, tehnološko naprednejše in stroškovno učinkovitejše. Modul vključuje predstavitev osnov digitalnega poslovanja, ključnih korakov in področij, kjer digitalizacija prinaša možnost dolgoročnega poslovanja in konkurenčne prednosti.



2. UČNI CILJI

- Kaj je digitalizacija?
- Prednosti digitalizacije
- Katera so ključna digitalna orodja?
- Kako pristopiti k oblikovanju digitalne strategije

3. UČNI REZULTATI

- Poznavanje načel digitalizacije
- Poznavanje digitalnih orodij
- Prednosti uporabe digitalizacije v poslovanju
- Digitalna strategija za naše poslovanje

4. UČNE METODE:

- Preučitev priporočene literature in spletnih virov
- Odločanje na podlagi rezultatov iz B-ECO razvejevanj
- Ocenjevanje modula

5. REZULTATI - PRIDOBLEJENE KOMPETENCE (V POVEZAVI Z ENTRE-COMP) ²⁰

- **Zamisli in priložnosti:**
 1. Ustvarjalnost
 2. Vrednotenje idej
 3. Vizija
- **Viri:**
 1. Motivacija in vztrajnost
 2. Samozavedanje in lastna učinkovitost
 3. Mobilizacija virov
- **K dejanjem:**
 1. Načrtovanje in upravljanje
 2. Prezem pobude
 3. Učenje skozi izkušnje

²⁰ <https://entre-comp.eu/>



6. OPREMA IN VIRI:

- Računalnik
- Projektor ali TV
- Dostop do spleta

7. OGREVANJE (15 MIN.)

1. primer: Kviz o digitalni preobrazbi

"Pozabavajmo se s hitrim kvizom! Postavil/postavila vam bom nekaj vprašanj o digitalizaciji poslovanja. Če želite odgovoriti, dvignite roko. Na ta način bomo utrdili razumevanje tematike.

1. Kaj pomeni digitalna preobrazba v kontekstu poslovanja?
2. Navedite en primer, ki ponazarja, kako je digitalizacija spremenila naš način komuniciranja.
3. Ali lahko podate primer podjetja, ki je sprejelo digitalizacijo za izboljšanje izkušenj strank?
4. Kako je tehnologija omogočila podjetjem racionalizirati njihove dejavnosti in povečati učinkovitost?
5. Navedite nekaj potencialnih prednosti digitalizacije za podjetja.
6. Drži ali ne drži: Digitalna preobrazba je enkraten dogodek in ne zahteva nenehnega prilagajanja.
7. Kako lahko digitalne tehnologije pomagajo podjetjem pridobiti dragocene vpoglede na podlagi podatkov?
8. Navedite en izziv ali oviro, s katero se lahko podjetja soočajo med procesom digitalne preobrazbe.
9. Kako lahko digitalizacija prinese nove priložnosti za podjetja pri doseganju svetovnih trgov?
10. Katere korake lahko naredijo podjetja, da se pripravijo na in uspešno izvedejo digitalno preobrazbo?

Vprašanja lahko poljubno spremenite ali jih dodate glede na raven znanja in razumevanja, ki jo želite oceniti. Uživajte pri reševanju kviza!

Primer 2: Igra: Razkazovanje prednosti proti slabostim - izdaja Rapid Fire



Navodila:

1. Razdelite udeležence v dve ekipi: Ekipa "Prednosti" in Ekipa "Slabosti".
2. Nastavite velik grafikon ali tablo z dvema stolpcema z oznakama »Prednosti« in »Slabosti«.
3. Pojasnite, da bo igra vključevala hiter krog navajanja prednosti in slabosti digitalizacije v poslu.
4. Vsaka ekipa se bo menjavala, pri čemer bo po en član iz vsake ekipe naenkrat stopil naprej, da navede eno samo pro ali con točko, povezano z digitalizacijo.
5. Ekipe bodo imele na voljo omejeno količino časa (npr. 10 sekund), da predstavijo svoje stališče in ga jasno in jedrnato izrazijo.
6. Kot je navedeno, jo bo določena oseba (moderator ali drug udeleženec) hitro zapisala v ustrezen stolpec na grafikonu ali tabli.
7. Ko je točka navedena, se obrat premakne na naslednjo osebo v nasprotni ekipi in igra se nadaljuje hitro.
8. Igra napreduje, dokler ni doseženo vnaprej določeno število točk ali določena časovna omejitev.
9. Po tekmi olajšajte razpravo, da nadalje raziščete točke in se vključite v prijateljsko razpravo.

Primer:

1. krog:

- Član ekipe "Prednosti": "Povečana operativna učinkovitost."
- Član ekipe "Slabosti": "Potencialno razmestitev delovnih mest."

2. krog:

- Član ekipe "Prednosti": "Dostop do svetovnih trgov."
- Član ekipe »Slabosti«: »Tveganja za kibernetško varnost«.

3. krog:

- Član skupine »Prednosti«: »Izboljšano sodelovanje strank«.
- Član ekipe "Slabosti": "Začetni visoki stroški izvajanja."

Nadaljujte kroge in spodbujajte udeležence, da v danem časovnem okviru dobijo čim več točk. Ko se igra zaključi, se vključite v razpravo, kjer lahko udeleženci podrobneje predstavijo točke, izrazijo svoje mnenje in razmislijo o splošnem vplivu digitalizacije na podjetja.

Ta igra dodaja element hitrosti, konkurence in energije razpravi o prednostih in slabostih, zaradi česar je bolj dinamična in privlačna za udeležence.



8. PREDSTAVITEV (35 MIN.)

- Power point predstavitev za lekcijo + praktični primeri.
- Učitelj bo razložil vsebino PPT in izročke, ki so na voljo učencem.
 - A. Razlaga učnih izidov lekcije
 - B. Učitelj predstavi koncepte, zajete v lekciji 15:
 - Kaj je digitalizacija?
 - Prednosti digitalizacije.
 - Katera so ključna digitalna orodja?
 - Kako pristopiti k oblikovanju digitalne strategije?
 - C. Učitelj navaja nekaj praktičnih primerov:
5 diapozitivov Podjetniške ideje za uspeh (lokalno!)

9. SCENARIJ Z RAZVEJEVANJEM

Scenarij: Ste lastnik malega podjetja in pravkar ste slišali za potencialne prednosti digitalizacije. Razmišljate o vpeljavi digitalnih tehnologij v poslovanje vašega podjetja, da bi ostali konkurenčni in dosegli širše občinstvo. Raziščimo različne poti, po katerih se lahko podate na podlagi vaših odločitev.

Veja 1: Izvedba digitalne preobrazbe

Odločili ste se za celovito digitalno preobrazbo in naložbo v vpeljavo digitalnih tehnologij v poslovanje vašega podjetja.

Rezultat 1: Poenostavitev poslovanja in izboljšanje izkušenj strank

Z vpeljavo digitalnih orodij in avtomatizacijo vaših procesov poenostavite svoje poslovanje, zmanjšate ročna opravila in povečate učinkovitost. Stranke cenijo brezhibno izkušnjo, od spletnega naročanja do prilagojenih priporočil, vaše podjetje pa pridobi konkurenčno prednost.

Rezultat 2: Razširjena spletna prisotnost in svetovni doseg

Na podlagi robustne digitalne strategije ustvarite močno prisotnost na spletu s pomočjo uporabnikom prijazne spletne strani, aktivne prisotnosti na družabnih omrežjih in ciljno usmerjenimi kampanjami digitalnega marketinga. Vaše podjetje privlači stranke iz različnih regij in uspešno se širite na svetovne trge.

Veja 2: Delna digitalna uporaba

Odločite se za bolj previden pristop in za delno uporabo digitalnih tehnologij.

**Rezultat 1: Izboljšana učinkovitost na specifičnih področjih**

S selektivno uporabo digitalnih orodij na specifičnih področjih, kot sta upravljanje zalog ali upravljanje odnosov s strankami, dosežete izboljšano učinkovitost in boljšo organizacijo znotraj teh oddelkov. Vendar pa lahko zamudite holistične prednosti celovite digitalne preobrazbe.

Rezultat 2: Omejen tržni doseg

Medtem ko ohranjate osnovno prisotnost na spletu, ne morete izkoristiti polnega potenciala digitalnih kanalov. Posledično vaše podjetje težka dosega širše občinstvo, zlasti v vedno bolj konkurenčni digitalni krajini.

Veja 3: Upor proti spremembam

Odločili ste se, da se boste uprli digitalizaciji in se držali tradicionalnih poslovnih praks.

Rezultat 1: Upad konkurenčnosti

Ko vaši tekmeci sprejmejo digitalne tehnologije, pridobijo konkurenčno prednost v smislu učinkovitosti, izkušenj strank in tržnega dosega. Vaše podjetje le težka sledi temu in tvegata, da boste zaostali.

Rezultat 2: Omejena prilagodljivost

Tehnološki napredki izjemno hitro preoblikujejo panoge in vaš odpor do sprememb omejuje vašo sposobnost prilagoditve na spreminjajoče povpraševanje potrošnikov in tržne trende. Vaše podjetje stagnira in se na dolgi rok sooča z izzivi.

10. OCENJEVANJE

V svojem podjetju za ročno izdelan nakit želite predstaviti nov izdelek: uhane in ogrlice iz odpadnih materialov. Opravili ste že tržno raziskavo, zdaj je čas za načrtovanje tržne strategije:

1. Opredelite svoj ciljni trg in cilje, ki jih želite doseči s trženjem.
2. Analizirajte potrebe svojih strank.
3. Določite komunikacijske kanale, ki jih želite uporabiti za doseganje svojih strank, in pojasnite svojo izbiro.

11. ZBIRKA ŠTUDIJ PRIMEROV "NAJVEČJE USPEŠNICE" (R3)



12. VIRI ZA UČITELJE - DEL ALI VSI IZ "VIRI" V MODULIH (R1)

- [1] Juliana Marulanda, 2021; »What is business digitalization? 3 tips to start your digital transformation«; <https://www.pagero.com/blog/what-is-business-digitalization/>
- [2] Bharadwaj, A., Sawy, O. A., Pavlou, P. A. in Venkatraman, N. (2013): »Digital Business Strategy: Toward A Next Generation of Insights«; MIS Quarterly, 471-482
- [3] Haissam Abdul Malak, (2022); »10 Untold Advantages of Digitalization That You Should Know!«; <https://theecmconsultant.com/advantages-of-digitalization/>
- [4] Aanchal Parmar (2022), »Top 24 Digitalization Tools to Fuel Your Digital Transformation Strategy«; <https://scribeshow.com/library/digitalization-tools>
- [5] Indeed Editorial Team (2021, 2022); »What Is a Digital Strategy Definition, Benefits and Tips«; <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/digital-strategy>