Posodobitve pouka v gimnazijski praksi

EKONOMIJA, PODJETNIŠTVO, POSLOVNA INFORMATIKA



Ana Golob
dr. Mira Rihtarič
dr. Simon Čadež
mag. Jasmina Dolinšek
Klavdija Živko
Irena Papac
mag. Maja Urlep
Tanja Batistič
Elena Rudolf
Denise Beltram
Nastja Valentinčič Al Bukhari

Posodobitve pouka v gimnazijski praksi

Ekonomija, podjetništvo, poslovna informatika

Uredila:	**Ana Golob**
Avtorji:	**Ana Golob, dr. Mira Rihtarič, dr. Simon Čadež, mag. Jasmina Dolinšek, Klavdija Živko, Irena Papac, mag. Maja Urlep, Tanja Batistič, Elena Rudolf, Denise Beltram, Nastja Valentinčič Al Bukhari**
Strokovni pregled:	**dr. Jana Žnidaršič, prof. Irena Babič Vrečar**
Jezikovni pregled:	**Tatjana Ličen**
Izdal in založil:	**Zavod RS za šolstvo**
Predstavnik:	mag. **Gregor Mohorčič**
Urednica zbirke:	**Alenka Štrukelj**
Oblikovanje:	**Irena Hlede**
Postavitev in tisk:	**Present d.o.o.**
Naklada:	**200 izvodov**

Prva izdaja, prvi natis

Ljubljana, 2010

Publikacija je brezplačna.

Zahvaljujemo se Slovenskemu etnografskemu muzeju za uporabo slikovnih gradiv, ki smo jih uporabili za grafično opremo publikacije.

Zbirka knjig Posodobitev pouka v gimnazijski praksi je nastala v okviru projekta Posodobitev gimnazije – Posodobitev učnih načrtov, ki sta ga vodili dr. Amalija Žakelj, vodja projekta in mag. Marjeta Borstner, namestnica.

Izid publikacije sta sofinancirala Evropski socialni sklad Evropske unije in Ministrstvo za šolstvo in šport.

Zavod Republike Slovenije za šolstvo

REPUBLIKA SLOVENIJA | MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT

Naložba v vašo prihodnost
OPERACIJO DELNO FINANCIRA EVROPSKA UNIJA
Evropski socialni sklad

© Zavod Republike Slovenije za šolstvo, 2010

Vse pravice pridržane. Brez založnikovega pisnega dovoljenja gradiva ni dovoljeno reproducirati, kopirati ali drugače razširjati. Ta prepoved se nanaša tako na mehanske (fotokopiranje) kot na elektronske (snemanje in prepisovanje na karšen koli pomnilniški medij) oblike reprodukcije, razen delov, kjer je to posebej označeno.

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

37.091.3:659.23:004(082)
37.019.3:33(082)

POSODOBITVE pouka v gimnazijski praksi. Ekonomija, podjetništvo, poslovna informatika / Ana Golob ... [et al.]. - 1. izd., 1. natis. - Ljubljana : Zavod RS za šolstvo, 2010

ISBN 978-961-234-852-6
1. Golob, Ana, 1946-
251201792

VSEBINA

UVOD 5

1 NOVOSTI V POSODOBLJENEM UČNEM NAČRTU 7

1.1 Nekaj misli ob pripravi didaktičnega priročnika za ekonomijo (*Ana Golob*) 9

1.2 K posodobljenemu učnem načrtu za ekonomijo (*dr. Mira Rihtarič*) 13

1.2.1 Kaj je ekonomija? Zakaj študirati ekonomijo? (A) 13

1.2.2 Trg in konkurenca (B) 15

1.2.3 Tržno gospodarstvo (C) 17

1.2.4 Svetovno gospodarstvo (D) 19

1.2.5 Slovensko gospodarstvo (E) 21

1.2.6 Viri in literatura 24

1.3 Ekonomska kriza danes v svetu in doma (*dr. Simon Čadež*) 25

2 PRIMERI VPELJEVANJA NOVOSTI V PRAKSI 27

2.1 Ekonomija 29

2.1.1 Temeljni ekonomski pojmi in procesi 29

2.1.1.1 Temeljni ekonomski problem (*mag. Jasmina Dolinšek, Klavdija Živko*) 29

2.1.1.2 Gospodarski krožni tok v priredbi renesančne tragedije Romeo in Julija – šolski razvojni projekt na Gimnaziji Brežice (*Irena Papac*) 41

2.1.1.3 Gospodarstvo v regiji Spodnje Posavje (*Irena Papac*) 57

2.1.1.4 Merila uspešnosti poslovanja podjetij (*mag. Maja Urlep, Ana Golob*) 76

2.1.1.5 Pravni vidik podjetja – vrste podjetij v sodobnih tržnih gospodarstvih (*mag. Jasmina Dolinšek, mag. Maja Urlep*) 87

2.1.1.6 Premiki premice cene – program za preverjanje za dijake (*Tanja Batistič*) 112

2.1.1.7 Premica cene kot linearna funkcija (*mag. Maja Urlep, Elena Rudolf*) 119

2.1.2 Temelji mikroekonomije 123

2.1.2.1 Elastičnost povpraševanja – program za izdelavo seminarske naloge (*Tanja Batistič*) 123

2.2 Podjetništvo, poslovna informatika 132

2.2.1 Dileme rasti podjetja 132

2.2.1.1 Multimedijsko reklamno sporočilo (*Denise Beltram, Nastja Valentinčič Al Bukhari*) 132

LEGENDA:

Dovoljeno kopiranje in reproduciranje gradiv za potrebe pouka.

Uvod

Ana Golob

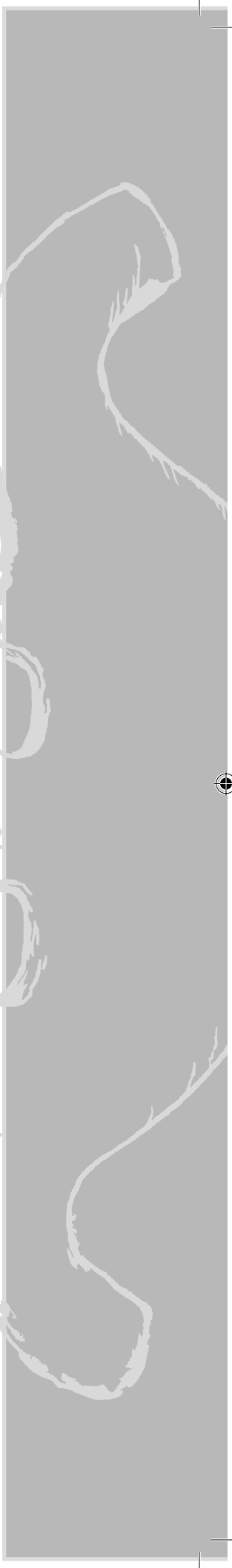
Pred nami je publikacija Posodobitve pouka v gimnazijski praksi, ki smo jo pripravili v letu 2009 ob uvajanju posodobljenih učnih načrtov za predmete ekonomija, podjetništvo in poslovna informatika. V publikacijo so vključeni primeri dobre prakse, ki so jih pripravili in pri pouku izvedli člani predmetne razvojne skupine in mentorski učitelji za področje ekonomije. Te primere dobre prakse so prikazali na usposabljanjih učiteljev za delo s posodobljenimi učnimi načrti. Publikacija zajema le primere prvih dveh sklopov posodobljenega učnega načrta za predmet ekonomija, saj smo posodobljeni učni načrt začeli uvajati v šolskem letu 2008/09, in primer dobre prakse za predmeta podjetništvo, ki smo ga začeli uvajati v šolskem letu 2009/10, in poslovna informatika, kjer bo po posodobljenem učnem načrtu začel teči pouk v šolskem letu 2010/11.

Člani predmetne razvojne skupine in mentorski učitelji za področje ekonomije in vsi učitelji izražamo pričakovanja, da se bo delo pri ustvarjanju publikacije nadaljevalo tako, da bo v prihodnosti postala bogatejša in bo pokrila vse tri predmete področja ekonomije in seveda čim več učnih sklopov posodobljenega učnega načrta za ekonomijo.

Rada bi se zahvalila avtoricam za kakovostno in skrbno opravljeno delo ter konzulentom, strokovnima recenzentkama in vsem, ki so pripomogli, da je pred učitelji publikacija, ki je »transparenten smerokaz, kako na kreativen in sodoben način omogočiti dijakom pridobivanje znanja, ki naj bo trajno, smiselno umeščeno v aktualna dogajanja in predvsem uporabno; hkrati pa tudi dobra osnova za nadaljnje poglabljanje znanja na univerzi.«[1]

[1] *dr. Jana Žnidaršič v recenziji priročnika*

Novosti v posodobljenem učnem načrtu



1.1 Nekaj misli ob pripravi publikacije za ekonomijo

Ana Golob

Na področju ekonomije želimo na eni strani poudariti in razvijati dobro poznavanje temeljnih splošnih ekonomskih znanj, ki so potrebna za razumevanje ekonomskih procesov v Sloveniji in sodobnem svetu. Na drugi strani pa želimo pokazati, da ekonomija ni le abstraktna znanost, ampak pojasnjuje vsakodnevno poslovno, družbeno in zasebno življenje ljudi. S tem omogoča razumevanje, analiziranje in kritično presojanje ekonomskega okolja, pa tudi uspešno nadaljevanje izobraževanja.

Komisija za posodabljanje učnega načrta na področju ekonomije je skladno s sprejetimi smernicami, načeli in cilji posodabljanja učnih načrtov (v letu 2007 jih je pripravila Komisija za spremljanje in posodabljanje učnih načrtov in katalogov znanj za področje splošnega izobraževanja in splošnoizobraževalnih znanj v poklicnem izobraževanju) in ob upoštevanju ugotovitev spremljave, ki je potekala v ekonomskih gimnazijah v letu 2003 in 2004, posodobila učni načrt za predmet ekonomija. Pri tem smo upoštevali naslednje:

1. Problematika učnih načrtov za ekonomijo v ekonomskih gimnazijah se precej pokriva z analizo učnih načrtov v gradivu **Analiza učnih načrtov, Poročilo** (osnovna šola, gimnazija), ki ga je pripravila dr. Amalija Žakelj maja 2006. Skupaj s sprejetimi izhodišči je bilo osnova za posodabljanje učnih načrtov za ekonomijo.
2. Učni načrt za predmet ekonomija je zasnovan ustrezno in je v vsebinskem smislu zaokrožena celota, zato komisija koncepta zasnove učnih načrtov, ki jo je pripravil dr. Miroslav Glas, ni spreminjala.
3. Komisija za posodabljanje učnih načrtov za ekonomijo se je osredotočila na naslednje:
   - **Cilji** v učnih načrtih so jasno oblikovani, a se nanašajo predvsem na poznavanje vsebin, zato smo pri posodobitvi poudarili razvijanje veščin in pridobivanje procesnih znanj dijakov.

     Pri zapisu ciljev smo opredelili različne taksonomske ravni znanja in upoštevali različne sposobnosti dijakov (personalizacija izobraževanja).

     Splošne cilje je bilo treba bolj povezati z operativnimi, v operativnih ciljih pa jasneje opredeliti in razvidno zapisati procese, veščine in poti do znanja.
   - Pri posodabljanju smo morali upoštevati prevelik obseg učnih **vsebin** in pri nekaterih vsebinah preveliko zahtevnost, ki ne ustreza razvojni stopnji in zmožnostim razumevanja dijakov. Tako smo zahtevnejše vsebine prenesli med izbirne. Učitelj ima s tem možnost uresničevati načelo individualizacije in diferenciacije pouka.

- Zagotoviti smo želeli večjo odprtost in **izbirnost** v učnih načrtih in tako možnost vključevanja aktualnih dogajanj v družbi in okolju v pouk. Tako smo v posodobljenem učnem načrtu označili obvezne vsebine od izbirnega dela vsebin. Z večjo uporabnostjo znanja želimo pridobiti in povečati zanimanje dijakov za učenje (avtentično učenje).
- V učnem načrtu smo nakazali možnosti **medpredmetnih** povezav in vključevanje **kroskurikularnih** tem v pouk.
- Z **didaktičnega** vidika je bilo treba v posodobljeni učni načrt vključiti aktivne oblike in metode učenja in poučevanja in v središče izobraževalnega procesa postaviti dijaka (učni načrt za ekonomijo je bil zastavljen preobsežno in zelo zahtevno, veliko časa je bilo namenjenega pripravam na maturo, pouk se je izvajal predvsem v frontalni obliki z metodo razlage učitelja). V posodobljenem učnem načrtu so tako nakazane številne možnosti izvajanja sodobnih oblik in metod dela, učitelj ima mentorsko vlogo, več je predvidenega samostojnega dela dijakov.
- V posodobljenem učnem načrtu za ekonomijo so na novo opredeljene **kompetence (**osem ključnih kompetenc iz Priporočila Evropskega parlamenta in sveta[2] je združenih v pet kompetenc, ki se nanašajo na ekonomijo), njihovo razumevanje, izvajanje in pomen na predmetnem področju ekonomija. V posodobljenem učnem načrtu smo izpostavili uresničevanje naslednjih kompetenc:
  1. sporazumevanje v maternem jeziku, razvijanje kulturne zavesti in izražanja, sposobnost javnega nastopanja s predstavitvami, uporaba knjižničnih informacijskih virov,
  2. razvijanje učnih strategij, načrtovanje učenja, sodelovanje v timu, razvijanje podjetnih, organizacijskih in vodstvenih sposobnosti,
  3. uporaba računalniškega znanja in povezovanje le-tega z ekonomskim znanjem,
  4. podjetniški pristop in samoiniciativnost,
  5. zavedanje pomena in nujnosti vseživljenjskega izobraževanja ...
- Prav tako smo v celoti na novo zapisali **pričakovane rezultate**.

V šolskem letu 2008/09 je potekalo uvajanje posodobljenega učnega načrta za maturitetni predmet ekonomija v prvem letniku ekonomske gimnazije. Predmetna razvojna skupina za področje ekonomije si je z uvajanjem posodobljenega učnega načrta za ekonomijo zastavila naslednje naloge:

[2] *»Key competencies: A developing concept in general compulsory education«. (2003). Brussels: European Commission. (citirano 15.2.2010). Dostopno na naslovu: http://www.mszs.si/eurydice/pub/eurydice/survey_5_en.pdf*

- usposabljanje učiteljev za delo s posodobljenim učnim načrtom,
- usposabljanje mentorskih učiteljev,
- organizacija in izvedba delovnih srečanj učiteljev,
- priprava, razvoj in analiza primerov dobre prakse, priprava učnih in delovnih gradiv,
- spremljanje procesa pouka.

Pri uresničevanju gornjih nalog smo v predmetni razvojni skupini v celoti upoštevali predloge, želje in interese učiteljev.

Na delovnih srečanjih učiteljev smo pozornost namenili naslednjim področjem:

- priprava, oblikovanje in izvedba dobre predstavitve poslovnih informacij – sposobnost javnega nastopanja s pripravo predstavitev z avdiovizualnimi pripomočki,
- usposabljanje dijakov za uspešno in kakovostno komuniciranje,
- uresničevanje matematične kompetence pri ekonomiji,
- podpora pri načrtovanju pouka,
- medpredmetne povezave v posodobljenih učnih načrtih, priprava, načrtovanje, priprava gradiva, izvedba, evalvacija,
- uporaba sodobnih didaktičnih strategij in pristopov,
- timsko poučevanje in učenje, avtentično učenje,
- poučevanje ekonomskih predmetov s sodobno tehnologijo z uporabo spletne učilnice za ekonomijo oz. z uporabo interaktivne table pri ekonomiji,
- priprava in predstavitev projektov.

Izobraževanje učiteljev je potekalo na delovnih srečanjih, kjer so mentorski učitelji in člani predmetne razvojne skupine za ekonomijo predstavili številne primere dobrih praks pri uresničevanju posodobljenega učnega načrta. Univerzitetni profesorji in drugi strokovnjaki so izpeljali strokovna predavanja, ki aktualizirajo učne vsebine iz učnega načrta.

Izobraževalne vsebine, ki so bile učiteljem predstavljene na delovnih srečanjih, smo vključili v didaktično gradivo za ekonomijo, učitelji pa jih bodo lahko uporabili pri svojem delu v celoti ali po posameznih delih. Tako bodo lahko ob pretoku informacij začeli na podlagi že pripravljenih in predstavljenih primerov izvajati sodobne pristope k pouku, kar jim bo olajšalo pripravo za delo v razredu.

Pričujoča publikacija za ekonomijo je sestavljena iz dveh delov:

1. Novosti v posodobljenem učnem načrtu – uvodni – teoretični del,
2. Primeri vpeljevanja novosti v prakso – primeri dobre prakse, z delovnimi listi za dijake in predlogi za refleksijo dela dijakov in učiteljev.

V prvem delu priročnika je članica predmetne razvojne skupine za področje ekonomije **dr. Mira Rihtarič** pripravila celovit pregled učnih vsebin, jih povezala in osmislila ter tako olajšala in približala učno snov učiteljem in dijakom.

Dr. Simon Čadež, prav tako član predmetne razvojne skupine za področje ekonomije in predsednik državne predmetne maturitetne komisije za ekonomijo, v svojem prispevku obravnava aktualno vsebino Ekonomska kriza danes v svetu in doma.

Ana Golob, vodja predmetno razvojne skupine za področje ekonomije, je predstavila delo pri posodabljanju učnega načrta in strukturo didaktičnega priročnika.

V drugem delu zapisani primeri dobre pedagoške prakse so povezani z novostmi v učnem načrtu: z razvijanjem dobre in uspešne komunikacije, razvijanjem matematične in drugih kompetenc pri ekonomiji, uresničevanjem medpredmetnih povezav, uporabo sodobne učne tehnologije itd.

Primeri dobre prakse, ki jih zajema publikacija, so v glavnem rezultat uvajanja posodobljenega Učnega načrta za predmet ekonomija in procesa povezovanja in sodelovanja vseh treh strokovnih predmetov: ekonomije, podjetništva in poslovne informatike.

Upamo, da bo didaktični priročnik uresničil svoj namen, biti v pomoč učitelju z novimi idejami pri spodbujanju ustvarjalnosti, razvijanju sodelovanja in doseganju kakovostnega znanja dijakov, in da ga bo praksa sodobnega pouka nenehno dopolnjevala.

1.2 K učnemu načrtu za ekonomske gimnazije

dr. Mira Rihtarič

Običajno v načinu razlage začenjamo tam, kjer bi morali končati. Na vprašanja, kaj je ekonomija, kakšen je njen pomen in vsebina, kaj so ekonomski problemi, kakšne so ekonomske zakonitosti ..., bi lažje odgovorili na koncu, toda že na začetku je treba pokazati na nekatere splošne sklepe glede ekonomije.

1.2.1 Kaj je ekonomija? Čemu študirati ekonomijo? (A)

Razlogi za študij ekonomije so lahko različni, na primer, da bi razumeli vlogo države v gospodarstvu in izzive globalnega trga, delovanje zakona ponudbe in povpraševanja, kako izboljšati okolje ipd. Ljudje se od zibelke do groba srečujemo z brutalnimi resnicami ekonomije – davki, inflacijo, brezposelnostjo, stagnacijo, vladnimi primanjkljaji – vsega tega ni mogoče razumeti, dokler ne obvladamo temeljev ekonomije. Ekonomija je torej **uporabna** znanost: utegne nam pomagati naložiti prihranke, razumeti ekonomske sile, ki vplivajo na našo plačo ... Dijaki morajo začutiti to živo ekonomsko realnost, kjer je v ospredju logično razmišljanje. Temu namenu so v učnem načrtu posvečena poglavja od **A1** do **A4**.

Ekonomija je študij o tem, kako družbe uporabljajo redke razpoložljive vire za proizvodnjo dobrin in kako jih razdeljujejo med ljudi. Takšna opredelitev temelji na dveh idejah:

- da so dobrine redke (so ekonomske),
- da mora družba razpoložljive vire uporabiti učinkovito.

V poglavju **A** dijaki spoznajo problem redkosti, koncept alternativnih (oportunitetnih) stroškov in smisel gospodarjenja. Redkost je splošen fenomen in je podlaga za ekonomsko znanost. Brez redkosti ekonomski problem ne obstaja; na svetu, kjer ni redkosti, se ekonomska znanost ne bi mogla razviti. Zaradi relativne redkosti dobrin in virov mora posameznik izbirati med alternativami in se čemu tudi odreči. Za razumevanje izbire med alternativami je bistven koncept oportunitetnih stroškov. Priložnosti, ki se med seboj izključujejo, imenujemo ekonomisti **alternative.** V življenju ljudi je polno takšnih izbir; stroški neizrabljene priložnosti so **oportunitetni stroški.**

Bistvo ekonomije zajema spoznanje o relativni redkosti dobrin in virov ter iskanje najučinkovitejšega načina uporabe redkih virov (gospodarjenje).

Ekonomija torej ni nekaj abstraktnega, saj analizira vsakodnevno poslovno življenje ljudi. Kot vsaka veda uporablja ekonomija svoje **metode** (analitična orodja) in svojo terminologijo – **pojme**, ki se jih moramo preprosto naučiti, podobno, kot se moramo naučiti angleških besed, če želimo govoriti angleško. Čeprav je predmet ekonomije zelo vsakdanji, je metodologija ekonomije zahtevnejša, zato je v trditvi, da ekonomija pomeni zapleteno preučevanje enostavnih stvari, zrno resnice.

Kot je kladivo nepogrešljivo orodje za mizarja, so grafi nepogrešljivo ekonomistovo orodje. Slika je vredna tisoč besed, pravi kitajski pregovor. Grafi kažejo, kako

so ekonomske spremenljivke med seboj povezane; pomagajo razumeti pomemben ekonomski zakon ali trend, npr. transformacijsko krivuljo.

Temelji mikroekonomije (A5)

Sodobno ekonomijo sestavljata dve veji – **mikro- in makroekonomija.** Mikroekonomija analizira ravnanje individualnih entitet, kot so trgi, podjetja, gospodinjstva; makroekonomisti pa želijo pojasniti delovanje gospodarstva kot celote. Delitev ekonomije na mikro- in makroekonomijo se zdi logična in koherentna, vendar utegne biti tudi protislovna. Noben pristop ni prioriteten: makro rezultira iz mikroekonomskih odločitev, te pa sprejemajo ljudje v makroekonomskem kontekstu – v določenem institucionalnem okolju.

Mikroekonomija analizira ravnanje ljudi (njihove individualne izbire) in to, kako na ravnanje ljudi vplivajo tržne sile ponudbe in povpraševanja. Ljudje izbirajo med različnimi možnostmi. Izbrali bodo najboljšo možnost – to je tisto, ki prinaša največjo korist oziroma povzroča najnižje stroške – **princip optimiranja.** Mikroekonomisti opazujejo in analizirajo ravnanje ljudi z vidika stroškov: porabo gospodinjstev, proizvodnjo in prodajo podjetij, gradnjo cest v občini, politiko obrestnih mer centralne banke, ekonomsko politiko vlade itd.

Temeljno načelo mikroekonomije je, da gospodinjstva in podjetja optimirajo. Gospodinjstva izberejo najugodnejšo strukturo nakupa, torej tisto, ki maksimira zadovoljstvo (korist). Podjetja izberejo optimalno količino proizvodnje, torej tisto, ki maksimira dobiček. Na kratko: **bistvo mikroekonomije je sinteza teorije optimiranja in teorije ravnovesja.**

Tržne sile ponudbe in povpraševanja vplivajo na ravnanje ljudi preko mehanizma cen. Mehanizem cen je »nevidna roka«, ki določa naše ravnanje na trgu, npr. odločitev gospodinjstva, kaj kupiti, ali odločitev podjetja o optimalnem obsegu proizvodnje v različnih tržnih strukturah.

V okviru **A5** dijaki spoznajo teorijo proizvodnje in v njenem okviru zelo pomembno in staro ekonomsko pravilo – **zakon padajočih (mejnih) donosov.** Že v 18. oziroma 19. stoletju so o tem zakonu pisali kot o »naravnem« zakonu poljedelske proizvodnje (A. R. Turgot in R. T. Malthus). Danes je to splošno ekonomsko pravilo, ki pojasnjuje razmerje med fiksnimi in variabilnimi proizvodnimi dejavniki in na katerem temelji kratkoročna analiza stroškov.

Teorija proizvodnje (A5) in teorija stroškov (A6) sodita med temeljne sestavne dele mikroekonomije. Osnovni analitični instrument ekonomske analize proizvodnje je proizvodna funkcija, ki kot vsaka funkcija izraža neko odvisnost. Proizvodna funkcija izraža povezavo med potrebnimi inputi in količino outputa. Proizvodno zmogljivost neke družbe določajo količina in kakovost proizvodnih dejavnikov ter tehnično znanje. Cilj navedenih poglavij je razumeti, kako tržne sile določajo ponudbo dobrin in storitev; spoznati ključne pojme proizvodnje, stroškov in ponudbe ter pokazati, kako so med seboj povezani.

Kako sta analiza proizvodnje in analiza stroškov povezani? Zakon, ki določa gibanje proizvodnje in gibanje stroškov na kratek rok, je isti, tj. *zakon padajočih donosov*. Kratkoročno lahko proizvodnjo povečamo samo tako, da spreminjamo variabilne proizvodne dejavnike (ob danih proizvodnih zmogljivostih in tehnologiji).

Zakon padajočih donosov je statično pravilo – velja kratkoročno. Pri dani tehniki in danih proizvodnih dejavnikih outputa ne moremo poljubno povečevati. Dolgoročno pa niti tehnika niti količina proizvodnih dejavnikov nista nespremenljivi variabli (če samo pomislimo na temeljna odkritja: kolo pred 6000 leti, tisk – leta 1450, parni stroj – leta 1670, telefon – leta 1861, motor z bencinskim izgorevanjem – leta 1884, televizija – leta 1929, delitev atoma – leta 1938, tranzistor – leta 1948, laser – leta 1960 ...).

Povsod, kjer poteka proizvodnja, ji tesno kakor senca sledijo stroški. Veliko več (kot o splošnih značilnostih proizvodnje) v podjetjih razpravljajo o stroških. Običajno se analiza stroškov začne z vrsto stroškov (fiksni in variabilni) in kako jih znižati, kajti vsak evro nepotrebnih stroškov znižuje dobiček podjetja.

Celotne stroške, ki jih ima podjetje, sestavljajo fiksni in variabilni stroški (TC = FC + VC). Od celotnih stroškov ločimo povprečne stroške (AC), ki so izraženi na enoto produkta. Za poslovne odločitve v kratkem obdobju pa so bistveni mejni stroški (MC). Mejni stroški so eden temeljnih pojmov ekonomije; označujejo dodatne stroške pri proizvodnji dodatne enote outputa. Mejni stroški so lahko nizki ali visoki, na primer: za letalsko družbo, ki leti s praznimi sedeži, so stroški za dodatnega potnika nizki; proizvodnja dodatne električne energije v vročih dneh s starimi, manj učinkovitimi generatorji, lahko povzroča visoke mejne stroške. Mejni stroški nam torej ne povedo, ali je smiselno proizvajati ali ne, temveč ali je v danih okoliščinah smiselno proizvodnjo povečati ali ne. Ponudnika zanima dobiček, torej bo ponudil tisto količino, ki prinaša največji dobiček. Ponudnik bo proizvodnjo tako dolgo povečeval, dokler mu bo večja proizvodnja povečevala dobiček oziroma mu ga vsaj ne bo zmanjševala. To pa je mogoče tako dolgo, dokler so mejni stroški proizvodnje nižji ali enaki mejnemu prihodku; ta pa je v popolni konkurenci enak ceni: MC = MR = P = Q (opt).

S tem smo prišli do pomembnega spoznanja, na katerem temelji **neoklasična teorija ponudbe.** To je, da bo vsak ponudnik na trgu ponudil točno toliko, kolikor lahko proizvede v trenutku, ko se njegovi mejni stroški izenačijo s tržno ceno. V tem smislu se bo tudi odzval na spremembe tržne cene. Ker je za ponudnika popolnega konkurenta tržna cena eksogeno dana (nanjo ne more vplivati), se bo na spremembo cene odzval s spremembo proizvedene oziroma ponujene količine, ki jo bo prilagodil tako, da bo izenačil svoje mejne stroške s tržno ceno. Zato je krivulja ponudbe individualnega ponudnika večji del istovetna s krivuljo mejnih stroškov.

1.2.2 Trg in konkurenca (B)

V tem poglavju dijaki spoznajo značilnosti posameznih tržnih struktur in to, kako se ponudniki v posameznih tržnih strukturah obnašajo.

Pojem »konkurenca« v širšem pomenu pomeni, da dva ali več subjektov poskušajo z omejenimi viri doseči določene cilje, npr.: nogometna moštva si v tem smislu konkurirajo za točke, podjetniki za profit, menedžerji za višji položaj, politiki za vpliv, politične stranke za glasove, umetniki za priznanja ... Ta definicija konkurence izhaja iz temeljnega ekonomskega problema, tj. problema redkosti. Konkurenca (tekmovanje) je v tem smislu lastna vsakemu gospodarskemu sistemu. V ožjem

pomenu pa konkurenca pomeni organizacijsko obliko tržnega gospodarstva, določeno tržno strukturo.

Idealna tržna struktura je po neoklasični teoriji **popolna konkurenca**, ki jo običajno opredeljujemo kot stanje na trgu, kjer imamo veliko število ponudnikov istovetnega (homogenega) proizvoda. Zaradi velikega števila ponudnikov je tržni delež vsakega med njimi nepomemben glede na skupno ponujeno količino na trgu. Spremembe ponujene količine posameznega ponudnika zato ne vplivajo na tržno ponudbo, s tem pa ponudnik v nobenem primeru ne more vplivati na ceno. Premislimo, kateri trgi izpolnjujejo stroga merila popolne konkurence! So to npr. avtomobili, letala, aluminij, pšenica, elektrika, hladilniki, cigarete ...? Le pšenica (primarni proizvod, kjer se borzna cena oblikuje v svetovnem merilu) sodi v stroge okvire opredelitve popolne konkurence, vsi drugi proizvodi, od avtomobilov do cigaret, pa ne opravijo tega testa. Na teh trgih prevladuje nepopolna konkurenca. Najpogostejši obliki nepopolne konkurence sta **oligopol** in **monopolistična konkurenca**, ekstremna oblika pa je **monopol**.

Tako kot popolna konkurenca ni prav pogost pojav, je tudi **čisti monopol** v razvitih tržnih gospodarstvih redek. Pojavlja se predvsem v infrastrukturnih dejavnostih (npr. elektrogospodarstvo, pošta, komunalne storitve ...). Mnogo pogostejši pa je monopol v manj razvitih deželah in deželah, kjer tržno gospodarstvo ni povsem uveljavljeno. Te dežele so praviloma zaprte pred svetovno konkurenco in zato so pogoji za nastajanje monopolov, ki obvladujejo zaprte trge, zelo ugodni.

Kaj so viri tržnih pomanjkljivosti? Večino nepopolne konkurence lahko pripišemo dvema vzrokoma:

1. ekonomijam obsega (velika podjetja lahko proizvajajo ceneje in tako izrinejo manjša podjetja),
2. oviram za vstop novih ponudnikov (zaradi vladnih zakonov ali uredb, v drugih primerih je preprosto predrago za vstop novih ponudnikov).

Oligopol – gre za rivalstvo med peščico medsebojno odvisnih podjetij. Njihovo odločanje ni avtonomno, temveč strateško, kar pomeni, da morajo pri svojih odločitvah upoštevati pričakovane odzive svojih konkurentov. Oligopolno podjetje je kakor igralec tenisa, ki skuša ugotoviti, kaj bo storil njegov nasprotnik. Na primer: obstajata dva letalska prevoznika: če se eden odloči, da bo povišal ceno, se mora drugi odločiti, ali bo tudi povišal ceno ali pa bo ohranil nižjo in s tem povečal svoj tržni delež. Mogočih je torej več izidov, zato ne obstaja preprosta teorija (v nasprotju s popolno konkurenco in monopolom), ki bi razložila obnašanje oligopolistov. Za analizo izidov **strateškega odločanja** si ekonomisti pomagajo s **teorijo iger**, ki sta jo v 20. stoletju oblikovala John von Neumann in Oskar Morgenstern v njunem delu Teorija iger in ekonomskega obnašanja.

Oligopolisti se lahko obnašajo kooperativno ali nekooperativno. Kooperativno obnašanje vodi v **kartelne dogovore** (npr. OPEC), nekooperativno obnašanje pa v **cenovne vojne** (npr. med letalskimi prevozniki).

Monopolistična konkurenca vsebuje lastnosti popolne konkurence (veliko ponudnikov, vstop in izstop sta relativno enostavna, poslovno odločanje je avtonomno) in monopola. Temeljna razlika pa je, da so v popolni konkurenci proizvodi homogeni, v monopolistični konkurenci pa **diferencirani**. Nekateri menijo, da je

monopolistična konkurenca neučinkovita in da bi manjša diferenciacija znižala stroške in cene proizvodov, toda to bi zmanjšalo tudi raznolikost dobrin in s tem potrošnikovo izbiro. Torej gre za trade-off med redukcijo stroškov in diferenciacijo proizvodov.

Temeljno vprašanje je, kako se odločitve ponudnika nepopolnega konkurenta razlikujejo od odločitev ponudnika popolnega konkurenta? Na primer: kako naj ravna lastnik patenta za novo zdravilo proti raku ali nosilec izključne pravice prodaje električne energije – kakšno ceno naj zaračunava in kakšno količino naj proizvaja? Tudi za nepopolne konkurente velja **splošno načelo maksimiranja dobička**, ki so ga dijaki spoznali pri analizi poslovnega odločanja ponudnika popolnega konkurenta. Nepopolni konkurent (prav tako kot popolni konkurent) primerja mejne stroške in mejni prihodek ter ponudi tisto količino, pri kateri se njegovi mejni stroški izenačijo z mejnimi prihodki (MC = MR, Cournotova točka). Specifika nepopolne konkurence je, da mejni prihodek ni enak ceni, tako kot v popolni konkurenci. Nepopolni konkurent se ravna po istem pravilu, vendar je rezultat nekoliko drugačen. Nepopolni konkurent ponuja manjši output po višjih cenah – monopolnih cenah, ki omogočajo realizacijo monopolnega ekstra dobička. V navedenem je tudi manjša ekonomska učinkovitost nepopolne konkurence v primerjavi s popolno.

Eno najpomembnejših spoznanj v ekonomiji je, da je treba upoštevati mejne stroške in mejne koristi, ki jih prinaša poslovna odločitev. Da razumemo to mejno načelo, je za ekonomijo enako pomembno, kot razumeti zakon gravitacije v fiziki. **Mejno načelo** je osrednje spoznanje v ekonomiji, ko se podjetja odločajo glede optimalne proizvodnje, ali ko se odločajo glede investicij, ali ko se posameznik odloča glede prodaje hiše ..., lahko ga uporabimo še v neštetih drugih primerih. Vse te odločitve temeljijo na tehtanju mejnih donosov in mejnih stroškov. Ni nujno, da bomo s poznavanjem ekonomske teorije postali neznansko bogati, nas pa vendarle vpelje v nove načine razmišljanja o stroških in koristih.

1.2.3 Tržno gospodarstvo (C)

Razdelitev v tržnem gospodarstvu (C1)

V tržnem gospodarstvu nastopajo ljudje kot potrošniki in kot lastniki proizvodnih dejavnikov. Kakšni bodo dohodki lastnikov proizvodnih dejavnikov (dela, zemlje in kapitala), je odvisno od cene njihovega najema. Lastnik proizvodnega dejavnika ga namreč začasno odstopi v uporabo. Pri tem ravna ekonomsko racionalno: svoj proizvodni dejavnik bo odstopil v uporabo, če bo dohodek, ki ga bo s tem dosegel, to je cena najema proizvodnega dejavnika, ustrezen.

Tradicionalna teorija razdelitve dohodka je teorija mejne produktivnosti proizvodnih dejavnikov: proizvodni faktorji so plačani glede na njihov mejni proizvod. Ključ za razumevanje teorije razdelitve je torej v teoriji proizvodnje. Teorija mejne produktivnosti proizvodnih dejavnikov pravi, da ponudba in povpraševanje po proizvodnem dejavniku določata, koliko kdo dobi. Koliko bo neki proizvodni dejavnik oz. njegov lastnik dobil, je odvisno od ponudbe proizvodnega dejavnika in izvedenega povpraševanja po njem; to pa je odvisno od mejne produktivnosti proizvodnega dejavnika. Najem proizvodnih dejavnikov je namreč motiviran z njihovo mejno produktivnostjo. Podjetje najema proizvodne dejavnike tako dolgo, dokler

se mejni donos (produkt) proizvodnih dejavnikov ne izenači s stroški njihovega najema. Z drugimi besedami: proizvodni dejavnik je smotrno najemati le, če prinese več, kot stane. **Razdelitev oz. cene proizvodnih dejavnikov so v tržni ekonomiji povezane z njihovo produktivnostjo.** Teorija razdelitve dohodka na podlagi mejne produktivnosti analizira načine, kako razdelimo celotni narodni dohodek (novo ustvarjeno vrednost) med različne proizvodne dejavnike. V konkurenčnem tržnem gospodarstvu so cene proizvodnih dejavnikov enake njihovim mejnim produktom: plače so enake mejnemu produktu dela, renta je enaka mejnemu proizvodu zemlje in tako dalje za kateri koli proizvodni dejavnik.

Učni cilji tega poglavja so spoznati:

- trge proizvodnih dejavnikov (trga dela, zemlje, kapitala) in njihove posebnosti,
- posebnosti proizvodnega dejavnika »zemlja«,
- pojem absolutne rente,
- različne oblike kapitala,
- pojem obresti,
- trg dela in dejavnike, ki določajo ponudbo dela in povpraševanje po delu,
- posebnosti plač glede na preostale cene blaga in storitev.

Poraba (C2)

Poraba (C – *consumption*) pomeni izpolnitev smisla proizvodnje, saj je končni cilj vsake proizvodnje zadovoljevanje potreb. Porabe pa ne moremo gledati le skozi mikroekonomsko optiko. Makroekonomska analiza s proučevanjem agregatov, kot so poraba, varčevanje, investicije, brezposelnost, lahko ponudi celovitejši odgovor na omenjene odnose kot mikroekonomska analiza, katere domena je omejena le na ponudbo, povpraševanje in cene na posameznih trgih.

Ko se gospodinjstva odločajo, koliko družinskega proračuna bodo porabila in koliko prihranila, je to sicer mikroekonomsko vprašanje, saj obravnava ravnanje gospodinjstev oziroma posameznikov, vendar ima odgovor na to vprašanje pomembne makroekonomske posledice. Odločitve o porabi in prihrankih so dolgoročno povezane z gospodarsko rastjo, kratkoročno pa s cikličnim gibanjem gospodarstva – poraba gospodinjstev je ključni element za gospodarsko konjunkturo (naraščanje gospodarske aktivnosti) ali recesijo (krčenje gospodarske aktivnosti).

Osebna poraba (C – *consumption*) je funkcija razpoložljivega dohodka (dohodek – davki = razpoložljivi dohodek). V ekonomski teoriji to povezavo imenujemo **Keynesova funkcija porabe**, vendar je ta funkcija preveč enostaven model, da bi lahko celovito pojasnil ravnanje potrošnikov. Tekoči dohodek je le eno izmed določil potrošno-varčevalnega obnašanja ljudi, drugi dejavniki, ki določajo to obnašanje, so še premoženje, stalni dohodek, obrestna mera.

V shemi krožnih tokov v gospodarstvu nastopa tudi država, ki svoje izdatke (G – *government*) običajno financira z davki (T – *taxes*). Država oz. vlada torej nima lastnih sredstev, temveč od svojih državljanov pobira davke, ki polnijo državni proračun, in jih uporablja za nakup blaga in storitev za šolstvo, zdravstvo, javno

upravo, vojsko, policijo; za transferje prebivalstvu in podjetjem (pokojnine, pomoč brezposelnim, štipendije ...); za državne investicije (državni izdatki imajo lahko tudi produktivni značaj – povečujejo proizvodne zmogljivosti gospodarstva, npr. gradnja cest, železnic, izdatki za raziskave in razvoj ipd.); za obresti za javni dolg. **Javno porabo lahko opredelimo tudi kot družbeno porabo in jo delimo na skupno in splošno.**

Medtem ko je osebna poraba odvisna od družinskega proračuna, je družbena odvisna od proračunskih sredstev. Na tisoče dobrin ljudje proizvajajo brez vladnih direktiv ali planov; večina našega ekonomskega življenja poteka brez vladnega vmešavanja. Toda, obstaja nekaj pomembnih izjem – vojska, policija, šole, zdravstveno varstvo v osnovnem obsegu ... Tržno zagotavljanje dobrin s teh področij bi bilo v splošnem nezadostno (bi povzročilo primanjkljaj teh dobrin), zato z javnimi dobrinami, ki so pomembna prvina kakovosti življenja, gospodari država in jih financira z zbranimi davki.

Denar in finančne institucije (**C3)**

V tem poglavju spoznajo dijaki zgodovinski razvoj denarja, njegove funkcije; pod izbirnimi vsebinami pa kvantitetno enačbo in iz nje izpeljano (klasično) kvantitetno teorijo denarja. S pomočjo te koristne teorije denarja dijakom razložimo pojme, kot so inflacija, deflacija, potrebna količina denarja v obtoku ...

V tem poglavju spoznajo tudi bančni sistem in finančne institucije: poudarek je na centralni banki, ki je osrednja bančna ustanova in skrbi za normalno delovanje bančnega sistema in vodi denarno politiko. Centralna banka in poslovne banke ustvarjajo denar ne le s »tiskanjem«, temveč v svetu **delnih bančnih rezerv** tudi z **multiplikacijo depozitov** (izbirne vsebine)**.** Centralna banka je nosilec denarne politike, kar pomeni, da določa količnik obveznih rezerv, ključno obrestno mero, operacije na odprtem trgu in druge instrumente denarne politike. Ti vplivajo na ponudbo denarja (količino denarja v obtoku). V Sloveniji je to Banka Slovenije, v Evropski uniji je to Evropska centralna banka s sedežem v Frankfurtu na Maini, Nemčija. Ukrepi denarne politike vplivajo na denarni trg in posledično na raven realnega outputa in raven cen.

1.2.4 Svetovno gospodarstvo (D)

V tem poglavju se izraža političnoekonomski pristop k ekonomski znanosti. Politična ekonomija je širše umeščena družbena znanost, kjer imajo pomembno mesto sociologija, zgodovina in ekonomska statistika.

Poskusi sistematskega razumevanja zgodovine (D1)

K. Marx je v evropski zgodovini razlikoval pet prevladujočih produkcijskih načinov – praskupnost, sužnjelastništvo, fevdalizem, kapitalizem in komunizem. Problem takšne razlage zgodovine je, da je **enolinijska** (faze gospodarskega razvoja si sledijo v opisanem zaporedju) in **evropocentrična** (kar pomeni, da utemeljujemo merjenje svetovne zgodovine po evropskem vzoru).

Drugi poskus razlage zgodovine je npr. teorija stadijev (stopenj) gospodarskega razvoja **W. W. Rostowa** od tradicionalne družbe – pogoji za vzlet – vzlet – tehnološka zrelost – obdobje množične porabe – iskanje kakovosti na vseh področjih družbenega življenja. Najpomembnejši stadij je gotovo stadij »vzlet« - »t*akeoff*« – analogno letalu, ki lahko vzleti le, če doseže kritično hitrost. Različne dežele so imele svoj t*akeoff* v različnih obdobjih: Anglija v začetku 18. st., ZDA okoli leta 1850, Mehika po letu 1940. »*Takeoff*« spodbudijo vodilni sektorji. Ko rastejo hitro, se rast začne sama poganjati. Vodi v dobičke, dobički se reinvestirajo; kapital, produktivnost in dohodek na prebivalca se povečujejo.

Rostowova teorija stadijev ekonomske rasti je ena izmed mogočih razlag. Pomembna je zato, ker upošteva različne dejavnike gospodarskega razvoja: tehnološki razvoj, vladno politiko, investicije ...

Zastoj svetovnega gospodarstva v 70. letih prejšnjega stoletja je ponovno oživel razpravo o t. i. dolgoročnih valovih gospodarskega razvoja, imenovanih po ruskem ekonomistu **Kondratjevu.** Te cikluse oz. valove povzročajo temeljne inovacije (A. J. Schumpeter, Business Cycles, 1939).

Obstajajo še druge teorije, ki poskušajo pojasniti zgodovinske vzroke in posledice ekonomskega razvoja, vendar se moramo izogibati nevarnosti, da bi pojasnjevali zgodovino deterministično in enoznačno. Te teorije so lahko samo izhodiščna osnova za analizo procesa gospodarskega razvoja. Razvojni ekonomisti se danes izogibajo celovitim teorijam, ki bi pomenile univerzalno razlago zgodovine človeštva. Še zlasti nerazviti svet predstavlja narode z različno preteklostjo, kulturo, ekonomskimi viri in političnimi sistemi. Vsako deželo je treba obravnavati posamično z vsemi njenimi posebnostmi.

V tem tematskem sklopu dijaki spoznajo **temeljne institucije tržnega** (kapitalističnega) **gospodarstva**, **pozitivne in negativne plati globalizacijskih procesov** ter **omejitve sistema tržnega gospodarstva** (okolje, viri).

Kaj je globalizacija? Ali globalizacija povečuje ali zmanjšuje neenakost med državami ...? Na takšna in podobna vprašanja teorije ne dajejo enoznačnih odgovorov. Rezultati analiz so protislovni: zanesljivo je mogoče trditi le, da se je neenakost povečevala vzporedno z globalizacijo (če neenakost merimo z Ginijevim koeficientom), nič pa to ne govori o tem, ali je globalizacija kriva za naraščajočo neenakost.

Nekateri avtorji (Sala-i-Martin) se nagibajo k tezi, da globalizacija vodi v konvergenco, ker so se globalizirajoče države razvijale hitreje (ker globalni prebivalec v povprečju postaja bogatejši, ker so dežele v razvoju v 30. letih dosegle takšen razvoj, za katerega so industrializirane države potrebovale sto let itd.). Spet drugi enačijo globalizacijo s kolonializmom in menijo, da se neenakost med državami dolgoročno pretežno krepi.

Ljudje smo z razvojem znanosti in tehnologije ustvarili infrastrukturo, ki spodbuja globalizacijske težnje. Zgodovina kaže, da ni samodejne povezave med gospodarsko rastjo in blaginjo, čeprav je blaginjo težko zagotavljati brez rasti. Tako se zdi, da je v zvezi z globalizacijskimi procesi glavni izziv za politiko **pluralizem razvojnih strategij**, iskanje poti za pravo vlogo vlade, da bi bila sposobna zaščititi tiste, ki z globalizacijo izgubljajo. Z rastjo javnega sektorja želijo države nevtralizirati nestabilnost, ki jo prinaša globalizacija. Tudi vse večja odprtost svetovnega trgovinskega sistema, ki vpliva na rast malih držav, krepi možnost za konflikte. Globalizacija kot **tekma stroškov k dnu** poteka med samimi deželami v razvoju.

Kavzalnost med izdatki za socialno varnost in konkurenčnostjo deluje v obe smeri: visoko konkurenčne države si lahko privoščijo višje izdatke za socialno varnost, to pa lahko pozitivno vpliva na produktivnost, kar spodbuja konkurenčnost. Socialni izdatki pa po drugi strani zmanjšujejo socialne konflikte in krepijo **socialni kapital,** to je »lepilo« dejavnikov, ki sodelujejo pri ustvarjanju blaginje in ekonomskega napredka.

Avtomatizem ne more rešiti vprašanja neenakomernega razvoja. **Lastne strategije razvoja** so se pokazale kot pomembnejše, npr. industrializacija in pospeševanje izvoza vse bolj predelanih industrijskih izdelkov. Toda obrat v to smer je mogoč šele na določeni razvojni stopnji, do katere pa je treba priti, zato se zdita začasna zaščita lastne industrije v deželah v razvoju in sproščen dostop do trga razvitih držav na mestu.

Model ekonomskega razvoja severnih družb (D 3)

Model ekonomskega razvoja severnih družb je v preteklih dveh stoletjih temeljil na viziji neomejene rasti. Naravno okolje ni bilo omejitveni dejavnik. Ta vzorec razvoja so izvajali v Severni Ameriki, Zahodni Evropi in na Japonskem. Čar množičnega potrošništva se je razširil po vsem svetu, dežele v razvoju so očarane nad življenjsko ravnjo razvitih dežel in jih želijo v razvoju posnemati. Kombinacija rastoče porabe in hitro rastoče populacije je postala vprašljiva. Mnogi znanstveniki in ekologi dvomijo, da narava lahko vzdrži podvojitev svetovnega prebivalstva v tem stoletju, in to v kombinaciji z naraščanjem stopnje gospodarske rasti. V 80. letih prejšnjega stoletja se je pojavil koncept **trajnostnega, sonaravnega razvoja** (*sustainable development*). Prodrla je ideja, da gospodarskega razvoja ne smemo soditi samo po gospodarski rasti, temveč tudi po dolgoročni okoljski vzdržnosti. **Ideja o trajnostnem razvoju napeljuje h gospodarsko, družbeno in okoljsko povezanemu gospodarskemu razvoju.** Trajnostni razvoj pomeni do okolja in ljudi prijazen razvoj, je ključno vprašanje 21. stoletja in vsebuje tri med seboj povezane cilje: ekonomsko blaginjo, kakovostno okolje in socialno pravičnost.

1.2.5 Slovensko gospodarstvo (E)

Gospodarska rast in gospodarski razvoj (E1)

V strokovni literaturi se pojavljata dva izraza – gospodarska rast in gospodarski razvoj. **Gospodarska rast** je istovetna rasti bruto domačega proizvoda (BDP). Je eden izmed dejavnikov razvoja, in sicer njegova kvantitativna stran. Gospodarsko rast je relativno enostavno meriti. Merimo jo s povečanjem BDP na prebivalca (per capita). **Gospodarski razvoj** pa pomeni kakovostne spremembe v gospodarstvu in vključuje stopnjo zadovoljevanja materialnih in nematerialnih potreb, distribucijo narodnega dohodka, zaposlenost, socialne vidike ipd. Stopnjo razvoja meri indeks človekove razvitosti (*human development index*).

Potem ko dijaki osvojijo metode merjenja BDP (iz krožnega toka gospodarstva lahko izpeljemo dve od treh običajnih metod merjenja BDP: metodo izdatkov, metodo dohodkov in metodo na podlagi dodane vrednosti, ki bi jo s krožnim tokom le tež-

ko ponazorili), ko razlikujejo nominalni in realni BDP, se lotijo analize dejavnikov potencialnega BDP – dejavnikov gospodarske rasti.

Faktorska analiza gospodarske rasti je med ekonomisti zelo priljubljena, saj je proizvod katere koli proizvodne enote na koncu rezultat razpoložljivih proizvodnih dejavnikov in njihove učinkovitosti, to velja tako za podjetje kot za nacionalno gospodarstvo. Družbeni proizvod in proizvodni dejavniki so tehnološko povezani v obliki proizvodne funkcije:

Q = A f(K, L)

Q ... agregatni proizvod oz. dohodek K ... kapital

A ... faktor skupne produktivnosti L ... delo

Proizvod raste zaradi rasti količine in kakovosti kapitala, količine in kakovosti dela in zaradi faktorja celotne produktivnosti, ki največkrat pomeni tehnični napredek, lahko pa tudi marsikaj drugega (napredek v izobraževanju, vladni regulaciji, institucijah ipd.). Vzroki rasti gospodarstva so po tem modelu kapital in delo, le tehnični napredek pa lahko zagotovi trajno in stabilno rast.

Medtem ko se na količino dela v sodobnih gospodarstvih največkrat ne da vplivati, preostane državam za doseganje višje blaginje in rasti gospodarstva predvsem vplivanje na kakovost dela. Na kakovost dela – **človeški kapital –** vpliva predvsem izobraženost delovno aktivnega prebivalstva. Ta je odvisna od izobraževalnega sistema, ki ga v glavnem zagotavlja država. Kakovost fizičnega kapitala je povezana s **tehnološkim napredkom**, tega pa spodbujajo predvsem vlaganja v raziskave in razvoj, znanost, izobraževanje in tudi tuje investicije. Na količino fizičnega kapitala vplivajo vsakoletne **investicije**, te pa so primarno odvisne od **stopnje domačega varčevanja.**

Skupna produktivnost proizvodnih dejavnikov obsega vse vrste povečanja BDP, ki ne odsevajo rasti proizvodnih dejavnikov. Skupna produktivnost odseva vpliv tehnologije, celote družbenih in državnih institucij. Posebno institucionalni dejavniki, kot so medsebojna prepletenost kulture, tradicij, zakonodaje, miselnosti, navad, delovanja konkretnih institucij (npr. zaostanki na sodiščih), imajo lahko velik vpliv na skupno produktivnost.

Ekonomska politika (E2)

Cilj makroekonomije ni samo pojasnjevati ekonomske dogodke, temveč tudi izboljšati **ekonomsko politiko.** Moderne družbe poskušajo uravnavati gospodarske cikle s **stabilizacijsko politiko,** ki skuša usmerjati gospodarstvo tako, da to doseže čim višjo stopnjo dolgoročne gospodarske rasti in kratkoročne stabilnosti. Pri tem ekonomska politika vpreže dva »delovna konja«: proračunsko in denarno politiko.

Proračunska politika uporablja davke, vladne izdatke in zadolževanje vlade, da vpliva na raven ekonomske aktivnosti, količino bruto domačega proizvoda in življenjsko raven. V tem sklopu bomo skušali odgovoriti na vprašanja, kot so: kateri so ukrepi, ki jih vlada lahko sprejme v boju proti globokim recesijam ali pregretemu gospodarstvu; kakšni so učinki teh ukrepov; ali je vseeno, kako vlada financira primanjkljaj ipd.

Denarna politika pomeni uravnavanje denarja in denarnih razmer (obrestnih mer, dosegljivosti kreditov, razmer na finančnem trgu ...) za doseganje ciljev denarne politike. Najprej bomo predstavili denar, nato pa bančni sistem in ponudbo denarja in na koncu delovanje denarne politike, ki je lahko omejevalna (restriktivna) ali spodbujevalna (ekspanzivna).

Centralna banka je banka za banke, je nosilec denarne politike, kar pomeni, da določa količnik obveznih rezerv, ključno obrestno mero, operacije na odprtem trgu in tako vpliva na ponudbo denarja. V Sloveniji je to Banka Slovenije, v Evropski uniji je to Evropska centralna banka s sedežem v Frankfurtu. Ker se je Slovenija pridružila denarni uniji, je tako prenesla precejšnji del monetarne samostojnosti na Evropsko centralno banko. V denarni uniji obstaja le ena centralna banka, ki vodi denarno politiko za vse države članice. Na primer: če bi se znašlo v recesiji le eno od gospodarstev v Uniji (še zlasti, če je relativno majhno), se centralna banka Unije ne bi odzvala s spodbujevalno denarno politiko, ker to ne bi ustrezalo vsem drugim članicam.

Ukrepe, ki zmanjšujejo ponudbo denarja in posledično BDP, imenujemo omejevalna denarna politika, ki je primerna v razmerah visoke inflacije (ko je realni BDP višji od potencialnega, brezposelnost pa nižja od naravne). Nasprotno pa nosilec denarne politike skuša v recesijskih razmerah slediti ukrepom spodbujevalne denarne politike in povečati output ter zmanjšati brezposelnost.

V odprtih gospodarstvih je devizni tečaj poleg obrestne mere najpomembnejša cena v gospodarstvu. Devizni tečaj določa količino neto izvoza pa tudi breme zunanjega dolga, cene mnogih inputov itd. **Tečajna politika** je skupek ukrepov in dejavnosti, ki jih centralna banka izvaja za uravnavanje deviznega tečaja. Devizni tečaji so lahko prilagodljivi (drseči) ali pa stalni, kjer je pariteta določena in nespremenljiva (vsaj nekaj časa).

Vzemimo, da se v državi pojavi politična negotovost, ki izhaja iz visokega javnega dolga in predlaganega programa vladnega varčevanja (vključno z nižjimi plačami javnih uslužbencev). Takšna negotovost lahko povzroči **depreciacijo** deviznega tečaja. To pomeni povečanje tečaja ali zmanjšanje vrednosti domačega denarja. Depreciacija spodbudi neto izvoz, saj so pri višjem deviznem tečaju domače cene v tujini nižje (domače cene delimo z deviznim tečajem, da dobimo tuje cene). Hkrati pa to pomeni, da bodo tuje dobrine doma dražje (podražitev uvoženih inputov). Pri **apreciaciji** je učinek zrcalna slika zgoraj opisane depreciacije.

Mednarodna vpetost Slovenije (E 3)

V nadaljevanju dijaki spoznajo mednarodno vpetost Slovenije – sodobna gospodarstva so odprta gospodarstva, ki imajo s tujino številne gospodarske povezave; podjetja poslujejo mednarodno in po vsem svetu – globalno. Mednarodna delitev dela in menjava sta še vedno utemeljeni na Ricardovi **teoriji primerjalnih prednosti,** čeprav nekatere predpostavke te teorije v sodobnem svetu niso več realnost (npr. predpostavka popolne konkurence). Teorija primerjalnih prednosti D. Ricarda je enostavna in z njo je mogoče utemeljiti vsako specializacijo. Če se ekonomski subjekti (pa naj gre za podjetja ali države) specializirajo v produkciji blaga, v kateri imajo primerjalno prednost (zadošča relativna prednost, ni potrebna absolutna), utegne to koristiti vsem udeležencem.

Ekonomska zgodovina Slovenija (E 4)

V tem delu tematskega sklopa poskušamo odgovoriti na vprašanje, kaj se je v resnici zgodilo s socializmom, opredeliti pojem tranzicije, opisati proces in metode lastninjenja ...

Družbenoekonomski problemi Slovenije (E 5)

Ta sklop je namenjen aktualnim **družbenoekonomskim problemom Slovenije** – od zdravstvene do pokojninske reforme, problematike skladnejšega regionalnega razvoja Slovenije, socialne razslojenosti slovenske družbe – torej cel sklop zanimivih vprašanj, s katerimi se ukvarja sodobna ekonomska misel in jim zaradi njihove pomembnosti posveča posebno pozornost.

1.2.6 Literatura in viri

1 *Učni načrt. Gimnazija. Ekonomija (2008). Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport. (citirano: 1. 12. 2009). Dostopno na naslovu: http://portal.mss.edus.si/msswww/programi2009/programi/gimnazija/ucni_nacrti.htm*

1.3 Ekonomska kriza danes v svetu in doma

dr. Simon Čadež

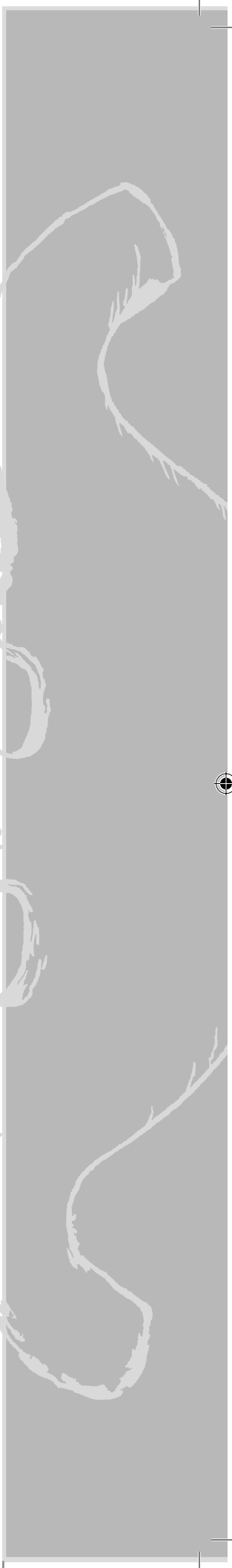
Prof. Paul Krugman, Nobelov nagrajenec za ekonomijo za leto 2008, ki je septembra 2009 na povabilo Ekonomske fakultete v Ljubljani v Cankarjevem domu predaval izbrani množici slovenskih akademikov in gospodarstvenikov, je na koncu predavanja dejal: »Žal mi je, da nisem mogel napovedati sedanje finančne in gospodarske krize.« S tem opravičilom je najbrž razkril bistvo ekonomske znanosti. Celo tisti, ki o ekonomski znanosti ve največ, o njej pravzaprav ve premalo.

Svetovna gospodarska kriza se je začela leta 2008 in velja za največjo po drugi svetovni vojni. Čeprav se kot prelomni trenutek začetka krize pogosto navaja datum 15. 9. 2008, ko je banka Lehman Brothers objavila enega največjih stečajev v zgodovini ZDA, so vzroki krize dolgoročnejši in drugje. Po mnenju večine ekonomistov je glavni vzrok svetovne krize nepremičninski trg v ZDA, ki ga je poganjalo čezmerno zadolževanje gospodinjstev. Gledano nazaj, je logika nastanka krize pravzaprav preprosta. Američani so za nakupe nepremičnin najemali višje kredite, kot so jih bili sposobni odplačevati iz tekočih prihodkov. Dokler povpraševanje po nepremičninah presega ponudbo in cene nepremičnin rastejo, to ni problem. Gospodinjstva so lahko čez čas nepremičnino prodala, banki odplačala kredit, pa še nekaj dobička jim je ostalo po odplačilu kredita. Problem nastane, če tako delajo vsi. To je napihnilo nepremičninski in posledično tudi borzni balon, in samo vprašanje časa je bilo, kdaj bo balon počil. Na žalost pa ni počil samo v ZDA, ampak se je pok zelo hitro razširil po vsem svetu.

Dokaj enotni so si ekonomisti tudi glede glavnega krivca krize. To naj bi bile banke, ki so v razbrzdanem pohlepu po čim višjih dobičkih odobravale kredite tudi takim, ki so po zdravi finančni logiki kreditno nesposobni. Ta eksces bi v normalnem tržnem gospodarstvu moral razrešiti trg z bankrotom takih bank, vendar je bankrot banke Lehman pokazal, da bi to lahko sprožilo verigo katastrofalnih posledic. Ključna težava v bančnem sektorju skoraj vseh držav je, da bančni trg dominira nekaj bank, ki veljajo za prevelike, da bi propadle. To je razlog, da so skoraj vse države na svetu svoje ključne banke pred bankroti rešile z denarjem davkoplačevalcev. Če je kriza priložnost, da bi se ta ključna težava odpravila, se je vsaj v ZDA zgodilo ravno obratno. Velike banke so v času krize z državnim denarjem nakupile druge banke in postale še večje.

Ta kratek zapis razkriva tri značilnosti ekonomske znanosti. Prvič, ekonomska znanost je precej nebogljena pri napovedovanju prihodnosti. Drugič, bolje se odreže pri pojasnjevanju preteklosti, vendar pa se iz preteklosti pogosto ne naučimo dovolj za prihodnost. In tretjič, ekonomske odločitve so pogosto podrejene političnim. Pomembno je torej zavedanje, da v praksi ekonomija deluje nekoliko drugače kot v teoriji, zato smo tudi pripravili to publikacijo. Z njegovo pomočjo bodo tako dijaki kot učitelji spoznali, kakšne so praktične posledice ekonomskih in poslovnih odločitev.

Primeri vpeljevanja novosti v praksi



2.1 Ekonomija

2.1.1 Temeljni ekonomski pojmi in procesi

2.1.1.1 Temeljni ekonomski problem

mag. Jasmina Dolinšek in Klavdija Živko,
Srednja prometna šola Maribor

Izbrano poglavje: Ekonomija A: Temeljni ekonomski pojmi in procesi

Učni sklop: Ekonomija A 1: Ekonomski problem

Bistveno vprašanje: V čem je temeljni ekonomski problem vsake družbe, posameznika in države?

Splošni cilji/kompetence

Dijaki:

- uporabljajo pri usvajanju, utrjevanju, preverjanju in ocenjevanju znanja sodobno učno tehnologijo in razvijajo digitalno pismenost,
- zaznajo ekonomski problem in nujnost gospodarjenja z dobrinami,
- ugotavljajo osnovne ekonomske zakonitosti,
- v forumu sodelujejo v timu.

SPLOŠNE KOMPETENCE	
K1 – sporazumevanje v maternem jeziku	**K5 – učenje učenja**
K2 – porazumevanje v tujem jeziku	K6 – socialne in državljanske kompetence
K3 – matematična kompetenca, kompetenca v naravoslovju in tehnologiji	**K7 – samoiniciativnost in podjetnost**
K4 – digitalna pismenost	K8 – kulturna zavest in izražanje

Operativni cilji: vsebinski in procesni

Dijaki:

- spoznajo in opredelijo temeljni ekonomski problem z vidika posameznika, družbe in države,
- opredelijo ekonomsko dejavnost, ki rešuje ta problem,
- razvijajo sposobnost opazovanja okolja,
- razvijajo načelo varčnosti in gospodarnosti,
- opredelijo pojem potrebe in dobrine,
- razlikujejo med absolutno in relativno redkostjo dobrin,
- ekonomski problem povezujejo s primeri iz okolja,

- vodeno in samostojno uporabljajo e-gradiva,
- utrjujejo in preverjajo znanje s pomočjo različnih spletnih didaktičnih orodij (Hot Potatoes, vislice, milijonar in praznine v Moodlu),
- samostojno poiščejo, pojasnijo ter ustvarijo slovar novih pojmov v Moodlu,
- v klepetalnici izmenjujejo mnenja, postavljajo vprašanja in razvijajo zavest timskega dela,
- iščejo podatke na spletu, jih obdelajo in predstavijo,
- samostojno pripravijo nalogo esejističnega tipa, ki jo oddajo v spletni učilnici (Moodle).

Pričakovani rezultati/dosežki

Dijaki:

- opredelijo in razpravljajo o temeljnem ekonomskem problemu,
- znajo opredeliti pojem potreb in dobrin,
- razlikujejo relativno in absolutno redkost dobrin,
- predstavijo absolutno in relativno redkost s primeri iz okolja,
- vrednotijo potrebe,
- spoznavajo in sprejemajo drugačne potrebe drugih ljudi,
- v spletni učilnici rešujejo naloge, dopolnjujejo slovar ekonomskih pojmov ter sodelujejo v forumu.

Medpredmetne povezave in kroskurikularne teme: podjetništvo, informatika

Didaktični pristopi

- *učnociljni in razvojnoprocesni pristop:* učitelj (skupaj z dijaki) načrtuje dejavnosti za dijake v povezavi s cilji procesa in pričakovanimi rezultati,
- poudarek je na *uporabi novih tehnologij* (računalniki, interaktivna tabla, splet...).

Potek učnega procesa

Predviden čas: 9 šolskih ur

Ure	EKONOMIJA
1 ura	**Uvod** Samostojno delo dijakov v skupinah, vsaka skupina razpravlja o svojih potrebah in dobrinah, s katerimi le-te zadovoljuje, o subjektivnosti, pomembnosti posameznih vrst potreb in o mogočih omejitvah, ki se pri tem pojavijo. Pri skupinskem delu jih usmerja delovni list (priloga 1). Predstavijo izsledke skupinskega dela. Učitelj z dijaki skozi pogovor ugotavlja razumevanje osnovnih pojmov in pomaga dopolniti manjkajoče podatke na učnem listu.
2 uri	**TEMA: Temeljni ekonomski problem** Učitelj predstavi obravnavano temo s pomočjo predstavitve v PowerPointu (priloga 2), pri tem uporablja interaktivno tablo (priloga 3), nastaja tabelska slika, dijaki dejavno sodelujejo, dopolnjujejo tabelsko sliko. Dijaki pridejo k uri ekonomije z ustreznim gradivom, ki ga najdejo v spletni učilnici. Pri pouku gradivo dopolnjujejo.
2 uri	**Ponavljanje in utrjevanje snovi** Dijaki delajo v spletni učilnici: rešujejo naloge različnih tipov (polnjenje praznin – priloga 4, križanka – priloga 5, vislice – priloga 6 ter milijonar – priloga 7). Delo poteka v računalniški učilnici, lahko tudi doma. Učitelj delo spremlja in individualno rešuje probleme, ko se ti pojavijo, kadar gre za delo od doma, daje dijakom povratne informacije in jih usmerja. Za boljše razumevanje osnovnih ekonomskih pojmov dijaki v spletni učilnici oblikujejo slovar (priloga 8) temeljnih ekonomskih pojmov iz izbranega poglavja. V razpoložljivi literaturi in preko spleta poiščejo razlago pomembnih novih pojmov in jih vnesejo v spletni slovar.
1 ura	Učitelj preverja pravilnost razlage dodanih pojmov.
2 uri	**Preverjanje in ocenjevanje znanja** Dijaki doma (ali v šoli, v parih ali skupinsko) rešijo nalogo esejističnega tipa – priloga 9 (navodila za delo so objavljena v spletni učilnici, kamor je treba nalogo tudi oddati). Na večer pred pisnim ocenjevanjem znanja se dijaki in učitelj srečamo v spletni klepetalnici (priloga 10), kjer se pogovarjamo (predlagava 20 minut) o nerešenih vprašanjih obravnavane teme. Učitelj pregleda naloge in poda dijaku povratno informacijo.

	Pri pouku na okrogli mizi debatiramo o nalogah. Okroglo mizo vodi učitelj. Dijaki rešujejo spletni kviz – priloga 11 (iz baze naključno izbranih, predhodno znanih vprašanj). Učitelj naloge oceni.
1 ura	**Zaključek** Dijaki se vključijo v forum, v katerem podajo svoja mnenja o načinu obravnavane teme in predloge za reševanje temeljnega ekonomskega problema v slovenskem in svetovnem gospodarstvu. Učitelj je moderator in motivator.

(Samo)refleksija dijaka in učitelja

Dijaki podajo refleksijo v forumu (priloga 12), kjer zapišejo prednosti, pomanjkljivosti in predloge o načinu obravnavanja snovi.

Pripravimo tudi kratko anketo, s pomočjo katere učitelj ugotavlja potek učnega procesa in refleksijo svojega dela.

Priloge

Priloga 1: Delovni list »Potrebe, dobrine, omejitve«
Priloga 2: Izroček predstavitve snovi (program PowerPoint)
Priloga 3: Tabelska slika na interaktivni tabli (program Interwrite)
Priloga 4: Naloga iz spletne učilnice v Moodlu – Polnjenje praznin
Priloga 5: Naloga iz spletne učilnice v Moodlu – Križanka (program Hot Potatoes)
Priloga 6: Naloga iz spletne učilnice v Moodlu – Vislice
Priloga 7: Naloga iz spletne učilnice v Moodlu – Milijonar
Priloga 8: Spletna učilnica v Moodlu – Slovar naključnih ekonomskih pojmov
Priloga 9: Naloga iz spletne učilnice v Moodlu – Navodila za nalogo esejističnega tipa
Priloga 10: Spletna učilnica v Moodlu – Spletna klepetalnica
Priloga 11: Naloga iz spletne učilnice v Moodlu – Primer pisne naloge
Priloga 12: Refleksija dijaka (oddana v forumu v spletni učilnici)

Priloga 1

Delovni list

»Potrebe, dobrine, omejitve«

TEMELJNI EKONOMSKI PROBLEM

1. Napišite nekaj svojih potreb in dobrin, s katerimi le-te zadovoljujete:

POTREBA	DOBRINA

2. Katere so osnovne človekove potrebe? Naštejte tri življenjsko nujne potrebe in tri »manj pomembne potrebe«?

a) a)
b) b)
c) c)



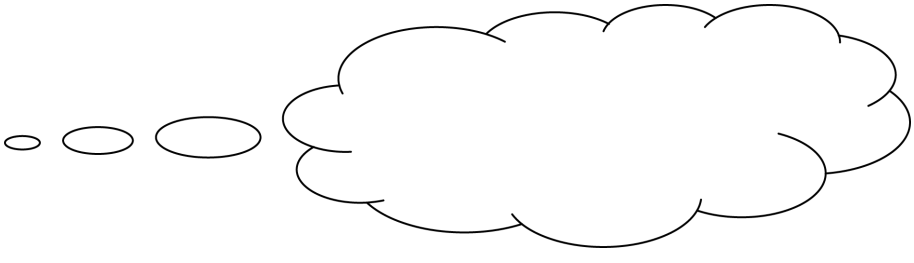
3. Kaj menite, ali so vaše potrebe omejene? Utemeljite?

DA NE



4. Kaj vas omejuje pri nakupu dobrin, ki si jih želite?

5 Primerjajte življenjsko nujne potrebe evropskega dijaka in dijaka iz Somalije? Kakšne so vaše ugotovitve?



Priloga 2

Izroček predstavitve snovi

Program PowerPoint

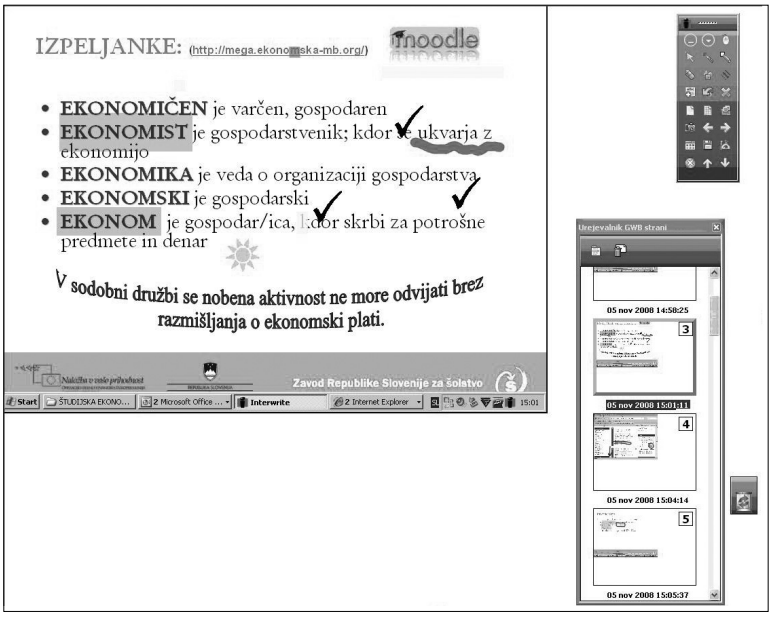


Na izročku, pripravljenem v PowerPointu, je zapisanih nekaj temeljnih pojmov iz ekonomije, ki jih dijaki spoznavajo v uvodu poglavja Temeljni ekonomski problem.

Priloga 3

Tabelska slika na interaktivni tabli

Program Interwrite

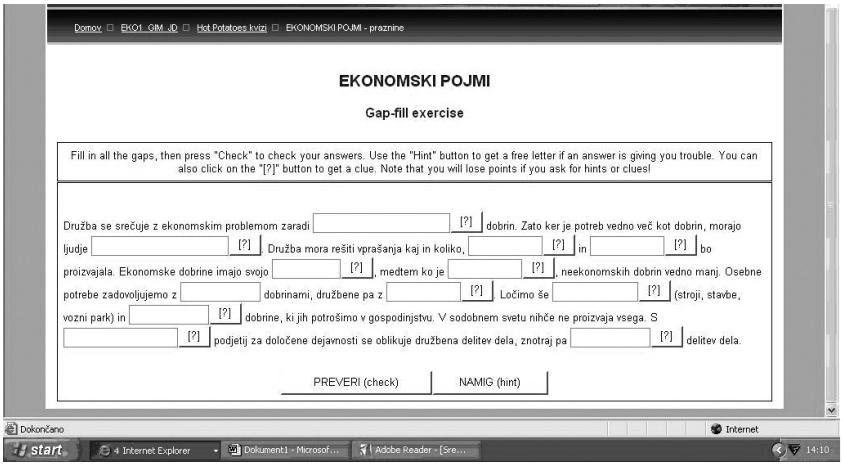


Kot primer podajava tabelsko sliko, ki je nastala s pomočjo programskega orodja na interaktivni tabli Interwrite in prikazuje, kako lahko snov »obdelamo« s pomočjo različnih orodij. Desno spodaj vidimo nekaj tabelskih slik, nastalih v eni učni uri (desno zgoraj so orodja, ki so na voljo – pisalo, radirka, signir, fotoaparat, navidezna tipkovnica ...), ki jih lahko natisnemo, shranimo ali pošljemo po elektronski pošti.

Priloga 4

Naloga iz spletne učilnice v Moodlu

Polnjenje praznin

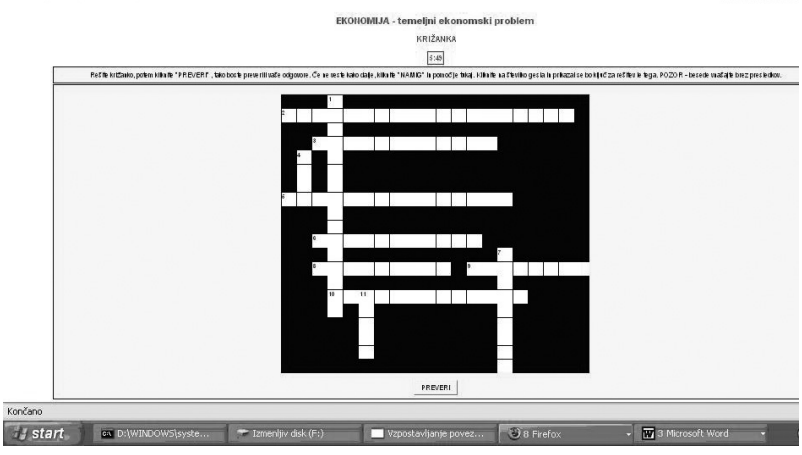


Naloga, pripravljena v programu Hot Potatoes, je dijakom na voljo v spletni učilnici. Učitelj jo pripravi za utrjevanje snovi, dijak jo lahko rešuje v šoli, doma, kjer koli in kadar koli. V prazne prostore vpiše manjkajoče pojme, program mu sam izračuna uspeh. Nalogo lahko rešuje večkrat.

Priloga 5

Naloga iz spletne učilnice v Moodlu

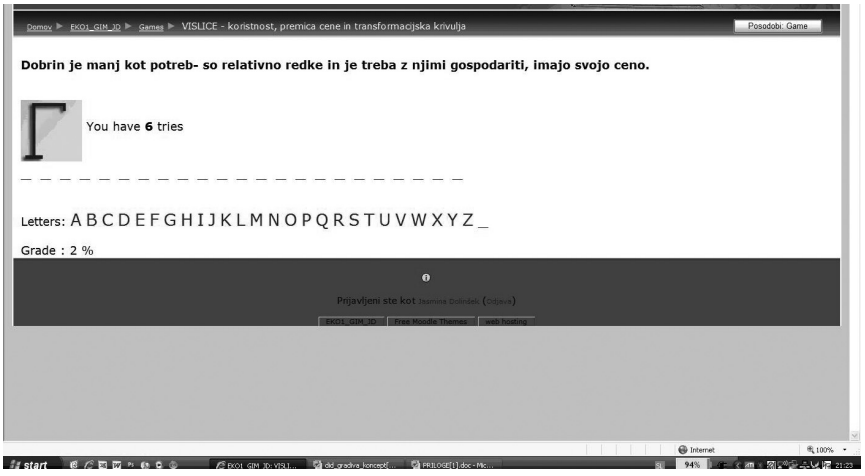
Križanka (program Hot Potatoes)



Križanka, narejena v programu Hot Potatoes, je prav tako v Moodlu v spletni učilnici. Dijaki nalogo rešujejo s pomočjo računalnika. Z dotikom miške na želeno polje v križanki se izpiše razlaga iskanega pojma, ki ga dijak vnese v predvideno polje. V pomoč so mu namigi, ki jih predhodno vnese učitelj. Dijak prejme povratno informacijo, ko križanko konča.

Priloga 6

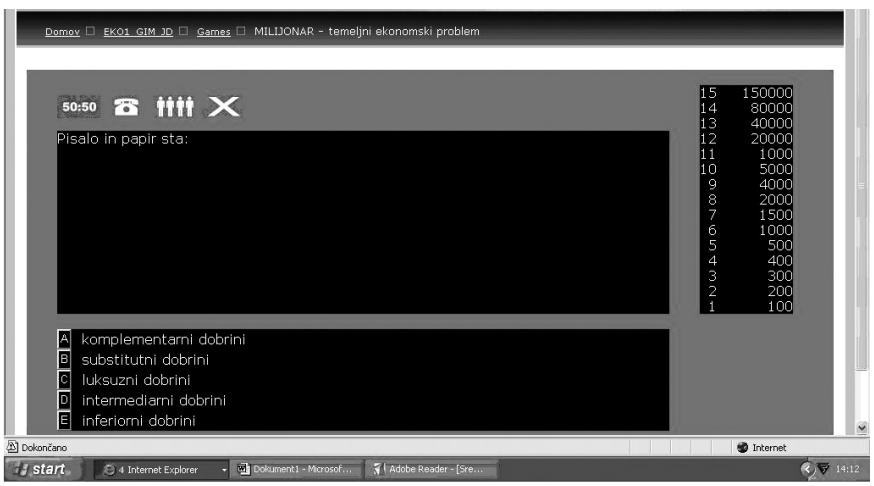
Naloga iz spletne učilnice v Moodlu
Vislice



Novejše različice spletnih učilnic v Moodlu omogočajo, da iz slovarja, ki smo ga predhodno oblikovali, pripravimo nalogo, podobno znani otroški igri: vislice.

Priloga 7

Naloga iz spletne učilnice v Moodlu
Milijonar



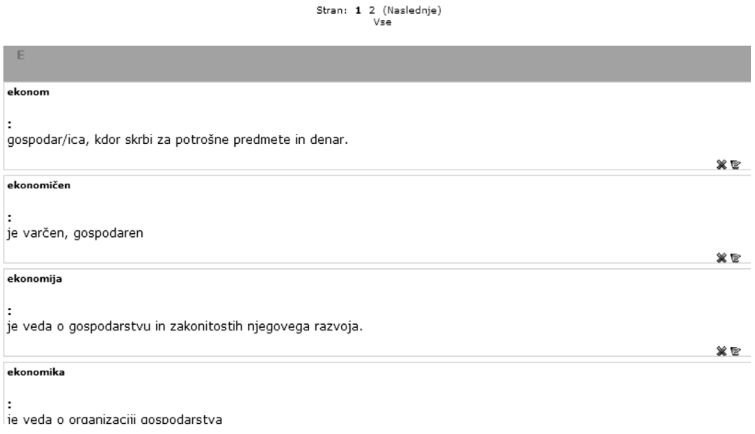
Novejša različica Moodla nam omogoča, da iz baze predhodno oblikovanih nalog izbirnega tipa oblikujemo zabavno obliko utrjevanja znanja – podobno znanemu kvizu »milijonar«. Dijak lahko tudi v spletnem kvizu uporabi polovičko, klic v sili ali za pomoč povpraša občinstvo.

Priloga 8

Spletna učilnica v Moodlu

Slovar naključnih ekonomskih pojmov





Slovar je dijakom lahko v pomoč pri usvajanju snovi, utrjevanju ali preverjanju znanja. Ustvarimo ga lahko s pomočjo dijakov, ki vnašajo nove pojme in njihove razlage. Zraven lahko za boljše razumevanje vstavimo tudi slike, grafične prikaze ali dodamo posamezne datoteke. Kadar dijaki samostojno vnašajo pojme, je zaželen pregled učitelja. Pripravljeni slovar je zelo uporaben za oblikovanje nadaljnjih nalog (križank, vislic, kač, polnjenja praznin ...).

Priloga 9

Naloga iz spletne učilnice v Moodlu

Navodila za nalogo esejističnega tipa[3]

EKONOMSKI PROBLEM IN NUJNOST IZBIRE

Živimo v svetu redkosti in nihče si ne more privoščiti vseh stvari, ki bi jih želel imeti. Vsa gospodarstva, tudi najbolj razvita, se srečujejo z ekonomskim problemom. Opredelite ekonomski problem, s katerim se spopada vsaka družba, in ga ilustrirajte s primerno sliko.

(3 točke)

Navedite in pojasnite tri temeljna ekonomska vprašanja, ki se pri tem pojavljajo in jih mora rešiti vsaka družba.

(3 točke)

Ekonomski problem ni samo problem posameznega gospodarstva, je tudi problem posameznih gospodinjstev, ki kupujejo različne dobrine, da z njimi zadovoljujejo potrebe svojih članov. Navedite omejitve gospodinjstev pri odločanju o nakupu dobrin in pojasnite, kaj nam prikazuje premica alternativnih možnosti nakupa (premica cene). Pojasnite tudi, zakaj gre v tem primeru za premico in zakaj je padajoča.

(5 točk)

Denimo, da ima Metka 2000 d.e. žepnine, s katero si kupuje sokove, ki stanejo 400 d.e., in čokoladne rogljičke, ki stanejo 200 d.e. S sliko prikažite njene možnosti nakupa in navedite, koliko znaša alternativni strošek nakupa čokoladnega rogljička. Pojasnite, ali se z nakupom čokoladnih rogljičkov njena mejna koristnost zmanjšuje in zakaj. Pojasnite in v sliki prikažite morebitno spremembo, če bi se Metki žepnina povečala za 20 %.

(4 točke)

15 točk

Želim vam veliko uspeha!

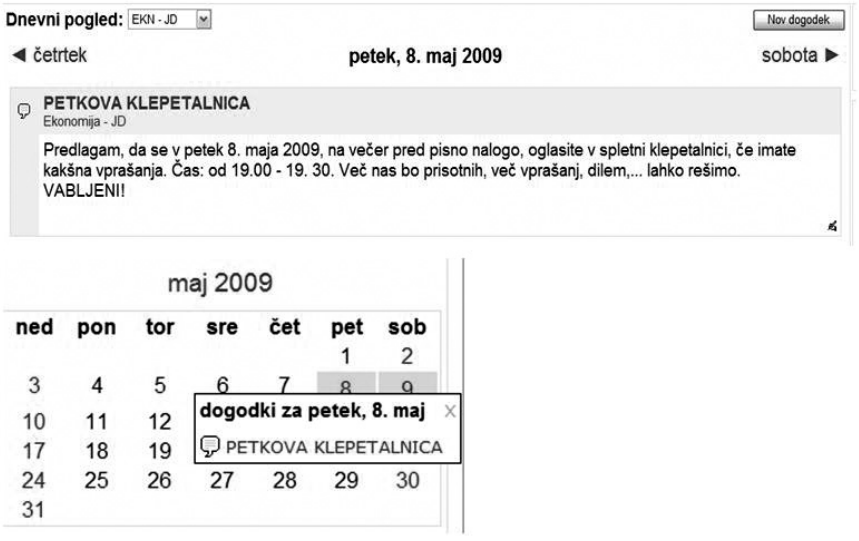
Primer naloge, ki jo dijaki rešujejo opisno in nato oddajo v Moodlu. Učitelj nalogo pregleda in poda dijaku povratno informacijo. Dijak se nanjo odzove s ponovno oddajo popravljene naloge.

[3] *Naloga je vzeta iz zbirke nalog za maturo za ekonomijo*

Priloga 10

Spletna učilnica v Moodlu

Spletna klepetalnica



19:09 Jasmina: Naloge so zapečatene na Acdemii. Mene je to presenetilo.

19:10 Klavdija: koliko pa so točkovane računske naloge: tabela stroški, elastičnost, koristnost?

19:10: Otmar se je pravkar pridružil/a temu klepetu

19:10: Tanja je zapustil/a ta klepet

19:10 Darja: haha, vsi računamo, da imamo že 30 točk, kaj ne?

19:10 Metka: ja

19:10 Jasmina: Različno, cca. po 7 točk, kar veliko tabela stroškov pa 12. Medtem sem že pogledala.

19:10 Klavdija: ja seveda

19:10 Nataša: seveda, saj smo tudi pridno delali naloge

19:10 Simona: kdaj pa bodo znane točke iz domačih nalog

19:11: Jožica se je pravkar pridružil/a temu klepetu

19:11: Karmen se je pravkar pridružil/a temu klepetu

19:11 Jasmina: 30 točk iz domačih nalog je res rezultat trdega dela.

19:11 Simona: hallo karmen, sta z Nado vse predelale

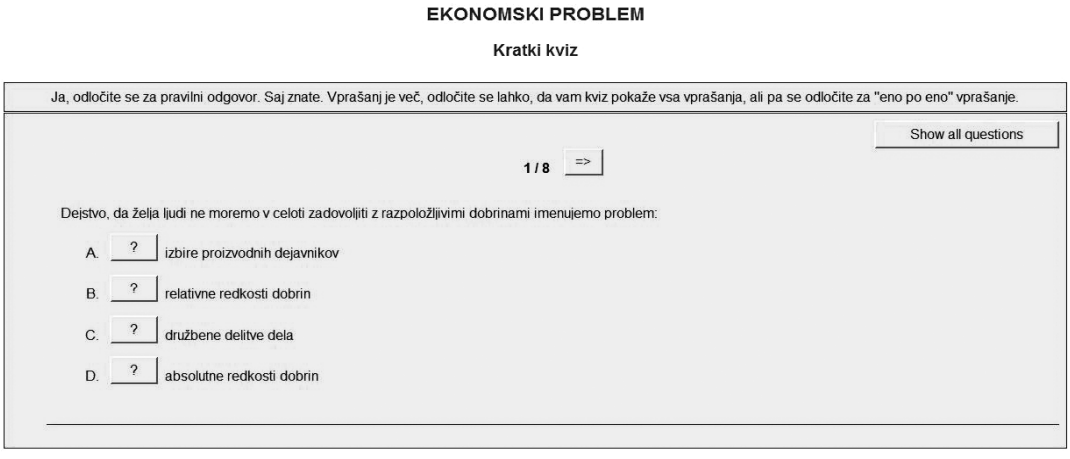
Za razjasnitev vprašanj in zadnjih dilem pred pisno nalogo smo pripravili spletno klepetalnico, v kateri dijaki poklepetajo med seboj in z učiteljem. Pridružijo se po želji, trajanje je omejeno, da bi bila debata čim bolj konstruktivna.

V spletno učilnico vstavi učitelj opombo, ki opozarja na prihajajočo aktivnost.

Priloga 11

Naloga iz spletne učilnice v Moodlu

Primer pisne naloge



Kot primer ocenjevanja navajamo kviz objektivnega tipa. Priporočljivo je oblikovati čim večjo bazo vprašanj, iz katere lahko pozneje črpamo naključno izbrana vprašanja in pri ocenjevanju znanja zagotovimo objektivnost. Program Hot Potatoes ob koncu reševanja naloge izračuna uspeh in shrani rezultat.

Priloga 12

Refleksija dijaka

Oddana v forumu v spletni učilnici

REFLEKSIJA DIJAKA

"Delo v spletni učilnici mi je zelo všeč, ker lahko rešujem naloge kadar imam čas, lahko tudi zvečer ali ponoči. Delo poteka sproščeno. Včasih se mi zdi kot da sem na telefonu ali facebooku. Če sem bolan, lahko takoj pridobim zapiske. Všeč mi je, ko mi profesorica takoj odgovori. Če česa ne znam, lahko podebatiram s sošolci ali profesorico. Najbolj všeč mi je bila klepetalnica pred testom zvečer.

Meni je super."

***

Blaž, 1. c

2.1.1.2 Gospodarski krožni tok v priredbi renesančne tragedije Romeo in Julija

Irena Papac, Gimnazija Brežice

Izbrano poglavje:	Ekonomija: A	Temeljni ekonomski pojmi in procesi
Učni sklop:	Ekonomija: A. 2	Gospodarski krožni tok
Tema:	Ekonomija: A. 2. 3	Krožni tok gospodarstva
	Ekonomija: A. 2. 4	Stvarni in denarni tokovi

Splošni cilji/kompetence

Skupni cilj:

Dijaki pripravijo in izvedejo gledališko predstavo prirejenega odlomka renesančne tragedije Romeo in Julija v javnosti. Pri ekonomiji dijaki razvijajo zavest o nujnosti gospodarjenja na vseh področjih življenja in spoznavajo temeljne gospodarske tokove, ki povezujejo gospodarske subjekte, na inovativen način ter pri tem razvijajo sposobnosti podjetniškega pristopa. Pri drugih predmetih razvijajo zmožnosti branja in interpretiranja književnih besedil, spoznavajo književnost angleško govoreče kulture, raziskujejo življenje premožnih družin v 16. stoletju, spoznavajo geografske značilnosti dogajalnega prostora književnega dela, razvijajo zmožnost načrtovanja in izvedbe varnega eksperimentalnega dela, uporabljajo računalniško znanje, kako z grafiko, zvokom, animacijo in drugimi elementi podkrepiti in poudariti določeno vsebino, razvijajo gibalne in funkcionalne sposobnosti, razvijajo zmožnost likovnega branja in likovnega interpretiranja vsebine in razvijajo sposobnost poglobljenega poslušanja glasbe.

SPLOŠNE KOMPETENCE	
K1 – sporazumevanje v maternem jeziku	K5 – učenje učenja
K2 – sporazumevanje v tujem jeziku	K6 – socialne in državljanske kompetence
K3 – matematična kompetenca, kompetenca v naravoslovju in tehnologiji	**K7 – samoiniciativnost in podjetnost** (uvajanje in podpiranje inovacij, vztrajnost, postavljanje ciljev, volja po uspehu)
K4 – digitalna pismenost	K8 – kulturna zavest in izražanje

Operativni cilji pri ekonomiji

Vsebinski cilji za dijake

- spoznavajo temeljne gospodarske subjekte ob domačem branju renesančne tragedije Romeo in Julija, angleškega dramatika Williama Shakespeara,
- s pomočjo primera prirejenega odlomka Romea in Julije znajo opisati temeljne gospodarske osebke (nosilce odločitev v gospodarstvu), de-

narne in blagovne tokove med gospodinjstvi in podjetji ter mehanizme usklajevanja teh tokov,

- z gledališko predstavo prirejenega odlomka znajo prikazati temeljne gospodarske osebke (nosilce odločitev v gospodarstvu), potek denarnih in blagovnih tokov med gospodinjstvi in podjetji ter mehanizme usklajevanja teh tokov na modelu gospodarskega krožnega toka.

Procesni cilji za dijake

- z branjem književnega dela vzpostavijo povezavo z ekonomijo,
- prepoznavajo podjetno ravnanje Williama Shakespeara in njegove družine v 16. stoletju,
- prepoznavajo podjetno ravnanje gospodarskih osebkov v prirejenem odlomku, ga povežejo z okoljem, v katerem živijo, in na primeru razložijo osnovno delovanje gospodarstva,
- v sodelovanju z učiteljico pripravijo in izvedejo gledališko predstavo za starše in dijake drugega in tretjega letnika na šoli,
- evalvirajo projekt.

Pričakovani rezultati/dosežki pri ekonomiji

Dijaki s prebranim književnim delom angleškega dramatika Williama Shakespeara Romeo in Julija in s prirejenim odlomkom vzpostavijo povezavo z ekonomijo, tako da opišejo in z gledališko predstavo Gledališča Blackfriars, d. d., Brežice prikažejo temeljne gospodarske osebke, denarne in blagovne tokove med gospodinjstvi in podjetji ter mehanizme usklajevanja teh tokov. Prepoznajo podjetno ravnanje Williama Shakespeara in njegove družine kakor tudi ekonomskih osebkov v prirejenem odlomku. Za podobno ravnanje poiščejo primer v domačem okolju in razložijo osnovno delovanje gospodarstva na izbranem primeru. Utemeljijo primer zaslužka v kulturni dejavnosti.

Pričakovane dosežke merimo skladno z zapisanimi opisnimi kriteriji preverjanja in ocenjevanja.

Medpredmetne povezave in kroskurikularne teme

- *večpredmetna povezava* (povezava med predmeti 1.e oddelka: ekonomija – EKN, slovenščina – SLO, angleščina – ANG, zgodovina – ZGO, geografija – GEO, kemija – KEM, informatika – INF, športna vzgoja – ŠVZ, likovna umetnost – LUM in glasba – GLA),
- *kroskurikularna povezava* (povezuje večino predmetov v 1.e oddelku),
- *kombinirana povezava* (del ciljev je skupnih, del ciljev je integriranih, obravnavano ločeno),
- *horizontalna povezava na ravni šole* (povezava med oddelki istega letnika),

- *vertikalna povezava* (gledališka predstava za druge in tretje letnike Ekonomske gimnazije).

Didaktični pristopi

- *učnociljni in razvojnoprocesni pristop* (načrtovanje dejavnosti za dijake v povezavi s cilji procesa in pričakovanimi rezultati),
- *kurikularne povezave* (literarno delo),
- *aktivne oblike pouka* (skupinsko delo, individualno delo),
- *aktivne metode pouka* (študij primera, igra vlog),
- *avtentični pouk* (projektno delo),
- *uporaba novih tehnologij* (računalnik, LCD-projektor).

Potek učnega procesa (strategije poučevanja in učenja, načrt dejavnosti za dijake in učitelja/-e, izvedba učnega procesa po fazah/stopnjah)

Makronačrt za šolski razvojni projekt v 1.e oddelku:

NOVEMBER 2008:	**faza načrtovanja** (dijaki dobijo navodila za branje, seznanijo se z načinom vodenja dnevnika branja, dogovor za datum obravnave domačega branja pri slovenščini), priprava mikro načrta.
DECEMBER 2008:	**branje besedila** (dijaki berejo in si opažanja zapisujejo v dnevnik branja – vtise, zanimive misli, nenavadne besedne zveze),
	nadaljevanje pri predmetih: ekonomija, angleščina, zgodovina, geografija, kemija, informatika, športna vzgoja, likovna umetnost in glasba.
JANUAR 2009:	**priprava gledališke predstave** Gledališča Blackfriars, d. d., Brežice (dijaki se posvetujejo z učitelji).
FEBRUAR 2009:	**nastop:** gledališka predstava za starše, dijake drugega in tretjega letnika Ekonomske gimnazije, evalvacija šolskega razvojnega projekta.

Potek učnega procesa pri ekonomiji:

Predviden čas: tri šolske ure

Ure	EKONOMIJA
	Predstavitev vključitve ekonomije v šolski razvojni projekt branja pri več predmetih in ciljev, načrtovanih dejavnosti ter pričakovanih dosežkov. Navodila za delo, skupen pregled učnega lista 1: Gospodarski subjekti v renesančni tragediji Romeo in Julija (pripravi učiteljica) in podajanje pojasnil. Postavitev roka za pripravo odgovorov na vprašanja z učnega lista.
1	**Uvod: kratka osvežitev temeljnih ekonomskih pojmov iz teorije Gospodarski krožni tok** *(učbenik M. Glas: Temeljni ekonomski pojmi in procesi, str. 49–57).* Pogovor v skupini o vsebini odgovorov z učnega lista 1: Gospodarski subjekti v renesančni tragediji Romeo in Julija, o značilnostih in vlogah književnih oseb in o njihovih potrebah, o podjetnem ravnanju Williama Shakespeara in njegove družine ter utemeljevanje zaslužkov na področju kulturnih dejavnosti. Ugotavljanje uspešnosti povezovanja ekonomije z vsebino književnega dela.
1	**Uvod: kratka ponovitev ugotovitev iz prejšnje učne ure** Navodilo za delo s pomočjo gradiva: Prirejen odlomek Shakespearove renesančne tragedije Romeo in Julija (pripravi učiteljica), dijaki individualno izpolnjujejo učni list 2: Gospodarski krožni tok: Romeo in Julija (pripravi učiteljica). Učiteljica preverja rešitve in po potrebi pomaga dijakom. Ugotavljanje uspešnosti povezovanja ekonomije s prirejenim odlomkom z ekonomsko vsebino. Skupno preverjanje opisa sheme gospodarskega krožnega toka z učnega lista. Učiteljica si zapiše izbrane vloge dijakov za gledališko predstavo.
1	**Konzultacije** z dijaki pri pripravi in izvedbi gledališke predstave Gledališča Blackfriars, d. d., Brežice in sodelovanje s sodelujočimi učitelji v medpredmetni povezavi. Vaje za gledališko predstavo pri sodelujočih predmetih, pri ekonomiji 1 ura. **Zaključek**: evalvacija šolskega razvojnega projekta v sodelovanju s predmetom slovenščina (vtisi, mnenja, doživljanje vlog). Pri ekonomiji nismo izvajali ocenjevanja, mogoče pa je v skladu s kriteriji za ocenjevanje.

(Samo)refleksija dijaka in učitelja

Samorefleksija učitelja:

- *prednosti uvedenih povezav*: večja motivacija dijakov, boljša komunikacija med dijaki, boljša samopodoba dijakov, empatija, učenje v avtentičnih situacijah, praktična uporaba znanja, učenje na nov način, spoznavanje povezav med predmeti, učenje strpnosti;
- *slabosti uvedenih povezav*: veliko časa za pripravo in vaje, uskladitev z urniki, prostor brez možnosti za kakovostno ozvočenje, pripravljenost vseh dijakov v oddelku za kakovostno sodelovanje;
- *odzivi dijakov:* z veseljem so se soočili z izzivom, vložili veliko dobre volje in truda, pripravljeni so bili pomagati sošolcem, bolje so spoznali svoje sošolce, njihova znanja in sposobnosti.

Mnenja dijakov 1.e oddelka:

- *S tem projektom smo nagradili svoje sposobnosti in pokazali drugim, da smo marsičesa zmožni!*
- *Projektna naloga Romeo in Julija mi je bila zelo všeč zaradi medsebojnega druženja; bolje smo se spoznali, na vajah smo doživljali nepozabne trenutke.*
- *Mislim, da smo s projektom Romeo in Julija naredili dober vtis na dijake in profesorje ter se tudi veliko naučili.*
- *Najboljši način prejemanja podatkov iz vseh učnih predmetov ter uživanje v šoli.*
- *Všeč mi je, da smo uspeli igrico prikazati na malce drugačen način in jo s te plati približati gledalcem.*
- *Projektna naloga Romeo in Julija mi je bila zelo všeč, saj smo pri tem uživali vsi in to nam je ostalo v posebnem spominu.*
- *Projekt Romeo in Julija se mi je zdel zelo zanimiv, a hkrati tudi neka nova izkušnja.*
- *Celoten projekt mi je bil zelo všeč, saj je vsak imel svojo vlogo; med delom smo se tudi zabavali.*
- *Priredba Romeo in Julija se mi je zdela kot veliko ogledalo z mnogo odsevi, ki se med seboj odlično dopolnjujejo in sestavljajo popolnost.*
- *Predstava, ki smo jo uprizorili, je bila zame posebno doživetje, saj v osnovni šoli nisem imela veliko izkušenj z igro, zato sem zelo uživala v vlogi osebe, ki sem jo predstavljala.*
- *Projekt Romeo in Julija se mi je zdel zelo zanimiv, saj smo v igro, ki smo jo odlično uprizorili, vključili večino šolskih predmetov.*
- *Projekt Romeo in Julija se mi je zdel zanimiv, saj smo se tako s sošolci zelo povezali.*
- *Meni se je zdela predstava, ki smo jo pripravili, zelo v redu, saj je bila tudi zabavna in smo se lahko pokazali v drugačni luči ter s tem pokazali, da tudi znamo igrati; čeprav nekateri z igranjem nismo imeli veliko*

izkušenj, smo se vseeno lahko vživeli v osebe, ki smo jih igrali.

- *Meni se projekt Romeo in Julija ni zdel preveč v redu, saj nisem razumela, zakaj je v resnici šlo.*
- *Projekt Romeo in Julija mi je bil zelo všeč. Mislim, da smo se vsi zabavali, zato bi kaj takega lahko ponovili.*
- *Projekt se mi je zdel zanimiv, saj smo se zelo zabavali.*
- *Projekt Romeo in Julija mi je bil zelo všeč, saj mislim, da je bil za nas vse neverjetna izkušnja.*
- *Projekt Romeo in Julija mi je bil všeč, saj je bil zelo izviren in smo ga pokazali na poseben način.*
- *Zanimiv projekt, poln smeha in lepih dogodkov.*
- *Projekt Romeo in Julija mi je bil zelo všeč!*
- *Projekt Romeo in Julija mi je bil všeč, ker smo se medtem zabavali, se veliko smejali in se tako med seboj še bolj spoznali.*
- *Projekt super se mi je zdel, ker je celoten dan zajel.*
- *Romeo in Julija sta po mojem mnenju izguba časa – mogoče samo zame, ker sem prišel naknadno.*
- *Je bilo zahtevno, zanimivo in poučno.*
- *Projekt je bil zelo poučen in zabaven, saj smo se kot razred zelo trudili in veliko družili.*
- *Projekt Romeo in Julija se mi je zdel zanimiva izkušnja, saj smo imeli možnost, da se vživimo v like in spoznamo takratni način življenja.*

Mnenja dijakov gledalcev – dijaki drugega in tretjega letnika ekonomske gimnazije:

- *Dijaki prvega letnika so se zelo potrudili v gledališki predstavi.*
- *Predstava je bila izvirna, medpredmetna povezava je bila zamišljena zanimivo.*
- *Zanimiva scena in kostumi.*
- *Všeč mi je bilo, ker je sodeloval cel razred in vsak dijak je svojo vlogo zelo dobro opravil.*
- *Motilo me je, da so moške vloge igrale dijakinje.*
- *Zelo dobra medpredmetna povezava, saj so drugače predstave bolj kulturno-umetniškega značaja, ta pa je bila ekonomsko obarvana, tako smo prišli tudi dijaki ekonomske gimnazije »na svoj račun«.*
- *Zelo dobra ideja, izvirna vsebina, želim si še več takšnih predstav.*
- *Ponovili smo snov prvega letnika.*
- *Ta predstava me spominja na to ladjico: zanimiva, kratka in jedrnata (list oblikovan v ladjico).*
- *V originalno gledališko predstavo Romeo in Julija so vključena tudi podjetja in finance. Zdi se mi zelo izvirno.*

Članek dijakinje 1.e oddelka za šolski časopis GIB:

Branje pri več predmetih: Romeo in Julija

Vse se je začelo, ko smo izvedeli za letošnji šolski razvojni projekt branja pri več predmetih. Mislili smo, da ne bo tako naporno, a kasneje smo spoznali, da smo se motili.

Izbrano je bilo delo Williama Shakespeara Romeo in Julija, domače branje za vse dijake prvega letnika pri slovenščini. Namen projekta je bil to romantično tragedijo obravnavati pri več šolskih predmetih in spoznati medsebojno povezavo. V razredu smo se dogovorili, da bomo sprva to delo vsi prebrali. Ko smo končno vsi prebrali delo, se je začel razmislek, kako bi lahko povezali šolske predmete s to romantično tragedijo. Pri ekonomiji smo ravno obravnavali gospodarski krožni tok in razmišljali, kako bi vzpostavili povezavo med prebranim delom in delovanjem gospodarstva. Z idejo nam je pomagala koordinatorka projekta prof. Irena Papac. Predlagala nam je, da preko podjetja odigramo prirejen odlomek Romea in Julije, v katerem prikažemo gospodarski krožni tok in tudi nakažemo povezavo med različnimi šolskimi predmeti. Pripravila je priredbo romantične tragedije Romeo in Julija z ekonomskega vidika. In začelo se je ... Romeo in Julija v našem razredu.

Razdelili smo si vloge in se začeli učiti besedilo. Ko smo vsi znali tekst za svoje vloge, so se začele dramske vaje pri prof. Alenki Šet in pri angleščini pri prof. Romani Robek Cerjak. Ugotovili smo, da ni dovolj, da znamo zgolj besedilo, temveč da je potrebno vso zadevo tudi odigrati. V podjetju Alkimist, d. o. o., smo imeli v laboratoriju proizvodnjo strupov, pri informatiki smo izdelali projekcijo in dodali glasbene vložke, pri športni vzgoji pripravili ples, pri zgodovini opisali obdobje renesanse, pri geografiji spoznali London in pri likovni umetnosti izdelali sceno. Kar nekaj ur smo porabili, da smo dodelali celotno igro. Vendar nam je uspelo in bili smo pripravljeni, da nastopimo pred občinstvom.

Naša prva publika so bili naši starši, ki so si v četrtek, 12. februarja 2009, ogledali premierno predstavo Romeo in Julija. Nad našim nastopom so bili navdušeni in res smo dobili občutek, da se je splačalo potruditi. Z igro smo nastopili tudi na informativnem dnevu in po odzivih ugotovili, da jim je bila predstava všeč.

Čeprav nismo vrhunski igralci in vse nismo odigrali popolno ter nam je včasih ušel smeh sredi igre, smo naredili nekaj, kar nas je še bolj povezalo in tudi na nek način utrdilo. Sedaj, ko se takole spominjamo tistih prijetnih dni, kar pogrešamo vzdušje ter prijetno delovno vnemo, ki je vladala med celotnimi pripravami za igro.

Katarina, 1.e

Priloge



Delovni list 1: Gospodarski subjekti v renesančni tragediji Romeo in Julija

Delovni list 2: Gospodarski krožni tok v priredbi renesančne tragedije Romeo in Julija

Učno gradivo: Prirejen odlomek Shakespearove tragedije Romeo in Julija

Delovni list 1

Gospodarski subjekti v renesančni tragediji Romeo in Julija



Gimnazija Brežice

Šolski razvojni projekt: Branje pri več predmetih
Ljubezen je večna – William Shakespeare: Romeo in Julija
Predmet: ekonomija

GOSPODARSKI KROŽNI TOK V PRIREDBI RENESANČNE TRAGEDIJE ROMEO IN JULIJA

Navodilo: Ob domačem branju renesančne tragedije Romeo in Julija angleškega dramatika Williama Shakespeara opišite značilnosti družin:

Montegovi:

Capuletovi:

Opišite značaje in vloge spodaj navedenih književnih oseb. Katere so njihove potrebe?

Romeo:

Julija:

Escalus:

Paris:

Mercutio:

Dojka:

Lorenzo:

Lekarnar:

V Zbirki Klasje IX. letnik, William Shakespeare Romeo in Julija preberite Kronološki pregled Shakespearovega življenja in dela ter Uvodno razlago. Poiščite in zapišite ključne informacije, ki dokazujejo podjetno ravnanje Williama Shakespeara in njegove družine.

Zamislite si, da ste podjetnik. Utemeljite vsaj eno možnost zaslužka na področju kulturne dejavnosti.

Delovni list 2

Gospodarski krožni tok v priredbi renesančne tragedije Romeo in Julija



Gimnazija Brežice

Šolski razvojni projekt: Branje pri več predmetih
Ljubezen je večna – William Shakespeare: Romeo in Julija
Predmet: ekonomija

GOSPODARSKI KROŽNI TOK V PRIREDBI RENESANČNE TRAGEDIJE ROMEO IN JULIJA

Navodilo:

Preberite prirejen odlomek Romea in Julije. Narišite in opišite shemo gospodarskega krožnega toka, v katero ste vpisali v odlomku zapisane temeljne gospodarske osebke, denarne in blagovne tokove ter mehanizme usklajevanja teh tokov.

Razložite osnovno delovanje gospodarstva na primeru iz okolja, v katerem živite.

Na podlagi prirejenega odlomka Romea in Julije bomo vzpostavili »gledališko zvezo« z Gledališčem Blackfriars, d. d., London. Oddelčna skupnost 1.e boste pripravili in izvedli gledališko predstavo Gledališča Blackfriars, d. d., Brežice za starše in dijake drugih in tretjih letnikov na šoli, v kateri boste s področja ekonomije prikazali temeljne gospodarske osebke, potek denarnih in blagovnih tokov med gospodinjstvi in podjetji ter mehanizme usklajevanja teh tokov na modelu gospodarskega krožnega toka. Gledališka predstava bo potekala v medpredmetni povezavi: ekonomija (EKN), slovenski jezik (SLO), angleški jezik (ANG), zgodovina (ZGO), geografija (GEO), kemija (KEM), informatika (INF), športna vzgoja (ŠVZ), likovna umetnost (LUM) in glasba (GLA).

Izberite si svojo vlogo v gledališki predstavi:

Oseba:	Ime in priimek dijaka 1.e oddelka
1. za računalnikom	
2. za računalnikom	
3. Richard Burbage	
4. William Shakespeare	
5. Escalus	
6. Paris	
7. Mercutio	
8. Samson – Capuletov služabnik	
9. Abram – Montegov služabnik	
10. Capulet	
11. Monteg	
12. Amor	
13. Benvolio – Romeov bratranec	
14. Romeo	
15. Dojilja	
16. Lectar	
17. Baltazar – Romeov sluga	
18. Capuletova	
19. Julija	
20. Montegova	
21. Lorenzo	
22. Alkimist	
23. Alkimist	
24. Lekarnar	
25. maskerka	
26. maskerka	
27. šepetalka	
28. Kocka – stvarni tok	
29. Kocka – denarni tok	
30. Sluga	
31. Zgodovinar	

Učno gradivo

Prirejen odlomek Shakespearove tragedije Romeo in Julija



Gimnazija Brežice

Šolski razvojni projekt: Branje pri več predmetih
Ljubezen je večna – William Shakespeare: Romeo in Julija
Predmet: ekonomija

»Gledališka zveza«

The Blackfriars Theatre London - Gledališče Blackfriars, d. d., Brežice

GOSPODARSKI KROŽNI TOK V PRIREDBI RENESANČNE TRAGEDIJE ROMEO IN JULIJA

Avtorica: prof. Irena Papac

Računalnik: «Gledališka zveza« The Blackfriars Theatre London – Gledališče Blackfriars, d. d., Brežice

Nastopajoči so razporejeni v štiri skupine.

Scena: igra Človek ne jezi se: GOSPODINJSTVA (Capuletovi in Montegovi ločeno neverbalno komunicirajo), PODJETJA (Lectar, s. p., izdelujejo srčke, Alkimist, d. o. o., eksperimentirajo v laboratoriju, Lorenzo – piše), TRG POTROŠNIH DOBRIN (Mercutio – piše) in TRG PROIZVODNIH DEJAVNIKOV (Paris – piše), na sredini sedi na sedežu DRŽAVA (Escalus).

Glasba: *Weelkes*

Računalnik: William Shakespeare (1564–1616) (fotografija)

William Shakespeare: *(prihod s sedeža za sceno)* Good morning, ladies and gentlemen! It´s my pleasure to be with you today. For those of you who don´t know me, my name is William Shakespeare and critics say I was the greatest writer in the English language and the world´s preeminent dramatist. Modern London shocks me, I love that London of my time.

Glasba: *Clash: »London calling«*

Računalnik: London (geografija)

William Shakespeare: Yes, the English Renaissance was a cultural and artistic movement in England dating from the early 16th to the early 17th century. This era was my age. It is associated with the pan-European Renaissance that many cultural historians believe originated in northern Italy.

Računalnik: Renesansa (zgodovina)

Zgodovinar *(sprehod po sredini scene pri Escalusu)*: Humanizem je duhovno gibanje iz druge polovice petnajstega in šestnajstega stoletja, ki je v ospredje postavilo človeka in naravo. Renesansa je nov umetnostni slog, na osnovi antičnih lepotnih idealov. Oboje se začne v Italiji, kjer ima podporo bogatega meščanstva, ki z denarjem podpira nadarjene umetnike.

William Shakespeare: Yes, let me introduce you, my dear friend and the great English actor, Richard Burbage. Richard, please tell them the story of Blackfriars Theatre in slovene language, please.

Računalnik: Richard Burbage (1568–1619) (fotografija)

Richard Burbage: *(prihod s sedeža za sceno)* Spoštovani! Leta 1596 je moj oče kupil dominikanski samostan za 600 £ (funtov) in ustanovil prvo zasebno pokrito gledališče The Blackfriars, ki sem ga podedoval. Pokrovitelja naše igralske skupine sta bila kraljica Elizabeta I. in Jakob VI. Z Williamom sva izvedela za podjetne dijake na Gimnaziji Brežice. S pomočjo oddelčnega učiteljskega zbora 1.e smo vzpostavili »gledališko zvezo«, ki dviguje igro na višjo raven. Odločili smo se za dokapitalizacijo gledališča, zato smo izdali novo serijo delnic, ki ste jih prejeli vi, spoštovani gledalci. Dividenda se bo izplačala na Gimnaziji Brežice. Zato danes pozorno prisluhnite igralski zasedbi 1.e, ki bo uprizoril Shakespearovo romantično tragedijo Romeo in Julija.

William Shakespeare: Thank you Richard. Let us enjoy! Romeo and Juliet in Brežice! *(Shakespeare in Burbage sedeta na sedeža za sceno)*

Računalnik: William Shakespeare: Romeo in Julija (fotografija), Italija, Verona, 1595

Glasba: *Weelkes*

Veronski knez Escalus se sprehodi po sredini scene in govori:

PROLOG v obliki elizabetinskega soneta

Dve hiši, mestu obe veljave vzor
veronskemu – tam igra se godi –
iz stare jeze planeta v nov spor,
da bratske roke skruni bratska kri.
iz kril sovražnikov zloveščih teh
rodita za bridkost se ljuba dva,
ki šele padec žalostnih obeh
in njuna smrt očetom boj konča.
Ljubezen to, ki grobu gre naprot,
in neutolažni staršev prepir,
ki le otrok propast mu ustavi pot,
zgostimo tukaj vam v četrt ur okvir.
Potrpežljivo vsak poslušaj, glej;
pogreške radi zboljšamo čim prej.

(Escalus sede na sredino scene)

1. prizor

(Capuletov služabnik Samson in Montegov služabnik Abram zabavljivo prihajata od družin na prizorišče z mečem in ščitom, Abram žvižga)

SAMSON: *(kaže osle Abramu)*

ABRAM: Ali mi kažete osla, gospod?

SAMSON: Osla kažem, gospod.

ABRAM: Zabavljate, gospod?

SAMSON: Zabavljam, gospod. Služim boljšega gospoda kakor vi.

ABRAM: Pa ne boljšega! Lažeš!

SAMSON: Potegni, če te je kaj!

ABRAM: Stran s Capuleti! *(priteče Capulet)*

SAMSON: Stran z Montegi! *(priteče Monteg)*

(Sabljata se, Capulet in Monteg navijata, Samson pade na tla.)

ESCALUS: Uporniki, sovražniki miru, s krvjo sosedov jeklo skrunite! Če spet nam mesto kdaj skrunita, z glavo poplačata miru kršitev.

(Capulet in Monteg gresta k svojima družinama, Ecsalus gre na sredino.)

(Romeo, ki je iz družine Montegov, vstane in gre žalostno naprej, Benvolio ga ustavi.)

AMOR *(z zavezanimi očmi se zaleti v Romea)*

BENVOLIO: Zaljubljen?

ROMEO: Izgubljen.

BENVOLIO: V ljubezni?

ROMEO: Ker milosti ne najdem tam, kjer ljubim.

BENVOLIO: Daj, da grem s teboj: če me pustiš, nevljuden si z menoj.

ROMEO: Nikar! Jaz sebe zgubil sem in pot; saj to ni Romeo: on hodi vse drugod. Dajte mi baklo – ni mi na poskok; ves sem temen, zato bom nosil luč.

MERCUTIO: Ne, dragi Romeo, zaplesal boš. Veš, Romeo, z lectovim srčkom osrečiš Rozalino. Oče tvoj novce dal mi bo za srečo tvojo.

ROMEO: Potem pa prosim, prinesi najlepše lectovo srce.

Računalnik: Lectar, s. p.

Glasba: *Rondo short (do 2. prizora)*

Prikazovanje sheme GKT, scena: igra Človek ne jezi se. Mercutio naroči pri Lectarju lectovo srce tako, da mu izroči svitek. Lectar objavi oglas za prosto delovno mesto Parisu in mu izroči svitek, Paris obvesti dojiljo in ji izroči svitek.

Računalnik: shema Gospodarski krožni tok, nastaja sproti ob igri.

Dojilja se s Parisovo pomočjo zaposli pri Lectarju, mu izroči svitek. Dojiljo spremlja kocka - stvarni tok. Dojilja izdeluje lectovo srce.

LECTAR: Lectarstvo je stara priznana slovenska tradicionalna obrt. V poznem srednjem veku je bilo pecivo iz medenega testa poznano družbeni eliti v mestih in trgih. Bilo je zelo cenjeno in dragoceno ljubezensko darilo. Danes pa je izdelek iz lecta tudi lepo poslovno darilo. *(Lectar dostavi Mercutiu lectovo srce, le-ta pa Romeu. Oba spremlja kocka - stvarni tok.)*.

ROMEO: O, hvala ti, za Rozalino to najlepše moje bo darilo. *(Občuduje srce.)*

(Mercutio nakaže z roko Montegu, da mu je dolžan plačilo za lectovo srce, in Monteg mu izroči 10 zlatnikov. Kocka – denarni tok spremlja zlatnike. Mercutio 2 zlatnika obdrži, 8 zlatnikov dostavi Lectarju. Lectar 4 zlatnike obdrži, dojilji izroči 3 zlatnike, 1 zlatnik izroči Escalusu. Dojilja 1 zlatnik obdrži, 1 zlatnik izroči Parisu, 1 zlatnik izroči Escalusu. Escalus sedi v sredini.)

2. prizor

(Družina Capuletovih se pripravlja se na ples. Prizorišče plesa je sredina.)

Ples (športna vzgoja)

CAPULET: In Monteg je zraven kakor jaz, pod isto kaznijo.

PARIS: Oba prav spoštovana sta moža in žal mi je te dolge razprtije. A grof, kaj pravite na mojo prošnjo?

CAPULET: Otroku mojemu je svet še tuj, saj ni dočakala še 14 let: poletij dvoje naj se obleti, preden nam za nevesto dozori.

PARIS: Mlajše bile so srečne matere.

CAPULET: Prezgodaj žena – zgodaj odcvete. Ona je moj edini up na zemlji: a, Paris, skušajte ji srce vneti, od nje odvisni moji so obeti; zato, če ona prednost vam prizna, izbira njena zame kar velja. Drevi doma gostijo priredim, če vi mi pomnožite gostov število, pozdraviti vas mi bo najbolj milo. *(Da slugi Abramu svitek.)* Fant, ti pa zdaj brusi pete po vsej Veroni, najti skusi prav vse, napisane na ta papir: prevljudno vabim jih na ta večer.

(Paris in Sluga odideta.)

CAPULETOVA: Pokliči, dojka, mojo hčer; kje je?

DOJKA: Julija.

JULIJA: Tu sem. Kaj pa želite?

CAPULETOVA: Poroka! Kako se ti kaj do poroke zdi?

JULIJA: O časti tej se mi še ni sanjalo.

CAPULETOVA: Grof Paris trudi se za tvojo roko, drevi videla ga boš v gosteh.

JULIJA: Bom gledala, kaj povedo pogledi: vendar le to prostost pustim očem, kar s tvojo dovolitvijo je smem.

DOJKA: Noči si srečnih išči k srečnim dnem.

SLUGA: *(nepismen)* Ne morem najti imena tu zapisana, moram k učenjakom.

(sreča Romea): Bog daj, bog daj! Gospod, kaj znate brati?

ROMEO: ... Rozalina ... Kaj lepa družba: kam naj pridejo?

SLUGA: Gor k nam, na ples in na večerjo. H Capuletom, in pridite še vi, če niste Montegovi.

ROMEO: *(Na plesu zagleda Julijo, pozabi na Rozalino.)* Od nje sijati se učijo sveče! Lepota njena v noči se leskeče. ... *(Izroči ji lectovo srce in jo poljubi.)* Tako so usne greha mi oprane.

JULIJA: *(Veselo stisne lectovo srce k sebi.)*. Premojstrsko poljubljaš.

3. prizor

(Celica brata Lorenza. Nahaja se levo od PODJETIJ.)

ROMEO: Dobro jutro, oče.

LORENZO: Benedicite! Romeo nocoj ni spal.

ROMEO: Res je, tem slajši sem užival slaj. Z Julijo.

LORENZO: Sveti Frančišek, kakšen preobrat!

JULIJA: Dober večer, očetu spovedniku.

LORENZO: Za oba te, hčera, Romeo zahvali.

LORENZO: Kar, kar z menoj in brž opravimo. Ne bosta mi sama, povem pošteno, prej kakor cerkev vaju združim v eno.

(Romeo in Julija si izmenjata prstana. Julija gre h Capuletovim, Romeo gre v Mantovo (levo od PODJETIJ). Lorenzo ostane.)

JULIJA: *(Priteče nazaj k Lorenzu.)* O, zapri dver, potem pa jokaj z mano: nič upanja, nič leka, nič tolažbe. Romeo je izgnan v Mantovo.

Računalnik: Alkimist, d. o. o. (kemija)

(Lorenzo naroči s svitkom Alkimistom, naj izdelajo zvarek za Julijo. Alkimisti izdelajo zvarek in Lorenzu dostavijo steklenico. Lorenzo izroči steklenico Juliji.)

LORENZO: O, Julija, poznam tvojo bridkost; moraš poročiti se s Parisom. Vzemi tole steklenico ter zeliščni zvarek tu izpij. Zjutraj pred Parisom na postelji veljala boš za mrtvo, zbudiš se, ko Romeo te odvede v Mantovo.

(Julija izroči 2 mošnjička Lorenzu, Lorenzo 1 mošnjiček obdrži, 1 mošnjiček izroči Alkimistom. Julija spije zvarek, se sprehodi po odru in se zgrudi na sarkofag. Sarkofag je postavljen desno od Capuletovih.)

BALTAZAR: *(Se sprehodi in zagleda sarkofag. Hitro teče v Mantovo k Romeu.)* Romeo, Julije telo spi v grobišču capuletskem in njena duša z angeli živi.

ROMEO: *(Mantova)* Tako je stvar? Tedaj pa zbogom, zvezde! O Julija, nocoj bom spal pri tebi. ... Lekarnar, pridi sem, duša. Na, 40 cekinov, daj mi strupa.

(Lekarnar naroči strup pri Alkimistih s svitkom. Alkimisti izdelajo strup in stekleničko izročijo lekarnarju. Le-ta pa Romeu. Romeo mu izroči 2 mošnjička. Lekarnar 1 mošnjiček obdrži, 1 mošnjiček izroči Alkimistom. Romeo gre h grobnici.)

Računalnik: ŠRP (predmeti)

Glasba: *La Crimosa*

(V Capuletovi grobnici)

ROMEO: O lekar, res je: tvoj lek je nagel. Zdaj v poljubu umrem. *(Ob pogledu na spečo Julijo Romeo spije strup in se zgrudi.)*

JULIJA: *(se predrami)* O tolažnik moj! Kje je moj soprog? Zavedam se, kje morala bi biti, in res sem tam: Kje je moj Romeo?

JULIJA: Kaj, šum? – Le brž! O kakor nalašč, nož! Daj da umrem. *(»Se zabode« in se zgrudi na Romea. Capuleti in Montegi pridejo v grobnico.)*

ESCALUS: *(Capuleti in Montegi na obeh straneh strmijo na Romea in Julijo.)*

Mrakoten mir iz tega jutra sije; brez sonca v žalost se zagrinja dan; ko preiskava zgodbo vso razkrije, bo ta pomiloščen, ta kaznovan. Ni dveh, ki užila srečo sta bolj zlo, kot Julija in z njo njen Romeo.

Računalnik: *Oddelčni učiteljski zbor 1.e*

(Shakespeare in Burbadge prideta pred sceno. Escalus se jima pridruži in Richardu izroči mošnjička.)

BURBAGE: Zelo dobro opravljeno. William, to je tvoja dividenda, delež od dobička. *(Izroči mu en mošnjiček.)*

SHAKESPEARE: Excelent ...

BURBAGE: Največji del dividend pa je namenjen dijakom Gimnazije Brežice.

(Dijaki 1.e se priklonijo.)

Glasba: *Remix*

Računalnik: *Igrali so dijaki 1.e oddelka.*

2.1.1.3 Gospodarstvo v regiji Spodnje Posavje

Irena Papac, Gimnazija Brežice

Izbrano poglavje: Ekonomija: A. Temeljni ekonomski pojmi in procesi
Učni sklop: Ekonomija: A. 4 Podjetja in proizvodna izbira
Tema: Ekonomija: A. 4.1 Pojem in dejavnosti podjetij
Ekonomija: A. 4.2 Vrste podjetij v sodobnih tržnih gospodarstvih

Splošni cilji /kompetence

Skupni cilj:

Dijaki razvijajo zavedanje o pomenu razpoložljivih potencialov regionalnega gospodarstva. Razvijajo sposobnosti izražanja v maternem jeziku, spoznavajo ključne ekonomske pojme v tujem jeziku, iščejo dodatno literaturo z uporabo knjižničnih informacijskih virov in s samoiniciativnim podjetniškim nastopom regijo izvirno predstavijo.

SPLOŠNE KOMPETENCE	
K1 – sporazumevanje v maternem jeziku	K5 – učenje učenja
K2 – sporazumevanje v tujem jeziku	K6 – socialne in državljanske kompetence
K3 – matematična kompetenca, kompetenca v naravoslovju in tehnologiji	**K7 – samoiniciativnost in podjetnost** (uvajanje in podpiranje inovacij, vztrajnost, postavljanje ciljev, volja po uspehu)
K4 – digitalna pismenost	K8 – kulturna zavest in izražanje

Operativni cilji pri ekonomiji

Vsebinski cilji za dijake:

- spoznavajo vlogo podjetij pri zadovoljevanju potreb in motive gospodarjenja v podjetjih,
- opisujejo vrste gospodarskih dejavnosti,
- predstavljajo glavne vrste podjetij po njihovi pravno-organizacijski obliki,
- razvrščajo podjetja po različnih kriterijih in
- poiščejo primere podjetij v lastnem okolju.

Procesni cilji za dijake:

- samostojno zbirajo in presojajo aktualne ekonomske informacije o regiji in o gospodarstvu regije z uporabo knjižničnih informacijskih virov,
- delajo v timu, usklajujejo poglede, argumentirajo in se sporazumevajo,

- samoiniciativno pripravljajo izvirne predstavitve, tudi z IKT-opremo,
- vadijo veščine javnega nastopanja.

Pričakovani rezultati/dosežki pri ekonomiji

Dijaki spoznajo potenciale svoje regije, vlogo in motive konkretnih podjetij različnih vrst v regionalnem gospodarstvu, na izviren način javno predstavijo regionalno gospodarstvo, pri tem pa uporabijo tudi ključne ekonomske izraze v angleškem jeziku.

Pričakovane dosežke merimo skladno z veljavnimi opisnimi kriteriji preverjanja in ocenjevanja. Dijake ocenjujemo pri slovenščini po opisnih kriterijih preverjanja in ocenjevanja za pripravljeni govorni nastop (vsebina in zgradba, jezik in govorna realizacija).

Medpredmetne povezave in kroskurikularne teme

- skupno število ur: sedem,
- *večpredmetna* (povezava med predmeti oddelka: ekonomijo, slovenščino in Slovenijo v svetu (evropski oddelki gimnazije)),
- *delna povezava* (povezuje tri predmete v oddelku iste generacije) in
- *interdisciplinarna* (vsi sodelujoči predmeti imajo tudi skupen cilj).

Didaktični pristopi

- *učnociljni in razvojnoprocesni pristop* (načrtovanje dejavnosti za dijake v povezavi s cilji procesa in pričakovanimi rezultati),
- *aktivne oblike pouka* (sodelovalno poučevanje in učenje, timsko delo),
- *aktivne metode pouka* (delo z viri, igra vlog),
- *avtentični pouk* (preiskovanje),
- *uporaba novih tehnologij* (računalnik, LCD-projektor, splet).

AVTENTIČNA SITUACIJA:

dijaki predstavijo regijo v okviru mednarodne izmenjave Gimnazija Brežice – Gymnasium Kronwerk Rendsburg

Timi dijakov so si izbrali naslednje oblike predstavitev:

- Predstavitev regije Spodnje Posavje **igra vlog**
- Predstavitev zaposlenosti v regiji **predstavitev PowerPoint**
- Predstavitev brezposelnosti v regiji **predstavitev PowerPoint**
- Predstavitev podjetij v regiji **igra vlog**
- Predstavitev pravnih oblik podjetij v regiji **igra vlog**
- Predstavitev regije – zgibanka **predstavitev PowerPoint**

Potek učnega procesa (strategije poučevanja in učenja, načrt dejavnosti za dijake in učitelje, izvedba učnega procesa po fazah/stopnjah)

Medpredmetno načrtovanje:

1. **Določitev skupne teme iz učnega načrta Slovenija v svetu**

   Skupna tema: Gospodarstvo v regiji Spodnje Posavje.

2. **Določitev nosilcev in izvajalcev**

   Nosilka: Marija Plut, prof. (Slovenija v svetu)
   Izvajalke: Irena Papac, univ.dipl.ekon. (ekonomija),
   Liudmila Pesehonova, prof. (Slovenija v svetu),
   Bernardka Ravnikar, prof. (slovenščina)

3. **Opredelitev vsebinskih in procesnih/vseživljenjskih ciljev**

   Vsebinski cilji pri drugih predmetih (za ekonomijo so navedeni že pri operativnih ciljih na str. 57):

   - spoznajo regionalno gospodarstvo (Slovenija v svetu),
   - znajo razporediti vsebino in jo v ustrezni jezikovni zvrsti in slogu predstaviti (slovenščina).

   Procesni cilji pri drugih predmetih (za ekonomijo so navedeni že pri operativnih ciljih na str. 57–58):

   - se pripravljajo za predstavitev gospodarstva svojim vrstnikom iz Nemčije (Slovenija v svetu),
   - uporabljajo terminologijo, potrebno za opis regionalnega gospodarstva v tujem jeziku (Slovenija v svetu),
   - spoznavajo ključne ekonomske pojme v tujem jeziku (Slovenija v svetu),
   - delajo v timu, usklajujejo poglede, argumentirajo in se sporazumevajo v maternem jeziku (slovenščina),
   - pripravijo predstavitev z uporabo IKT in javno nastopajo (Slovenija v svetu).

4. **Določitev načina in časa izvedbe medpredmetne povezave**

   Način izvedbe medpredmetne povezave

   Dijaki so razdeljeni v šest delovnih skupin z nalogami:

   1. Predstavitev regije Spodnje Posavje,
   2. Predstavitev zaposlenosti v regiji Spodnje Posavje,
   3. Predstavitev brezposelnosti v regiji Spodnje Posavje,
   4. Predstavitev podjetij v regiji Spodnje Posavje,

5. Predstavitev pravnih oblik podjetij v regiji Spodnje Posavje in
6. Predstavitev regije Spodnje Posavje – izdelava zgibanke.

Čas izvedbe medpredmetne povezave

1. in 2. ura:	• predstavitev medpredmetne povezave, (M. Plut) • predstavitev prevoda v angleški jezik, (L. Pesehonova) • predstavitev kriterijev za ocenjevanje javnega nastopa, (B. Ravnikar) • predstavitev osnov gospodarstva, (I. Papac) in • iskanje ekonomskih informacij s KIZ in IKT, (dijaki)
3. in 4. ura:	• oblikovanje in priprava predstavitev (IKT), • posvetovanje z mentoricami, • prevod ključnih pojmov v angleški jezik,
5. in 6. ura:	• preverjanje javnega nastopa pri slovenščini, • javni nastop in ocenjevanje javnega nastopa pri slovenščini.

5. Določitev načina in časa evalvacije

Način: sproti ob predstavitvah skupaj z dijaki.

Čas: datum javnega nastopa.

6. Določitev načina in časa ocenjevanja znanja

Način: po kriterijih za javni nastop pri predmetu slovenščina.

Čas: datum javnega nastopa.

(Samo)refleksija dijaka in učitelja

- *prednosti uvedenih povezav*: sodelovalno učenje s spoznavanjem pedagoških in strokovnih izkušenj kolegic, dopolnjevanje različnih znanj in veščin, večja motivacija dijakov, praktična uporaba znanja, učenje na nov način, učenje strpnosti.
- *slabosti uvedenih povezav*: veliko časa za pripravo in vaje, uskladitev z urniki učiteljic treh predmetov, pripravljenost vseh dijakov v oddelku za kakovostno sodelovanje.
- *odzivi dijakov*: z radovednostjo so se spoprijeli z izzivom, vložili veliko truda, pripravljeni so bili sodelovati s sošolci in mentoricami, na predstave so nekateri samoiniciativno prinesli rekvizite (lasulje, kravate, moške obleke ...) in so še bolj poslovno in doživeto predstavili svojo temo.

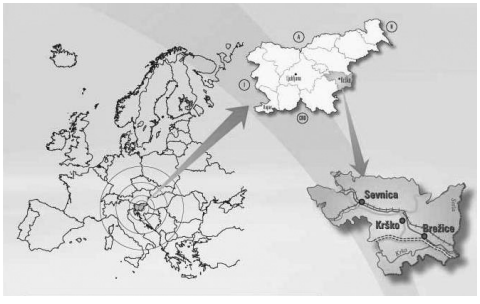
Priloge



Delovni list 1: Predstavitev regije Spodnje Posavje
Delovni list 2: Predstavitev zaposlenosti v regiji Spodnje Posavje
Delovni list 3: Predstavitev brezposelnosti v regiji Spodnje Posavje
Delovni list 4: Predstavitev podjetij v regiji Spodnje Posavje
Delovni list 5: Predstavitev pravnih oblik v regiji Spodnje Posavje
Delovni list 6: Predstavitev Spodnjega Posavja z gospodarsko podlago
Praktičen primer: Simulacija izvedbe z učitelji ekonomskih predmetov

Delovni list 1

Predstavitev regije Spodnje Posavje



Gimnazija Brežice

Oddelek: 2.a (EO)

Predmet: Slovenija v svetu

Datum: 6. 3. 2008

Delovni list: Gospodarstvo v Spodnjem Posavju

Mentorice: Irena Papac, Marija Plut, Liudmila Pesehonova in Bernardka Ravnikar

1. SKUPINA: PREDSTAVITEV REGIJE SPODNJE POSAVJE

Vodja skupine	
1. član skupine	
2. član skupine	
3. član skupine	
4. član skupine	
5. član skupine	

Navodilo za delo skupine:

1. ura: mentorica Irena Papac predstavi osnove gospodarstva

2. ura: v šolski knjižnici poiščite informacije na spletnih straneh o statistični regiji Spodnje Posavje,

izberite si najprimernejšo izvirno obliko predstavitve v slovenščini: PowerPoint, plakat, govorni nastop, igro vlog ipd.

Vaša petnajstminutna predstavitev razredu bo v petek, 20. 3. 2008.

Naloga:

Predstavite regijo:

- površina regije in vseh občin,
- število prebivalstva (in delež prebivalstva Slovenije), povprečna starost v regiji in tudi po občinah,
- število dijakov v Sloveniji, v regiji in po občinah,

- število študentov v Sloveniji, v regiji in po občinah,
- število štipendij (republiške, kadrovske, Zoisove),
- izobraženost prebivalstva,
- njene naravne danosti in geografski položaj, ki so pomembni za gospodarstvo,
- gospodarski potencial regije.

Viri informacij:

www.gzs.si (OZ Posavje)

www.stat.si (Publikacije, Statistični letopis 2007, Pregled po statističnih regijah)

www.ess.gov.si (Predstavitev, Letna in poslovna poročila, OE Sevnica Letno poročilo 2006)

Načrt dela:

Petek, dne 13. 3. 2008

Oblikovanje predstavitve in konzultacije, mentorici Irena Papac in Bernarda Ravnikar.

Prevod v angleški jezik in konzultacije, mentorici Marija Plut in Liudmila Pesehonova.

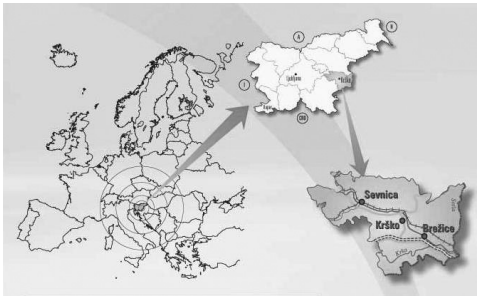
Petek, dne 20. 3. 2008

Predstavitev skupin, oblika vaše predstavitve: _____

Ocenjevanje predstavitve.

Delovni list 2

Predstavitev zaposlenosti v regiji Spodnje Posavje



Gimnazija Brežice

Oddelek: 2.a (EO)

Predmet: Slovenija v svetu

Datum: 6. 3. 2008

Delovni list: Gospodarstvo v Spodnjem Posavju

Mentorice: Irena Papac, Marija Plut, Liudmila Pesehonova in Bernardka Ravnikar

2. SKUPINA: PREDSTAVITEV ZAPOSLENOSTI V REGIJI SPODNJE POSAVJE

Vodja skupine	
1. član skupine	
2. član skupine	
3. član skupine	
4. član skupine	
5. član skupine	

Navodilo za delo skupine:

1. ura: mentorica Irena Papac bo predstavila osnove gospodarstva

2. ura: v šolski knjižnici poiščite informacije na spletnih straneh o zaposlenosti v regiji,

izberite si najprimernejšo izvirno obliko predstavitve v slovenščini: PowerPoint, plakat, govorni nastop, igra vlog ipd.

Vaša petminutna predstavitev razredu bo v petek, 20. 3. 2008.

Naloga:

Predstavite zaposlenost v regiji:

- število aktivnega prebivalstva (delež v Sloveniji),
- število delovno aktivnega prebivalstva (delež v Sloveniji),
- povprečna mesečna bruto plača v Sloveniji, regiji in občinah,

- zaposlene osebe po velikosti bruto plače v regiji v primerjavi s Slovenijo,
- število zaposlenih v nekaj znanih podjetjih v Spodnjem Posavju.

Viri informacij:

www.gzs.si (OZ Posavje) in (register članov, iskanje po sest. polju, velikost podjetja)

www.stat.si (Publikacije, Statistični letopis 2007, Pregled po statističnih regijah)

www.ess.gov.si (Predstavitev, Letna in poslovna poročila, OE Sevnica Letno poročilo 2006)

Načrt dela:

Petek, dne 13. 3. 2008

Oblikovanje predstavitve in konzultacije, mentorici Irena Papac in Bernarda Ravnikar.

Prevod v angleški jezik in konzultacije, mentorici Marija Plut in Liudmila Pesehonova.

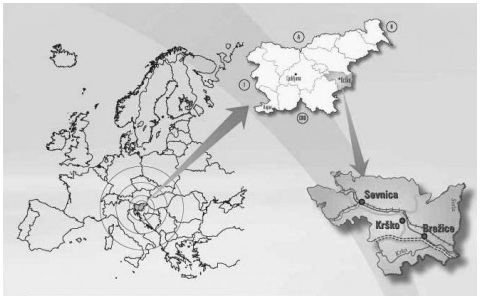
Petek, dne 20. 3. 2008

Predstavitev skupin, oblika vaše predstavitve: _____

Ocenjevanje predstavitve.

Delovni list 3

Predstavitev brezposelnosti v regiji Spodnje Posavje



Gimnazija Brežice

Oddelek: 2.a (EO)

Predmet: Slovenija v svetu

Datum: 6. 3. 2008

Delovni list: Gospodarstvo v Spodnjem Posavju

Mentorice: Irena Papac, Marija Plut, Liudmila Pesehonova in Bernardka Ravnikar

3. SKUPINA: PREDSTAVITEV BREZPOSELNOSTI V REGIJI SPODNJE POSAVJE

Vodja skupine	
1. član skupine	
2. član skupine	
3. član skupine	
4. član skupine	
5. član skupine	

Navodilo za delo skupine:

1. ura: mentorica Irena Papac bo predstavila osnove gospodarstva

2. ura: v šolski knjižnici poiščite informacije na spletnih straneh o brezposelnosti v regiji,

izberite si najprimernejšo izvirno obliko predstavitve v slovenščini: PowerPoint, plakat, govorni nastop, igro vlog ipd.

Vaša petminutna predstavitev razredu bo v petek, 20. 3. 2008.

Naloga:

Predstavite brezposelnost v regiji:

- število registrirano brezposelnih v Sloveniji in regiji (in po občinah),
- stopnja registrirane brezposelnosti v regiji (v primerjavi s Slovenijo),

- izobrazbena struktura moških in žensk in njihov poklic,
- značilne skupine registriranih brezposelnih oseb v regiji (starost, izobrazba),
- vzroki za brezposelnost,
- čakalna doba na zaposlitev.

Viri informacij:

www.gzs.si (OZ Posavje)

www.stat.si (Publikacije, Statistični letopis 2007, Pregled po statističnih regijah)

www.ess.gov.si (Predstavitev, Letna in poslovna poročila, OE Sevnica Letno poročilo 2006)

Načrt dela:

Petek, dne 13. 3. 2008

Oblikovanje predstavitve in konzultacije, mentorici Irena Papac in Bernarda Ravnikar.

Prevod v angleški jezik in konzultacije, mentorici Marija Plut in Liudmila Pesehonova.

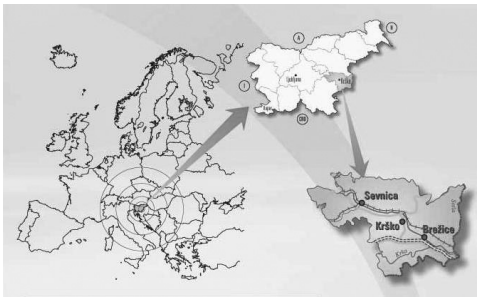
Petek, dne 20. 3. 2008

Predstavitev skupin, oblika vaše predstavitve: _____

Ocenjevanje predstavitve.

Delovni list 4

Predstavitev podjetij v regiji Spodnje Posavje



Gimnazija Brežice

Oddelek: 2.a (EO)

Predmet: Slovenija v svetu

Datum: 6. 3. 2008

Delovni list: Gospodarstvo v Spodnjem Posavju

Mentorice: Irena Papac, Marija Plut, Liudmila Pesehonova in Bernardka Ravnikar

4. SKUPINA: PREDSTAVITEV PODJETIJ V REGIJI SPODNJE POSAVJE

Vodja skupine	
1. član skupine	
2. član skupine	
3. član skupine	
4. član skupine	
5. član skupine	

Navodilo za delo skupine:

1. ura: mentorica Irena Papac bo predstavila osnove gospodarstva

2. ura: v šolski knjižnici poiščite informacije na spletnih straneh o podjetjih v regiji,

izberite si najprimernejšo izvirno obliko predstavitve v slovenščini: PowerPoint, plakat, govorni nastop, igra vlog ipd.

Vaša petminutna predstavitev razredu bo v petek, 20. 3. 2008.

Naloga:

Predstavite podjetja v regiji:

- poslovanje gospodarstva regije v letu 2006 (razvrstitev gospodarskih družb po velikosti, gospodarstvo po dejavnostih in poslovni rezultati gospodarskih družb),
- vrste podjetij po velikosti,
- vrste podjetij po gospodarskih dejavnostih.

Viri informacij:

www.gzs.si (OZ Posavje)

www.stat.si (Publikacije, Statistični letopis 2007, Pregled po statističnih regijah)

www.ess.gov.si (Predstavitev, Letna in poslovna poročila, OE Sevnica Letno poročilo 2006)

Načrt dela:

Petek, dne 13. 3. 2008

Oblikovanje predstavitve in konzultacije, mentorici Irena Papac in Bernarda Ravnikar.

Prevod v angleški jezik in konzultacije, mentorici Marija Plut in Liudmila Pesehonova.

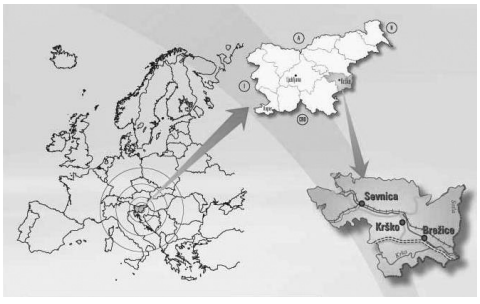
Petek, dne 20. 3. 2008

Predstavitev skupin, oblika vaše predstavitve: _____

Ocenjevanje predstavitve.

Delovni list 5

Predstavitev pravnih oblik v regiji Spodnje Posavje



Gimnazija Brežice

Oddelek: 2.a (EO)

Predmet: Slovenija v svetu

Datum: 6. 3. 2008

Delovni list: Gospodarstvo v Spodnjem Posavju

Mentorice: Irena Papac, Marija Plut, Liudmila Pesehonova in Bernardka Ravnikar

5. SKUPINA: PREDSTAVITEV PRAVNIH OBLIK PODJETIJ V SPODNJEM POSAVJU

Vodja skupine	
1. član skupine	
2. član skupine	
3. član skupine	
4. član skupine	
5. član skupine	

Navodilo za delo skupine:

1. ura: mentorica Irena Papac bo predstavila osnove gospodarstva

2. ura: v šolski knjižnici poiščite informacije na spletnih straneh o pravnih oblikah podjetij,

izberite si najprimernejšo izvirno obliko predstavitve v slovenščini: PowerPoint, plakat, govorni nastop, igra vlog ipd.

Vaša petminutna predstavitev razredu bo v petek, 20. 3. 2008.

Naloga:

Predstavite pravne oblike:

- pravne oblike s. p., d. o. o., d. d.,
- glavne razlike med temi tremi pravnimi oblikami,
- koliko je katerih oblik v regiji,

- pravni status obratov v regiji,
- naštejte nekaj znanih primerov podjetij v regiji.

Viri informacij:

www.pckrsko.si (Kako ustanoviti družbo, Oblike poslovnih subjektov)

www.gzs.si (OZ Posavje)

www.stat.si (Publikacije, Statistični letopis 2007, Pregled po statističnih regijah)

www.ess.gov.si (Predstavitev, Letna in poslovna poročila, OE Sevnica Letno poročilo 2006)

Načrt dela:

Petek, dne 13. 3. 2008

Oblikovanje predstavitve in konzultacije, mentorici Irena Papac in Bernarda Ravnikar.

Prevod v angleški jezik in konzultacije, mentorici Marija Plut in Liudmila Pesehonova.

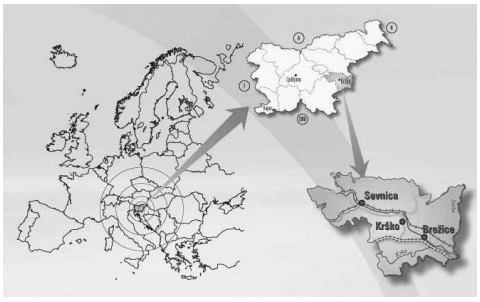
Petek, dne 20. 3. 2008

Predstavitev skupin, oblika vaše predstavitve: _____

Ocenjevanje predstavitve.

Delovni list 6

Predstavitev Spodnjega Posavja z gospodarsko podlago



Gimnazija Brežice

Oddelek: 2.a (EO)

Predmet: Slovenija v svetu

Datum: 6. 3. 2008

Delovni list: Gospodarstvo v Spodnjem Posavju

Mentorice: Irena Papac, Marija Plut, Liudmila Pesehonova in Bernardka Ravnikar

6. SKUPINA: PREDSTAVITEV SPODNJEGA POSAVJA Z GOSPODARSKO PODLAGO – IZDELAVA ZGIBANKE

Vodja skupine	
1. član skupine – slovenski jezik	
2. član skupine – angleški jezik	

Navodilo za delo skupine:

1. ura: mentorica Irena Papac bo predstavila osnove gospodarstva

2. ura: idejna zasnova zgibanke,

izberite si najprimernejšo izvirno obliko predstavitve brošure v slovenščini: PowerPoint, govorni nastop ipd.

Vaša petminutna predstavitev razredu bo v petek, 20. 3. 2008.

Naloga:

Predstavite v brošuri (besedilo, slike, grafi, tabele ipd.):

- površina regije,
- število prebivalstva (in delež prebivalstva Slovenije), povprečna starost v regiji,
- delež dijakov in študentov v regiji (glede na Slovenijo),
- izobraženost prebivalstva,
- gospodarski potencial regije,
- število aktivnega prebivalstva,
- povprečna mesečna bruto plača v regiji,

- število zaposlenih v nekaj znanih podjetjih v Spodnjem Posavju,
- stopnja registrirane brezposelnosti v regiji,
- značilne skupine registriranih brezposelnih oseb v regiji (starost, izobrazba),
- vzroki za brezposelnost,
- poslovanje gospodarstva regije v letu 2006 (razvrstitev gospodarskih družb po velikosti, gospodarstvo po dejavnostih in poslovni rezultati gospodarskih družb),
- vrste podjetij po gospodarskih dejavnosti pravne oblike s. p., d. o. o., d. d., koliko je katerih oblik v regiji,
- naštejte nekaj znanih primerov podjetij v regiji.

Viri informacij:

www.gzs.si (OZ Posavje)

www.stat.si (Publikacije, Statistični letopis 2007, Pregled po statističnih regijah)

www.ess.gov.si (Predstavitev, Letna in poslovna poročila, OE Sevnica Letno poročilo 2006)

www.pckrsko.si (Kako ustanoviti družbo, Oblike poslovnih subjektov)

Načrt dela:

Petek, dne 13. 3. 2008

Oblikovanje brošure v elektronski in papirni obliki, priprava predstavitve gospodarstva v Spodnjem Posavju za sošolce-turiste in konzultacije, mentorici Irena Papac in Bernarda Ravnikar. Prevod v angleški jezik in konzultacije, mentorici Marija Plut in Liudmila Pesehonova.

Petek, dne 20. 3. 2008

Predstavitev skupin, oblika vaše predstavitve: _____

Ocenjevanje predstavitve.

Praktičen primer

Simulacija izvedbe z učitelji ekonomskih predmetov

PRAKTIČEN DIJAŠKI PRIMER 1. SKUPINE: PREDSTAVITEV REGIJE SPODNJE POSAVJE (IGRA VLOG)

Simulacija izvedbe z učitelji ekonomskih predmetov, dne 22. 8. 2008

Predsednica državnega zbora: »Drage poslanke, dragi poslanci. Sklicala sem izredno sejo državnega zbora zaradi sprememb v gospodarstvu. Tema današnje razprave je regija Spodnje Posavje. Namen izredne seje je spoznati še to slovensko regijo, zato smo povabili nekaj ministric in ministrov, ki bodo odgovarjali na vaša že zastavljena vprašanja. «Prvo poslansko vprašanje se nanaša na osnovne podatke o regiji. Besedo predajam ministrici za regionalni razvoj.«

Ministrica za regionalni razvoj: «Drage poslanke, dragi poslanici, lepo pozdravljeni. Poglejmo si najprej statistične podatke posavske regije iz leta 2006. S površino 885 km^2 je ta regija druga najmanjša v Sloveniji. Obsega tri občine – Krško, Sevnica in Brežice. Krška občina zavzema 345 km^2, sevniška 272 km^2 in brežiška 268 km^2 površine.
Po zadnjem uradnem popisu prebivalstva v regiji živi 70.058 prebivalstva, od tega 50 % žensk, s povprečno starostjo 41,5 leta. Povprečna starost moških je 38,7 leta. Indeks staranja je pri moških 72, pri ženskah pa 135. Iz uradnih podatkov tu živi 11.749 oseb, starih od 15 do 26 let, torej mladine, medtem ko je 10.925 oseb, starih 45 let in več. Naj vam še predstavim število prebivalstva po občinah. Krška občina ima 28.146, brežiška 24.473 in sevniška 17.421 prebivalcev.«

Predsednica DZ: »Prehajamo na drugo poslansko vprašanje o izobraženosti v regiji. Besedo ima minister za šolstvo in šport.«

Minister za šolstvo in šport: »Gospa predsednica, rad bi povedal, da je bilo v osnovnošolsko izobraževanje na začetku šolskega leta 2006/07 vključenih že skoraj 90 % oseb v 9-letne osnovne šole. V povprečju je v osnovnih šolah 12 učencev na enega učitelja. Skoraj 49 % vseh učencev se je vpisalo v splošne in strokovne gimnazije. Srednje šole pa imajo vidno vlogo tudi pri izobraževanju odraslih. Vpis učencev v nižje in srednje poklicne programe upada. Po podatkih je v regiji 3.860 dijakov. Moram priznati, da so kar napredni. V brežiški občini se izobražuje 1.195, v krški 1.606 in v sevniški 1.068 dijakov. V večini primerov dijakom uspe narediti srednjo šolo, nekaterim celo z odliko. Število diplomantov terciarnega izobraževanja z vsakim letom opazno narašča. V letu 2006 je na višjih strokovnih šolah in visokošolskih zavodih diplomiralo 9 % diplomantov več kot v preteklem letu in med vsemi diplomanti je bilo 62 % žensk. Največ diplomantov visokošolskega študija je na področju družboslovja, poslovnih ved in prava.«

Predsednica DZ: »Na vrsti je tretje poslansko vprašanje o financiranju mladine v regiji. Prosim ministra za delo, družino in socialne zadeve za pojasnilo.«

Minister za delo, družino in socialne zadeve: »Gospa predsednica, najlepše se vam zahvaljujem za besedo. Regija Spodnje Posavje ima 3.819 študentov, kar pomeni, da se glede na druge regije posavski dijaki najmanj vpisujejo na fakultete. Ministrstvo za visoko šolstvo se zelo trudi izboljšati zadeve na tem področju. Nadalje bi vam rad predstavil financiranje dijakov in študentov. Imam podatke iz leta 2006/07. V občini Brežice prejema Zoisovo štipendijo 46 dijakov in 64 študentov. V Krškem je situacija bolj rožnata, kajti tu jo prejema 85 dijakov in 100 študentov. Za Sevnico pa bi lahko rekli, da je nekje vmes, saj jo ima 64 dijakov in 74 študen-

tov. Na tem mestu lahko rečem, da se stanje financiranja izboljšuje, saj čedalje več dijakov in študentov prejema Zoisovo štipendijo.
Da pa ne bomo govorili samo o financiranju nadarjenih, bi rekel še kaj besed o republiških štipendijah, s katerimi podpiramo finančno šibkejše. Pričel bi kar z občino Brežice. Tu financiramo 406 dijakov in 227 študentov z republiško štipendijo. V občini Sevnica je tako financiranih 386 dijakov in 233 študentov; od vseh občin je tu štipendistov najmanj. Največ štipendistov prihaja iz Krškega, 494 dijakov in 256 študentov. Iz podatkov je razvidno, da se ta regija na področju financiranja dijakov in študentov počasi razvija.«

Predsednica DZ: »Prehajamo na četrto poslansko vprašanje o naravnih danostih. Besedo ima ministrica za okolje in prostor.«

Ministrica za okolje in prostor: »No, če dovolite, med surovinsko bazo naravnih danosti lahko štejemo les, ki ga uporabljajo predvsem v papirni in pohištveni industriji. Poleg lesa sta tu še gramoz in pesek, uporabljana v gradbeništvu. Posavje ima tudi vodni potencial. Npr. hidroenergetski potencial spodnje Save omogoča proizvodnjo električne energije, prav tako tudi termoelektrarna v Brestanici in jedrska elektrarna v Krškem. Termalne vode so uporabljene predvsem za turizem in zdraviliške dejavnosti v največjem slovenskem naravnem zdravilišču in drugem največjem turističnem središču v Termah Čatež. Seveda pa je tu tudi nekaj izvirov pitne vode. Torej na osnovi bogate naravne in kulturne dediščine se lahko razvija turizem.

Predsednica DZ: »Na peto poslansko vprašanje o gospodarskem potencialu bo odgovarjal minister za gospodarstvo. Prosim!«

Minister za gospodarstvo: »Omenil bi še tradicijo v kovinski predelovalni, obutveni in tekstilni industriji s prepoznavnimi blagovnimi znamkami kot npr. Kopitarna in Lisca Sevnica, tradicijo v obrti ter razvoj domače in umetne obrti. Poudaril bi tudi ugodne podnebne razmere in kmetijske površine, ki predstavljajo 48-odstotni delež površin Spodnjega Posavja, kjer so ugodne razmere za razvoj kmetijstva – predvsem sadjarstva, zelenjadarstva in vinogradništva na posavskih gričih, še posebej v Bizeljsko-Sremiškem in Dolenjskem vinorodnem okolišu. Predvsem bi poudaril še ugodno prometno lego, in sicer cestne in železniške povezave ter letališče Cerklje ob Krki. Zunanja meja EU na vzhodni slovenski meji s Hrvaško omogoča čezmejno sodelovanje. Geografski položaj je regiji omogočil vodilno vlogo pri pretoku blaga in ljudi čez mejo na mejnem prehodu Obrežje. Bližina milijonskega mesta Zagreb pa omogoča razvoj trgovske in storitvene dejavnosti.«

Predsednica DZ: »Na zadnje poslansko vprašanje o osnovnih angleških besedah o regiji vabim ministre po začetnem vrstnem redu, da nam prevedejo nekaj izrazov.«

Ministrica za regionalni razvoj: regija – region, površina – surface, prebivalec – inhabitant.

Minister za šolstvo: izobraženost – education, osnovna šola – primary school.

Minister za delo, družino in socialne zadeve: štipendija – scholarship.

Ministrica za okolje in prostor: naravne danosti – natural resources, surovine – raw materials.

Minister za gospodarstvo: gospodarski potencial – economic potential, papirna industrija – paper industry, sadjarstvo – fruit growing, vinogradništvo – wine growing, turizem – tourism.

Predsednica DZ: »Tako, današnja seja je končana. Zahvaljujem se ministricama in ministrom za odgovore. Do naslednje seje na svidenje.«

2.1.1.4 Merila uspešnosti poslovanja podjetij

Ana Golob, ZRSŠ in mag. Maja Urlep, Srednja ekonomska šola Maribor

Poglavje:	Ekonomija:	A:	Temeljni ekonomski pojmi in procesi
	Podjetništvo:	A. 3:	Spoznavanje podjetij v lokalnem okolju
Učni sklop:	Ekonomija:	A. 4:	Podjetja in proizvodna izbira
	Podjetništvo:	A. 2.3:	Dejavniki uspešnega poslovanja
Tema:	Ekonomija:	A. 4.3:	Merila uspešnosti poslovanja podjetij
	Podjetništvo:	A. 3.1:	Značilnosti uspešnega malega podjetja
		A. 3.2:	Značilnosti uspešnega proizvodnega podjetja
Bistveno vprašanje:			Zakaj bi se zaposlil v določenem podjetju? Ali bi kupil delnice analiziranega podjetja?

Splošni cilji /kompetence

Dijaki:

- spoznavajo pojme, kazalnike in dejavnike, ki vplivajo na uspešnost poslovanja podjetja,
- ocenjujejo in primerjajo kazalnike in gospodarsko uspešnost podjetij,
- opravijo intervjuje v lastnem okolju o uspešnosti poslovanja podjetij.

SPLOŠNE KOMPETENCE	
K1 – sporazumevanje v maternem jeziku	**K5 – učenje učenja**
K2 – sporazumevanje v tujem jeziku	K6 – socialne in državljanske kompetence
K3 – matematična kompetenca, kompetenca v naravoslovju in tehnologiji	**K7 – samoiniciativnost in podjetnost**
K4 – digitalna pismenost	K8 – kulturna zavest in izražanje

Operativni cilji: vsebinski in procesni

Dijaki :

- spoznavajo dejavnike uspešnega poslovanja,
- ocenjujejo značilnosti podjetja (diagnoza),
- razlagajo motive za odločitev za zaposlitev oz. investiranje v izbranem podjetju,
- samostojno uporabljajo učbeniško gradivo,

- poiščejo podatke na internetu in jih obdelajo, interpretirajo,
- obiščejo podjetja v lokalnem okolju in opravijo intervjuje na temo,
- rezultate predstavijo na okrogli mizi.

Pričakovani rezultati/dosežki

Dijaki:

- znajo opredeliti pojme: proizvodni dejavniki, stroški, prihodek, dobiček, kapital, produktivnost dela, ekonomičnost, donosnost;
- poznajo in razumejo merila uspešnosti poslovanja na konkretnih primerih;
- znajo opredeliti uspešnost podjetja, odgovoriti z utemeljitvami na bistveni vprašanji;
- izpopolnijo slovar strokovnih izrazov;
- računajo preproste primere za ugotavljanje ekonomičnosti, rentabilnosti, produktivnosti.

Rezultate oz. dosežke merimo skladno z zapisanimi opisnimi kriteriji preverjanja in ocenjevanja.

Medpredmetne povezave: ekonomija, podjetništvo, informatika

Učno temo obravnavamo hkrati pri obeh predmetih v drugem letniku.

Didaktični pristopi:

- *učnociljni in razvojnoprocesni pristop:* načrtovanje dejavnosti za dijake v povezavi s cilji procesa in pričakovanimi rezultati,
- *aktivne oblike pouka:* sodelovalno poučevanje in učenje (timsko delo), delo v parih ali individualno delo,
- *aktivne metode pouka:* samostojne predstavitve, diskusija, študij primera, delo z viri,
- *uporaba novih tehnologij:* računalnik, interaktivna tabla, splet ...

Potek učnega procesa

Skupno št. ur: ekonomija 5-7, podjetništvo 7

Ure	EKONOMIJA	PODJETNIŠTVO
2-4 EKN **4 PODJ**	**Uvod** Poveži: kratek premislek o stroških in koristih zaposlitve (učbenik Glas 1, str. 77) *Samostojno delo dijakov* **Stroški in vaje iz stroškov** *Sodelovalno učenje*	**Uvod** **Izračun lastne cene** (dve obliki: prispevek za kritje, delitev stroškov na posredne in neposredne s pomočjo ključa) – 3 ure z vajami, spoznavanje **bilance stanja in poslovnega izida** – 1 ura.
1-2 EKN **2 PODJ**	**Kazalniki uspešnega poslovanja** Spoznavanje kazalnikov uspešnosti s pomočjo učnih listov, ki jih pripravi učitelj, dijaki pa jih rešujejo s pomočjo učbenika Glas 1, str. 115–120, ali Fortič: Temelji ekonomije, str. 73-77	**Kazalniki uspešnega poslovanja** Izvaja se v istem ali naslednjem tednu; analiza kazalnikov na podlagi konkretnih podatkov iz bilanc (AJPES ali poročila podjetij). Dijak: • sam ali s pomočjo učitelja poišče izkaze dveh podjetij, • analizira obe bilanci, • izračuna rentabilnost in ekonomičnost, • na podlagi rezultatov razmišlja in sklepa o zaposlitvi v teh dveh podjetjih ali o naložbah v podjetji. **Opozorilo:** ustrezna primerjava je mogoča pri enako velikih podjetjih v isti panogi.
1-2 EKN **2 PODJ**	**Zaključek** Ponavljanje, utrjevanje, dograjevanje znanja na **skupni okrogli mizi**. Vsak dijak sodeluje s svojim prispevkom in predstavitvijo primera.	

(Samo)refleksija dijaka in učitelja

Dijak	Učitelj
Kaj sem se naučil/-a?	Ali so dijaki odgovorili na bistveno vprašanje?
Kako sem se počutil/-a pri učenju?	Kako sem vodil/-a oz. organiziral/-a učni proces sodelujočih predmetov?
Kaj bi spremenil/-a?	Kaj bi lahko izboljšal/-a?

Priloge



Delovni list 1: Kazalniki uspešnega poslovanja

Delovni list 2: Produktivnost dela

Delovni list 3: Ekonomičnost

Delovni list 4: Rentabilnost

Delovni list 5: Izračun lastne cene

Delovni list 1

Kazalniki uspešnega poslovanja

**Dve stvari mora imeti človek, da bi uspel v življenju:
prva je sreča: to je takrat, ko se človeku ponudi ugodna prilika;
druga je pamet: ta človeku omogoča, da izkoristi
ugodno priložnost.**

Afganistanski pregovor

Ponovitev snovi:

Stroški so: _____

Prihodek podjetja izračunamo: _____

Podjetje posluje z dobičkom, ko so stroški _____ od prihodkov. Dobiček lahko povečamo tako, da zmanjšamo _____ ali povečamo _____. Temu pravimo maksimiranje dobička.



Predelajte snov v učbeniku Glas 1, str. 115 –120, ali Fortič: Temelji ekonomije, str. 73–77, in rešite naloge.

- Splošno merilo gospodarnosti je (formula: _____) in pomeni, da je podjetje uspešno, ko je rezultat _____ od vložka.

- Računovodski standard 29 predstavlja 34 kazalnikov za finančno analizo podjetij. V srednji šoli bomo spoznali zgolj tri:
  p _____ d _____, e _____ in r _____ ali p _____ m _____.

Delovni list 2

Produktivnost dela

PRODUKTIVNOST DELA pomeni _____ in se izračuna po formuli: produktivnost dela = _____.



Primer:

V podjetju Škorenj, v katerem je zaposlenih 30 delavcev, so lani izdelali 3.000 parov otroških čevljev, pri čemer so znašali proizvodni stroški 200.000 EUR. Čevlje so prodali po ceni 60 EUR za par. Koliko je znašala produktivnost dela izraženo fizično in vrednostno?

Potrebni podatki:

Količina proizvodnje = 3.000 parov čevljev

Število delavcev = 30

Cena para čevljev = 60 EUR

Produktivnost dela (fizično) = $\frac{3.000}{30}$ = 100 čevljev na delavca

Produktivnost dela (vrednostno) = 100 x 60 = 6.000 EUR

Odgovor: V podjetju Škorenj je v lanskem letu en delavec proizvedel 100 parov čevljev oziroma ustvaril 6.000 EUR.



Naloga:

Za poslovanje podjetja, ki izdeluje pisalne mize, so znani za marec 2009 naslednji podatki:

- vloženi kapital je znašal 100.000 denarnih enot,
- mesečni obseg proizvodnje je znašal 400 pisalnih miz, ki jih je podjetje uspešno prodalo po ceni 150 denarnih enot za pisalno mizo,
- stroški materiala za izdelavo ene pisalne mize so znašali 80 denarnih enot,
- 8 zaposlenih so plačali v tem mesecu za skupaj 12.000 denarnih enot,
- drugi stroški marca so znašali 6.000 denarnih enot.

Izračunajte mesečno produktivnost delavca, fizično in vrednostno izraženo.

Račun:

Odgovor:

Delovni list 3

Ekonomičnost

EKONOMIČNOST ali **GOSPODARNOST** prikazuje _____ _____ in se izračuna po formuli: _____. Podjetje posluje gospodarno, ko je kazalec _____.



Primer:

V podjetju Škorenj, v katerem je zaposlenih 30 delavcev, so lani izdelali 5.000 parov otroških čevljev, pri čemer so znašali proizvodni stroški 200.000 EUR. Čevlje so prodali po ceni 60 EUR za par. Izračunajte ekonomičnost poslovanja?

Potrebni podatki:

Količina proizvodnje = 5.000 parov čevljev

Stroški proizvodnje = 200.000 EUR

Cena para čevljev = 60 EUR

$$E = \frac{5.000 \times 60}{200.000} = 1,5$$

Odgovor: podjetje posluje ekonomično, saj je kazalnik večji od ena (rezultat je večji od vložka).



Naloga:

Za poslovanje podjetja, ki izdeluje pisalne mize, so za marec 2009 znani naslednji podatki:

- vloženi kapital je znašal 100.000 denarnih enot,
- mesečni obseg proizvodnje je znašal 400 pisalnih miz, ki jih je podjetje uspešno prodalo po ceni 150 denarnih enot za pisalno mizo,
- stroški materiala za izdelavo ene pisalne mize so znašali 80 denarnih enot,
- 8 zaposlenih so plačali v tem mesecu za skupaj 12.000 denarnih enot,
- drugi stroški so marca znašali 6.000 denarnih enot.

Izračunajte ekonomičnost podjetja.

Račun:

Odgovor:

Delovni list 4

Rentabilnost

RENTABILNOST, DOBIČKONOSNOST ali **PROFITNA MERA** je kazalnik, ki prikazuje:

_____

_____

ter se izračuna po formuli: _____. Poznavanje rentabilnosti nam omogoča presojo naložbe v podjetje z vidika donosa ali zmožnosti vračila kredita, saj mora biti obrestna mera _____ od rentabilnosti (snov v tretjem letniku).



Primer:

V podjetju Škorenj, v katerem je zaposlenih 30 delavcev, so lani z 625.000 vloženega kapitala izdelali 5.000 parov otroških čevljev, pri čemer so znašali proizvodni stroški 250.000 EUR. Čevlje so prodali po ceni 60 EUR za par. Izračunajte rentabilnost naložbe?

Potrebni podatki:

Vložen kapital = 625.000 EUR

Količina proizvodnje = 5.000 parov čevljev

Stroški proizvodnje = 250.000 EUR

Cena para čevljev = 60 EUR

$$Pf' = \frac{(5.000 \times 60) - 250.000}{625.000} \times 100 = 8\ \%$$

Odgovor: Lastniki podjetja so s proizvodnjo v podjetju Škorenj zaslužili 8 % na vloženi kapital. Ta rezultat lahko primerjajo z drugimi naložbami ali z obrestno mero, če so si kapital izposodili.



Naloga:

Za poslovanje podjetja, ki izdeluje pisalne mize, so znani za marec 2009 naslednji podatki:

- vloženi kapital je znašal 100.000 denarnih enot,
- mesečni obseg proizvodnje je znašal 400 pisalnih miz, ki jih je podjetje uspešno prodalo po ceni 150 denarnih enot za pisalno mizo,
- stroški materiala za izdelavo ene pisalne mize so znašali 80 denarnih enot,
- 8 zaposlenih so plačali v tem mesecu za skupaj 12.000 denarnih enot,
- drugi stroški marca so znašali 6.000 denarnih enot.

Izračunajte donosnost vloženega kapitala.

Račun:

Odgovor:

Delovni list 5

Izračun lastne cene

Ponovitev snovi

Lastna cena z dodatki (dopolni besedilo)

Kalkulacija z dodatki se uporablja, kadar podjetje proizvaja različne izdelke, zato so stroški deljeni na _____ in _____ stroške. Stroški, za katere vemo, kdo jih je povzročil in v kakšni višini, so _____ in so že razporejeni na stroškovne nosilce (izdelke). Ker pa v podjetju nastajajo tudi _____ stroški, za katere ne moremo natančno določiti, kdo jih je povzročil in v kakšnem obsegu, jih moramo porazdeliti na stroškovne _____ po določenih **kriterijih ali ključih**. Uporabljali bomo ključ:

$$\text{ključ} = \frac{\text{posredni stroški}}{\text{neposredni stroški}}$$

Za izračun lastne cene uporabljamo naslednje korake:

1. Seštevek vseh neposrednih stroškov; po izdelkih in skupaj.
2. Izračun ključa.
3. Posredne stroške je potrebno razdeliti med izdelke s pomočjo ključa.
4. Izračun skupnih stroškov izdelka = neposredni stroški + posredni stroški.
5. Izračun lastne cene = $\frac{\text{skupni stroški izdelka}}{\text{količina izdelka}}$

Primer za turistično kmetijo:

Na turistični kmetiji dnevno pripravijo 20 gobovih juh, 50 narezkov, 45 porcij golažev in 30 porcij žgancev. Podatki o stroških so v tabeli (poudarjeno). Vpiši pravilne številke korakov v tabelo.

Tabela 1: Prikaz kalkulacije z dodatki

Korak __ Korak __ Korak __ Korak __ Korak __

Izdelek	Količina	Neposredni stroški materiala v EUR	Neposredni stroški plač v EUR	Neposredni stroški skupaj v EUR	Ključ	Posredni stroški v EUR	Vsi stroški v EUR	Lastna cena v EUR
G. juha	**20**	**15**	**5,05**	20,05	0,8	16,04	36,09	1,8
Narezek	**50**	**7**	**6,3**	13,3	0,8	10,64	23,94	0,48
Golaž	**45**	**30**	**13**	43	0,8	34,4	77,4	1,72
Žganci	**30**	**7**	**3**	10	0,8	8	18	0,6
Skupaj		**59**	**27,35**	86,35	0,8	**69,08**	157	

Reši nalogo:

Podjetje proizvaja izdelka X in Y, ki zahtevata različna tehnološka postopka. Izračunajte lastno ceno za vsak izdelek in poslovni izid, če podjetje vse proizvedene izdelke tudi proda.

Izdelek	Količina	Neposredni stroški porabe materiala v mio. EUR	Neposredni stroški dela (plače) v mio. EUR	Neposredni stroški - skupaj v mio. EUR	Ključ: Sploš. s. Neposr. s.	Splošni stroški uprave, nabave, prodaje in financiranja v mio. EUR	Vsi stroški v mio. EUR	Lastna cena v EUR	Prodajna cena v EUR	Poslovni izid
Izdelek X	850	50.000	40.500						250	
Izdelek Y	900	40.000	32.000						210	
SKUPAJ						195.000				

Lastna cena izdelka X je _____ EUR in izdelka Y _____ EUR. (1) Podjetje je poslovalo z dobičkom/izgubo *(obkrožite)* v vrednosti _____ EUR. (1)

Ponovitev

Kalkulacija zožene lastne cene po variabilnih stroških

Podjetje pri tej kalkulaciji pri oblikovanju lastne cene izdelka upošteva le **povprečne** _____ **stroške**, povprečnih stalnih stroškov ne upošteva. Tako izračunana lastna cena ni _____ lastna cena, saj ne vsebuje stalnih stroškov. Kalkulacija po spremenljivih stroških nam tako omogoča, da vnaprej predvidimo, koliko se bodo z večanjem proizvodnje _____ stroški. Uporabljajo jo podjetja, katerim se obseg proizvodnje _____ (nasprotno je enak) po mesecih. Ker lastna cena izdelka zajema le spremenljive stroške, moramo izračunati _____ **za kritje**, s katerim podjetje najprej krije _____ stroške in šele nato ugotavlja poslovni _____.

- Prispevek za kritje = (prodajna cena – spremenljivi stroški izdelka/enoto (LC)) x količina.
- Poslovni izid = prispevek za kritje – stalni stroški.

Primer kalkulacije za zoženo lastno ceno po spremenljivih stroških v mlekarni.

Vpiši logični vrstni red izračuna manjkajočih podatkov (dani podatki so poudarjeni).

Tabela 2: Prikaz kalkulacije za zoženo lastno ceno po spremenljivih stroških v EUR

Korak ___ Korak ___ Korak__

Izdelek	Količina	Prodajna cena	Neposredni stroški materiala v (VC)	Neposredni stroški plač v (FC)	Posredni stroški nakupa, prodaje in uprave v (VC)	Posredni stroški financiranja v (FC)	Vsi stalni stroški V	Vsi spremenljivi stroški V	Lastna cena v (AVC)	Prispevek za kritje
Sir/kg	**800**	**0,13**	**36,8**	**13,9**	**13,28**	**11**	24,9	50,08	0,06	56
Jogurt/kos	**50**	**0,63**	**12**	**3,2**	**6,78**	**2,9**	7,8	18,78	0,38	12,5
Skuta/kos	**300**	**0,42**	**42,1**	**9,85**	**7,98**	**6,45**	16,3	50,08	0,17	75
Smetana/kos	**200**	**0,58**	**26,5**	**63,9**	**15,23**	**11,1**	75	41,73	0,21	74
Skupaj							124	160,67		217,5

POSLOVNI IZID = 217,5 EUR – 124 EUR = **93,5 EUR DOBIČKA** korak___ ←

Reši nalogo:

Mizarstvo izdeluje mize in omare. Zaradi spreminjanja obsega proizvodnje podjetje ugotavlja zoženo lastno ceno za posamezni izdelek. Na osnovi danih podatkov ugotovite, ali je podjetje poslovalo s pozitivnim poslovnim izidom.

Izdelek	Prodajna cena v EUR	Količina	Neposredni stroški porabe materiala v EUR (VC)	Neposredni stroški dela (plače) v EUR (VC)	Splošni stroški uprave, nabave, prodaje v EUR (FC)	Splošni stroški financiranja v EUR (FC)	Upoštevani stroški v EUR	Zožena lastna cena v EUR	Prispevek za kritje v EUR
Miza	140	7.000	250.000	300.000	150.000	90.000			
Omara	200	5.000	220.000	290.000	145.000	70.000			
SKUPAJ									

Zožena lastna cena mize je _____ EUR in omare _____ EUR. (1) Podjetje je poslovalo z dobičkom/izgubo *(obkrožite)* v vrednosti _____ EUR. (1)

2.1.1.5 Pravni vidik podjetja

mag. Jasmina Dolinšek in mag. Maja Urlep,
Srednja ekonomska šola Maribor

Izbrano poglavje:	Ekonomija:	A:	Temeljni ekonomski pojmi in procesi
	Podjetništvo:	A:	Podjetja
Učni sklop:	Ekonomija:	A. 4:	Podjetja in proizvodna izbira
	Podjetništvo:	A. 3:	Spoznavanje podjetij v lokalnem okolju
Tema:	Ekonomija:	A. 4.2:	Vrste podjetij v sodobnih tržnih gospodarstvih
	Podjetništvo:	A. 3.1:	Značilnosti uspešnega malega podjetja
		A. 3.2:	Značilnosti podjetja v lokalnem okolju
Bistveno vprašanje:			Katero vrsto podjetja bi ustanovil?

Splošni cilji/kompetence

Dijaki:

- kritično presojajo ekonomske odločitve gospodinjstev, podjetij in države v tržnem gospodarstvu,
- razvijajo analitično mišljenje in praktično uporabljajo pridobljena ekonomska znanja pri analiziranju aktualnih ekonomskih problemov,
- delajo v timu, usklajujejo poglede, argumentirajo stališča,
- učijo se podjetniškega pristopa in samoiniciativnosti,
- razvijajo in prepoznavajo lastne poklicne zmožnosti, interese in priložnosti v okolju.

SPLOŠNE KOMPETENCE	
K1 – sporazumevanje v maternem jeziku	**K5 – učenje učenja**
K2 – sporazumevanje v tujem jeziku	K6 – socialne in državljanske kompetence
K3 – matematična kompetenca, kompetenca v naravoslovju in tehnologiji	**K7 – samoiniciativnost in podjetnost**
K4 – digitalna pismenost	**K8 – kulturna zavest in izražanje**

Operativni cilji: vsebinski in procesni

Dijaki :

- v skupini poiščejo primere podjetij v lastnem okolju,
- predstavijo glavne vrste podjetij po njihovi pravno-organizacijski obliki,

- razvrstijo podjetja po različnih kriterijih,
- znajo opisati strukturo podjetij po različnih kriterijih.

Pričakovani rezultati/dosežki

Dijaki:

- znajo opredeliti značilnosti samostojnega podjetja, družbe z neomejeno odgovornostjo, družbe z omejeno odgovornostjo, delniške družbe,
- poznajo in razumejo prednosti in slabosti posamezne oblike podjetja,
- znajo opredeliti pravice delničarjev,
- izpopolnijo slovar strokovnih izrazov.

Medpredmetne povezave: ekonomija, podjetništvo

Učno temo obravnavamo hkrati pri obeh predmetih v drugem letniku ali pri ekonomiji konec prvega letnika in pri podjetništvu v prvi tretjini drugega letnika.

Didaktični pristopi

- pri pouku uresničujemo *učnociljni in razvojnoprocesni pristop*: učitelj načrtuje dejavnosti za dijake v povezavi s cilji procesa in pričakovanimi rezultati;
- pri tem uresničuje *aktivne oblike in metode pouka*: sodelovalno poučevanje in učenje (timsko delo), skupinsko delo ali individualno delo. Dijaki izvedejo samostojne predstavitve, argumentirano diskusijo, uporabijo študij primera, delo z viri;
- *uporaba novih tehnologij*: računalnik, interaktivna tabla, splet ...

Potek učnega procesa

Skupno št. ur: ekonomija: 4–6 šolskih ur, podjetništvo: 4 šolske ure

Ure	EKONOMIJA	PODJETNIŠTVO
1-2 EKN **2 PODJ**	**Uvod** Učitelj z dijaki skozi razgovor ugotavlja: kdaj, kako in zakaj ustanoviti podjetje. Samostojno delo dijakov po skupinah, vsaka skupina na podlagi virov (intervju, študija primera, delo z besedilom) rešuje učni list iz posamezne vrste podjetja. Dijaki pridejo k uri ekonomije z	**Uvod** Dijaki s pomočjo učitelja ponovijo pri ekonomiji obravnavano snov o vrstah podjetij in jo nadgradijo z znanjem o podjetniku 21. stoletja ter pomenom inovacij in težnje k samostojnemu poslovanju – voden razgovor.

	ustreznim gradivom, ki ga najdejo v spletni učilnici. Učitelj spremlja in usmerja delo v skupinah (1 ura).	
1-2 EKN **2 PODJ**	**Predstavitev podjetij po skupinah** Vsaka skupina predstavi rešitve na učnem listu s pomočjo IKT, drugi dijaki sproti rešujejo učni list za predstavljeno podjetje. Delo je končano po predstavitvi vseh vrst podjetij. Učitelj spremlja in usmerja predstavitve (1–2 uri).	**Predstavitev podjetij po skupinah** Dijaki v skupinah s pomočjo interneta in razpoložljive literature pripravijo predstavitev uspešnega podjetja različnih pravno-organizacijskih oblik iz lokalnega okolja. Ena ura za iskanje informacij in pripravo predstavitev, druga ura za predstavitev. Učitelj spremlja, usmerja ter vrednoti predstavitve (2 uri).
EKN 2	**Zaključek** Dijaki s pomočjo učitelja ponovijo in utrdijo snov z izpolnjevanjem pregledne tabele z značilnostmi posameznih vrst podjetja na interaktivni tabli oz. s predstavitvijo v Power Pointu. Za motivacijo in uspešno opravljeno delo prejme dijak učiteljevo delnico motivacijskega kapitala. Dijaki doma utrjujejo snov s pomočjo dela v spletni učilnici, kjer rešijo križanko in vpišejo pojme v slovar ekonomskih pojmov. Vsak dijak mora v forumu podati lastno refleksijo glede načina obravnave učne snovi.	**Zaključek** Dijaki doma pripravijo povzetek svojega dela, ki ga v obliki naloge oddajo v spletni učilnici. Učitelj nalogo pregleda in poda povratno informacijo. Vsak dijak mora v forumu podati lastno refleksijo glede načina obravnave učne snovi. Pri tem naj odgovori vsaj na vprašanja iz točke 9.

(Samo)refleksija dijaka in učitelja

Dijak	Učitelj
Kaj sem se naučil/-a?	Ali so dijaki odgovorili na bistveno vprašanje?
Kako sem se počutil/-a pri učenju?	Kako sem vodil/-a oz. organiziral/-a učni proces sodelujočih predmetov?
Kaj bi spremenil/-a?	Kaj bi lahko izboljšal/-a?

Priloge



Učno gradivo 1: Intervju: samostojni podjetnik
Delovni list 1: Samostojni podjetnik
Učno gradivo 2: Tekst o družbi z neomejeno odgovornostjo
Delovni list 2: Družba z neomejeno odgovornostjo
Učno gradivo 3: Intervju o družbi z omejeno odgovornostjo
Delovni list 3: Družba z omejeno odgovornostjo
Učno gradivo 4: Tekst o delniški družbi
Delovni list 4: Delniška družba
Delovni list 5: Tabela o značilnostih podjetij – neizpolnjena

Učno gradivo 1

Intervju – samostojni podjetnik

PREDSTAVITEV INTERVJUJA S PODJETNIKOM NATAŠA GRANDOVEC

Pripravila: Daša Zobec, 2.h

Atelje April, s. p.

oktober 2007

London, Halifax

INTERVJU

1. **Navadno se strast do oblikovanja, izražanja samega sebe skozi predmete razvije in odkrije dokaj hitro. Kdaj pa ste začutili, da je prav oblikovanje nakita tisto, skozi kar najlažje izražate svoje zgodbe, sebe?**

   To pa je lahko vprašanje (smeh). Pri osemnajstih letih sem bila na neki razstavi v Firencah in takrat se je v meni nekaj premaknilo, naredilo klik in vedela sem, da je nakit pravi zame.

2. **Vaša študijska pot je izredno zanimiva. Najprej študij dizajna in oblikovanja nakita v Londonu, nato pa še uspešno zaključena študijska pot v Kanadi. Kako to, da ste se odločili za študij v tujini?**

   Za študij v tujini sem se odločila, ker pri nas tega ni in tako mi ni preostalo drugega kakor tujina. Pri nas so sicer srednje šole, ki so bolj usmerjene v dizajn, vendar to me ni zanimalo. Zanimalo me je tudi zlatarstvo, vendar je to bolj družinska obrt in nihče ni bil zainteresiran, da bi me zaposlil.

3. **Po končanem študiju pa iz Halifaxa nazaj v Maribor. Kako to? Zakaj ne nazaj v London?**

   Predvsem zaradi stroškov. Če bi se vrnila nazaj v London, bi morala živeti v podnajemniškem stanovanju in stroški bi bili visoki. Zaposlena bi bila v kakšni cvetličarni ali celo trgovini, to pa ni moj poklic. Zato sem se vrnila v Maribor, kjer sem videla možnost, da bom lahko počela to, za kar sem izobražena, in to, kar si želim, in po eni strani še vedno ostala v stiku s tujino – zaradi poklica.

4. **Zakaj ste se določili za s. p.?**

   Zaradi prednosti, ki jih takšna organizacijska oblike družbe prinaša:
   - *"sama sem svoj gospod",*
   - *gre za majhno podjetje, ustanovitev je preprosta, odločanje hitro,*
   - *sem tudi edini lastnik podjetja,*
   - *delam zase, dobiček oz. izguba je le moj rezultat,*
   - *relativno enostavno je voditi poslovne knjige, obdavčeni so dohodki lastnika.*

5. **Kaj pa dobiček, ga je s takšno dejavnostjo mogoče ustvariti?**

   Seveda, ta trenutek razmišljam le o drugih stvareh, kasneje pa mora priti tudi dobiček. Ustvarjeni dobiček pripada lastniku, vsak samostojni podjetnik mora plača-

ti vse davke; država pa podjetništvo spodbuja, zato tudi pred obdavčitvijo odbije stroške, investicije v podjetje in podobno.

6. Nedavno ste odprli atelje April v Mariboru. Boste sedaj ustvarjali tudi več serijskega nakita, kolekcij in ne več samo unikatnih izdelkov?

Da, pravkar razstavljam tudi kolekcijo April.

7. Katere materiale uporabljate pri izdelavi?

Predvsem srebro. Dodajam pa tudi zlato in emajl.

8. Vaš nakit pa je zanimiv tudi zaradi svoje votlosti, s tem zmanjšate težo izdelka, kar je pomembno z vidika nosljivosti. Ali je zato izdelava zahtevnejša?

Izdelava je zaradi tega res nekoliko zahtevnejša, saj moraš narediti vsak izdelek posebej, ne moreš uporabljati odlitkov.

9. Če bi dobili ponudbo priznane blagovne znake, da zanjo ustvarite nakit glede na že zastavljeno kolekcijo. Bi ponudbo sprejeli?

Da bi ustvarila nakit glede na že zarisane skice? Ne, ne bi sprejela. Raje delam po svoji domišljiji.

10. Pripravljate zanimiv projekt z ilustratorko in arhitektko pravljičnih zgodb Mojco Sekulič. Lahko poveste kaj več o tem?

5.6. bo v galeriji Primoža Premzla razstava. Ona je ilustrirala deset risb glede na moje izdelke in jaz sem naredila deset izdelkov glede na njene skice. Naslov razstave in projekta je temu primeren: Prepletanje.

11. Za takšno delo pa je zagotovo potrebna tudi poslovna žilica. Ali vam pri vodenju ateljeja kdo pomaga?

Pri delu mi pomaga moj partner. Pomaga predvsem pri iskanju kupcev, pripravi razstav.

12. Koliko ljudi zaposluje vaše podjetje? Kakšni so vaši načrti na tem področju?

V podjetju je zaposlen še moj partner, načrtujem pa zaposlitev še enega ali dveh ljudi v dveh letih. To sem zapisala tudi v poslovnem načrtu. Vendar pa je delo drago in je potrebno dobro premisliti.

13. V čem pa vidite pomanjkljivosti takšne oblike organiziranosti oz. samostojnega podjetnika?

Sama nisem največji mojster za takšne stvari, s tem se ukvarja moj partner, jaz sem bolj umetniški vodja, problem pa vendarle vidim v pomanjkanju hitro razpoložljivega denarja, v financiranju "velikih" idej.

14. Kakšni so vaši načrti?

Zaenkrat preživeti, si ustvariti krog kupcev, razstavljati, se umetniško izpopolnjevati in postati prepoznavna na trgu. Zavedam se, da sem prevzela odgovornost in tveganje za podjetje, potrudila se bom in žrtvovala tudi svoj prosti čas. Breme napačnih odločitev nosim sama.

Pred intervjujem sem bila kar malo nervozna, ampak trema je minila v trenutku, ko sem prestopila prag ateljeja, kajti Nataša je zares prijetna, prijazna in nasmejana oseba. To, da sem morala opraviti intervju, mi je bilo všeč in česa takšnega bi se zagotovo lotila še večkrat.

Delovni list 1

Samostojni podjetnik

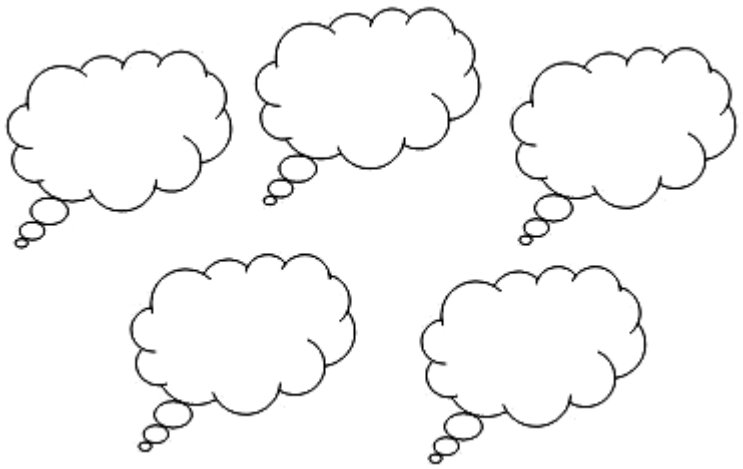


Postopek pridobitve statusa samostojnega podjetnika je danes enostavnejši in hitrejši, kot je bil kdaj koli prej. Še pred kratkim je bilo treba za pridobitev statusa tekati od urada do urada, čakati pri vsakem posebej, izpolnjevati obrazce in jih zbirati na kup. Danes je mogoče vse opraviti na enem mestu, na eni izmed mnogih tako imenovanih »vstopnih točk VEM« ali celo preko spleta oz. svoje domače zofe. Registracija je tako preprosta in poceni, da stane pičlih 20 minut in nič več. Prav ste prebrali, vse od A do Ž na enem mestu in povsem brezplačno.

(http://www.revija.mojedelo.com)



Navedite pet dejavnosti, značilnih za samostojnega podjetnika!



Značilnosti samostojnega podjetnika
(dopolnite povedi)

a) Gre za _____ lastnika, ki pa lahko zaposluje _____ delavcev.

b) Samostojni podjetnik je _____ , ki na trgu opravlja pridobitno dejavnost kot svojo izključno dejavnost.

c) Lastnik je _____ odgovoren za poslovanje, kar pomeni, da _____ _____.

d) Upravljanje takega podjetja je zelo preprosto, saj vse odločitve sprejema _____.

e) Lastnik je tisti, ki prejme ves _____ .

f) Ob morebitni izgubi, je zanjo odgovoren _____.

g) Dobiček se obdavči kot del celotnega dohodka, pri čemer je treba poznati odbitne postavke, ki so

↓

_____

_____

_____.

Zakon ne prepoveduje opravljanja te dejavnosti poleg redne zaposlitve!

Ali veste kateri zakon opredeljuje samostojnega podjetnika?

_____



VODENJE POSLOVNIH KNJIG

Podjetnik lahko vodi poslovne knjige sam, vendar pa je najbolje, da to delo prepusti strokovnjaku! Kaj menite, zakaj?

_____

_____

_____.

Navedite davke in obveznosti, ki jih plačuje podjetnik:

_____

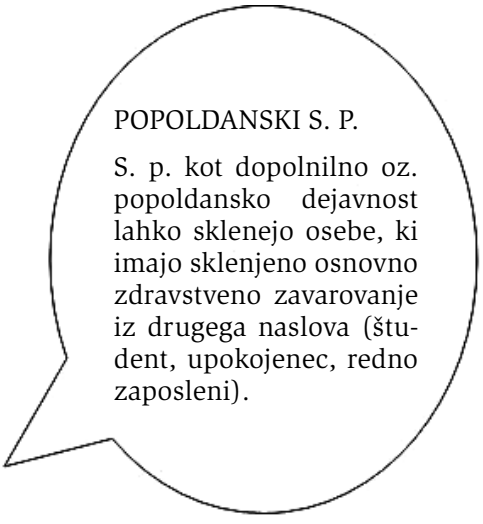
_____

_____

ZAPOSLOVANJE

Podjetnik lahko sklepa pogodbe o delovnih razmerjih. Prosto delovno mesto mora biti javno objavljeno in ga je treba prijaviti na

_____.



FIRMA podjetnika vsebuje:

- ime in priimek podjetnika,
- skrajšano oznako,
- morebitne druge sestavine.

PRIMER:

Janez Novak, s. p., slikopleskarstvo MOLEX

Učno gradivo 2

Družba z neomejeno odgovornostjo

DRUŽBA Z NEOMEJENO ODGOVORNOSTJO (D. N. O.)

je družba po Zakonu o gospodarskih družbah (ZGD), ki jo ustanovita najmanj dve fizični ali pravni osebi, ki za njene obveznosti odgovarjata subsidiarno in solidarno s svojim premoženjem. D. n. o. ima pravno subjektiviteto, ki jo pridobi na podlagi družbene pogodbe z vpisom v sodni register. Za ustanovitev ni predpisan osnovni kapital.

Poleg označbe dejavnosti in organizacijske oblike družbe (d. n. o) mora ime firme vsebovati priimek vsaj enega družbenika z navedbo, da je družbenikov več. Zaradi osebne odgovornosti družbenikov je primerna predvsem za manjša podjetja z manjšim tveganjem, npr. družinska podjetja. Osebna odgovornost družbenikov predstavlja tudi precejšnjo zanesljivost upnikom. Za ustanovitev je potrebna sklenitev družbene pogodbe, ki mora določiti ime in sedež, dejavnost, imena in prebivališča družbenikov, višino in vrsto dogovorjenih vložkov ter notranjo ureditev razmerij med družbeniki in nato vpis v sodni register. Če ni drugače dogovorjeno z družbeno pogodbo, morajo družbeniki vplačati enake vložke. Na podlagi kapitalskega vložka pridobi družbenik svoj kapitalski delež, ki je osnova za udeležbo na dobičku in odločanje o družbenih zadevah. Vložek je lahko izražen v denarju, stvareh, pravicah ali storitvah. Družbeniki skupaj zastopajo družbo in vodijo njene posle, če se ne dogovorijo drugače. Zanje velja konkurenčna prepoved, kar pomeni, da ne smejo sodelovati v družbah (ali kot samostojni podjetnik), ki na trgu konkurirajo tej družbi.

Prednosti	Slabosti
(+) Vsi družbeniki imajo možnost popolnega nadzora.	(-) Močna vezanost družbenikov na družbo (mogoča konkurenčna prepoved).
(+) Možen dogovor o delitvi dela.	(-) Neomejena in solidarna odgovornost.
(+) Možnosti financiranja so večje kot pri samostojnem podjetniku.	

D. n. o. so predvsem mala podjetja

Vsako uspešno podjetje deluje, v grobem gledano, na petih področjih: proizvodnja, finance, raziskave in razvoj, upravljanje z ljudmi ter trženje. Da deluje podjetje na vseh omenjenih področjih, seveda ni zadostno, potreben je sinergični učinek vseh petih področij. Vendar se v praksi pogosto dogaja, da ravno v malih podjetjih trženje zanemarjajo, čeprav je enako pomembno kot v velikih ali srednje velikih podjetjih. Razlog za to lahko najdem prav v značilnostih malih podjetij, ki jih navajata Schollhammer in Kuriloff (Carson, 1995, str. 144–145):

- Območje delovanja v malih podjetjih je osredotočeno na lokalne in regionalne trge, medtem ko nacionalne in mednarodne trge zanemarjajo.

- Mala podjetja večinoma dosegajo le omejen tržni delež in so relativno majhna v določeni dejavnosti.
- Oprema v malih podjetjih je v lasti ene ali nekaj oseb, ki največkrat tudi vodijo podjetje.
- Mala podjetja so neodvisna do te mere, da ne pripadajo večjemu kompleksu podjetniškega sistema. Lastnik ima popoln nadzor nad poslovanjem. Njihova neodvisnost je omejena z obveznostjo do finančnih institucij.
- Lastnik podjetja praviloma osebno pozna vse zaposlene in sodeluje v vseh segmentih poslovanja podjetja.

Trženjske ovire malega podjetja

Na podlagi ugotovljenih značilnosti v malih podjetij lahko povzamem tri glavne tipe trženjskih ovir (Carson, 1995, str. 145–146):

- Omejena sredstva na finančnem področju, na področju trženjskih znanj, tehnologije, informacij prispevajo k omejenim trženjskim dejavnostim v primerjavi z velikimi podjetji.
- Podjetniki so največkrat strokovnjaki na tehničnem področju, medtem ko je trženje praviloma zadnje izmed poslovnih področij, kjer si mala podjetja v času rasti poskušajo pridobiti znanja.
- Omejen vpliv malih podjetij na trg, panogo in določeno geografsko območje je posledica manjšega števila naročil, strank in zaposlenih v primerjavi z večjimi podjetji. Zaradi vseh naštetih omejitev je vpliv malega podjetja na medije s pomočjo oglaševanja ali publicitete v primerjavi z dejavnostmi velikih podjetij pogosto zanemarljiv.

Trženjske prednosti malega podjetja

Poleg navedenih ovir imajo mala podjetja tudi določene prednosti, ki največkrat izhajajo prav iz njihove majhnosti (Carson, 1995, str. 87–88):

- Delovno okolje v malih podjetjih je veliko bolj harmonično kot v velikih podjetjih, poleg tega je odnos med zaposlenimi in podjetnikom – lastnikom veliko bližji, bolj oseben. V takšnih okoliščinah se lažje zagotovita zvestoba in zaupanje zaposlenih. Potem je tukaj bližina s strankami. Velja, da imajo mala podjetja zelo pogosto ožjo bazo strank, ki je locirana na lokalnem trgu. To posledično pomeni krajši kanal komuniciranja med stranko in podjetnikom – lastnikom, poleg tega ta pozna stranke osebno, kar vodi k večji zvestobi strank in višji stopnji zadovoljstva strank.
- Mala podjetja so zaradi svoje majhnosti bolj fleksibilna in se lažje ter hitreje odzovejo na povpraševanje strank.
- Hiter odziv na tržne spremembe je tudi ena izmed prednosti malih podjetij. Ravno zaradi prej omenjene bližine v podjetju hitreje ugotovijo spremembe trženjskih gibanj. Poleg tega se zaradi svoje majhnosti izognejo nadležnim in ozko določenim pravilom ter dolgoročnim postopkom.
- Hitro sprejemanje trženjskih odločitev, saj so le-te največkrat odgovornost ene ali nekaj oseb in zato ni potrebe po zamudnih sestankih za dosego odločitve.

- Večja osredotočenost na priložnosti kot v večjih podjetjih, predvsem ne smemo zanemariti možnost pokrivanja tržnih niš.
- Lažji dostop do informacij o trgu, ravno zaradi bližine med strankami, zaposlenimi in podjetnikom – lastnikom, predvsem zaradi krajšega kanala komuniciranja. Podjetnik najpogosteje zbira informacije na neformalen način z osebno komunikacijo. Za takšne informacije velja, da so cenejše in pripomorejo k sprejemanju boljših tržnih odločitev.

Kako financirati podjetje?

Veliko podjetnikov ima težave s tem, kako pridobiti potrebna sredstva za zagon podjetja. S tem se predvsem srečujejo visoko tehnološko usmerjena podjetja, ki potrebujejo veliko sredstev zaradi drage opreme, ki jo uporabljajo.

Do denarnih sredstev je mogoče priti na več načinov. Veliko jih to stori tako, da si izposodijo denar od svojcev, kar je še najmanj tvegano, vendar gre v teh primerih navadno za majhne vsote. Druga možnost je najetje posojila v banki. Tega je zelo težko dobiti, če ste podjetnik začetnik, če pa ga že dobite, je zelo drag. Zadnja možnost je iskanje strateškega partnerja. To so lahko tako imenovani poslovni angeli, ki imajo na voljo veliko prostih sredstev in so pripravljeni vložiti v podjetja z visokim potencialom rasti. Podobno je tudi pri skladih tveganega kapitala. To so organizacije, ki se namensko ukvarjajo z vlaganjem v podjetja, ki imajo velik potencial. Njihov cilj je seveda, da z vami zaslužijo. Po določenem obdobju prodajo delež v podjetju po veliko višji ceni, kot so zanj ob nakupu plačali. Takšni skladi so, recimo: Kmečka družba, Aktiva Ventures, Alpe Adria venture fond ... Največja pomanjkljivost takšnega načina financiranja je, da te organizacije (ali posamezniki v primeru poslovnih angelov) pridobijo delež v vašem podjetju in tako niste več stoodstotni lastnik.

Delovni list 2

Družba z neomejeno odgovornostjo – d. n. o.

Po velikosti so podjetja d. n. o. običajno (označi pod sliko):

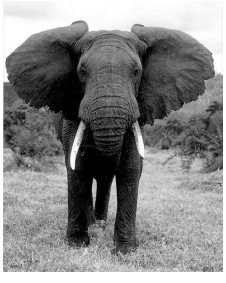
mala podjetja



srednje velika podjetja



velika podjetja



Osnovni potek ustanovitve podjetja:

- število oseb:
- registracija podjetja:
- ustanovni kapital:

Natančneje v drugem letniku pri podjetništvu.

Odgovornost družbenikov družbe z neomejeno odgovornostjo:



Obveznosti d.n.o. do države:

-
-

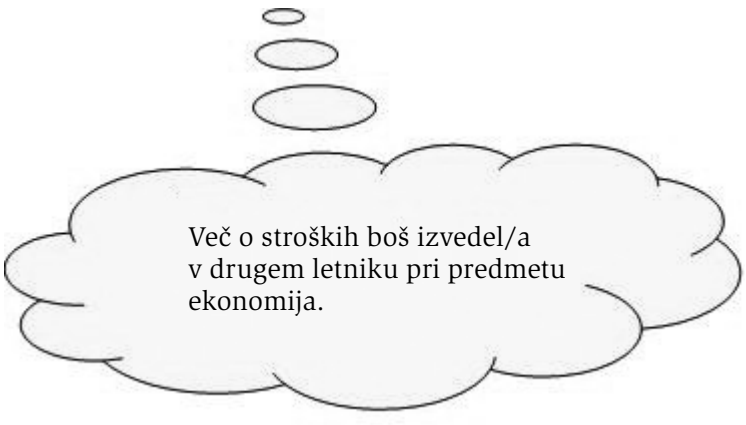
Razmisli o možnosti menjave lastništva v d. n. o.

Ekonomski pomen družbe z neomejeno odgovornostjo kot malega podjetja:

- Kdo odloča o najpomembnejših odločitvah v podjetju? _____
- Kdo običajno vodi podjetje? _____
- Kdo nadzira poslovanje podjetja? _____
- Kako pridobiti finančna sredstva?
  -
  -
  -
  -
- Kakšni so običajno medosebni odnosi med lastnikom(i) in delavci?

_____ .

- Prepoznavnost podjetja v okolju je: _____ .
- Prilagodljivost tržnim spremembam je: _____ .
- Stroški administracije so _____ kot v velikih podjetjih, ker _____ ;
- stroški izdelkov so _____ kot v velikih podjetjih, ker _____ .



Učno gradivo 3

Intervju o družbi z omejeno odgovornostjo

MOJA ZGODBA: JJ TRNOVEC, D. O. O. (krajša verzija)

Intervju vodili: Urška Čebular in Tina Pavčnik

22. 10. 2007

Za uvod predstavljamo podjetje, katerega začetki segajo v leto 1987 v okviru s. p. Janka Trnovca, kar pomeni, da letos praznujejo okroglo 20. obletnico! V svojih ranih letih, za katere Janko Trnovec pravi, da niso bila lahka izključno z vidika ustanovitve poslovnega subjekta v takratni socialistični domovini, je bila glavna dejavnost podjetja servis delovnih strojev: viličarjev, traktorjev, kmetijske mehanizacije in drugih. V letu 1993 so svojo dejavnost razširili še s prodajo rabljenih viličarjev in traktorjev znamke New Holland. Čez dve leti se je takratno podjetje preoblikovalo v sedanjo družbo JJ Trnovec, d. o. o.

Med drugimi poslovnimi uspehi so v podjetju še posebej ponosni na to, da so v letu 2002 pridobili zastopstvo za viličarje japonskega podjetja Komatsu Forklift Co. Ltd., ki spada med štiri vodilne proizvajalce na svetu, ter leto kasneje še zastopstvo s podjetjem McCormick Tractors International Ltd. iz Velike Britanije. Z vrhunsko tehnološko industrijsko in kmetijsko mehanizacijo sodijo v sam vrh sodobnih slovenskih podjetij tako v svoji dejavnosti kot v celotni državi. To dokazuje tudi dejstvo, da spadajo med 200 najhitreje rastočih podjetij – gazel v Sloveniji.

Poslovni-bazar: Kako pomemben je za vas jasen cilj v svetu posla?

J.T.: Zelo pomemben! Na ta način sem tudi sam začel in nadalje razvijal svoje podjetje, ki je sedaj skupno podjetje vseh zaposlenih. To pomeni, da delujemo složno in pri svojih strateških odločitvah poslušam in tudi upoštevam njihovo mnenje, nasvete in predloge. Skupaj si tudi zadajamo nove cilje.

Poslovni-bazar: Kako pomembni so za vas zaposleni in njihovo znanje?

J.T.: Izjemno! V tem trenutku zaposlujemo 15 delavcev. Timsko delo je pravi način dela. Za vse to pa je potrebno precej časa, tudi v smislu pridobitve ustrezne delovne sile. To pa je dandanes zelo težko. Vedno težje namreč dobiš primeren kader, ki je dejansko pripravljen tudi kaj konkretnega narediti za svojo plačo. Moje izkušnje kažejo na to, da bi večina delavcev rada le redno plačo in izpolnjevanje dolžnosti delodajalca, sami pa niso pripravljeni v podjetje vložiti nobenega truda. Moje izkušnje z zavodom za zaposlovanje so ravno iz tega razloga obupne. Imajo približno 80.000 iskalcev zaposlitve, za katere je po mojem mnenju v naši državi dovolj služb, le delati se jim ne ljubi! Sicer pa svoje zaposlene redno izobražujemo. Izobraževanje običajno poteka v tujini.

Poslovni-bazar: Kako motivirate sodelavce in pridobite njihovo lojalnost podjetju?

J.T.: S stimulacijo, v obliki redne plače vsakega 15. v mesecu, vse dodatno opravljene ure in nadure so bile vedno obračunane in tudi izplačane. Imamo poseben način vodenja »delovnih knjižic«, kamor so zapisane vse opravljene ure, vsi zaposleni pa so tudi natančno seznanjeni z urno postavko, po kateri je njihovo delo ovrednoteno. Imamo tudi

elektronsko kontrolo delovnega časa, ki vsem omogoča točen pregled nad opravljenimi urami. Sicer pa v vseh 20 letih obstoja v našem podjetju zaposleni prejemajo letni regres in 13. plačo. Vsako leto se proti koncu leta zabavamo na novoletni zabavi. Skupaj praznujemo tudi kakšno okroglo obletnico, takšno recimo, kot nas še čaka letos!

Poslovni-bazar: Ali pri poslovanju svojega podjetja uporabljate tudi »outsourcing«?

J.T.: Da. In sicer trenutno sodelujemo s podjetjem, ki nam vodi in ureja računovodstvo. Za zdaj ta način še deluje, ker si s tem zmanjšaš fiksne stroške v podjetju (ne potrebuješ dodatnega delavca). Sicer pa tudi »outsourcing« pomeni svojevrstno tveganje, recimo dober izbor podjetja, s katerim delaš. Zato tudi že malo razmišljamo, da bi v prihodnosti zaposlili svojega računovodjo.

Poslovni-bazar: Se strinjate, da je podjetništvo tudi stalen proces učenja?

J.T.: Seveda. Vsak dan se naučimo nekaj novega. V ta namen se tudi sam izobražujem skupaj s sodelavci. Tehnični napredek zahteva strokovno izobraževanje, druženje s sodelavci pa je lahko tudi »življenjsko« izobraževanje.

Poslovni-bazar: Kako preživljate svoj prosti čas, s čim se sproščate od vsakodnevnih poslovnih obveznosti in stresa?

J.T.: Nimam prostega časa. Oziroma preživljam ga tukaj, v službi. Zame je delo, ki ga opravljam, tudi svojevrsten hobi. Rad opravljam svoje delo, zato ga nimam kot obremenitev.

PA ŠE NEKAJ ZA USPEŠNO REŠEVANJE UČNEGA LISTA

Družba z omejeno odgovornostjo je v nasprotju s s. p. in d. n. o. »pravo« podjetje, na trgu nastopa kot pravna oseba in je odgovorna za svoje obveznosti samo s svojim premoženjem. Torej lastniki niso pravno odgovorni (s svojim osebnim premoženjem) do upnikov podjetja. Ustanovitev je nekoliko bolj zapletena kot pri s. p. in d. n. o. Pri družbi z omejeno odgovornostjo je treba zagotoviti začetni kapital v vrednosti 7.500 EUR. Del vložka je lahko v stvarnih sredstvih (orodja, stroji, stavbe, pisarne ...), del pa mora biti v denarju. Družbo lahko ustanovi samo ena oseba, za kar potrebuje ustanovitveni akt, ali več oseb (družbenikov je lahko do 50), ki potrebujejo za ustanovitev podjetja družbeniško pogodbo (ureja razporeditev deležev med družbeniki), ki mora biti v obliki notarskega zapisa. Podjetje se vpiše v sodni register in poslovni register (AJPES) ter začne delovati z vpisom v davčni register. Lastniki podjetja med seboj izberejo poslovodjo, ki bo zastopnik podjetja in bo imel pravico sklepati pogodbe v imenu podjetja. Poslovodja je lahko eden od družbenikov, lahko pa je tudi tretja oseba. Pomembno je, da se pri vsakem glasovanju (recimo od delitvi dobička) med lastniki upoštevajo njihovi deleži in je tako seveda močnejši tisti, ki ima večji delež.

Kakšne so obveznosti po ustanovitvi podjetja?

Po uspešni ustanovitvi podjetja ima podjetje kar nekaj dolžnosti. Tako morajo podjetniki plačevati redne mesečne članarine v GZS (članstvo v GZS od leta 2006 ni več obvezno – op. p.), poleg tega morajo plačati državi DDV od vsakega prodanega izdelka oz.storitve. Davčna stopnja je odvisna od vrste izdelka oz. storitve. Prav tako mora vsako podjetje

imeti urejeno in pregledno računovodstvo, kar pomeni točne podatke o obveznostih, premoženju, prihodkih in stroških podjetja. Vsaka številka mora biti podkrepljena z določeno dokumentacijo. Ob morebitnih napakah znotraj računovodstva so kazni državnih organov lahko zelo visoke.

Na koncu leta mora vsako podjetje izdelati končno bilanco stanja (obveznosti in premoženja) in izkaz uspeha (dobiček) in ju dati v vpogled državnim organom. Če je podjetje v preteklem poslovnem letu ustvarilo dobiček, mora plačati davek od dobička, ki je odvisen od višine dobička.

Kako financirati podjetje?

Veliko podjetnikov ima težave s tem, kako pridobiti potrebna sredstva za zagon podjetja. S tem se predvsem srečujejo visokotehnološko usmerjena podjetja, ki potrebujejo velika sredstva zaradi drage opreme, ki jo uporabljajo.

Do denarnih sredstev je mogoče priti na več načinov. Veliko jih to stori tako, da si izposodijo denar od svojcev, kar je še najmanj tvegano, vendar gre v teh primerih navadno za majhne vsote. Druga možnost je najetje kredita v banki. Tega je zelo težko dobiti, če ste podjetnik začetnik, če pa ga že dobite, je zelo drag. Zadnja možnost je iskanje strateškega partnerja. To so lahko tako imenovani poslovni angeli, ki imajo na voljo veliko prostih sredstev in so pripravljeni vložiti v podjetja z visokim potencialom rasti. Podobno je tudi pri skladih tveganega kapitala. To so organizacije, ki se namensko ukvarjajo z investiranjem v podjetja, ki imajo velik potencial. Njihov cilj je seveda, da z vami zaslužijo. Po določenem obdobju prodajo delež v podjetju po veliko višji ceni, kot so zanj ob nakupu plačali. Takšni skladi so recimo: Kmečka družba, Aktiva Ventures, Alpe Adria venture fond ... Največja pomanjkljivost takšnega načina financiranja je, da te organizacije (ali posamezniki v primeru poslovnih angelov) pridobijo delež v vašem podjetju in tako niste več stoodstotni lastnik.

Delovni list 3

Družba z omejeno odgovornostjo – d. o. o.

Po velikosti so podjetja d. o. o. običajno (označi pod sliko):

mala podjetja



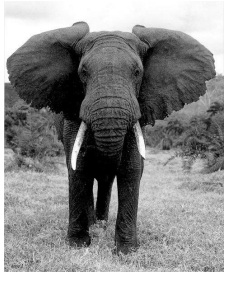
☐

srednje velika podjetja



☐

velika podjetja



☐

Osnovni potek ustanovitve podjetja:

- število oseb:
- registracija podjetja:
- ustanovni kapital:

Natančneje v drugem letniku pri podjetništvu.

Odgovornost družbenikov družbe z omejeno odgovornostjo:

Obveznosti d.o.o. do države:

-
-
-



Razmisli o možnosti menjave lastništva v d. o. o.

Ekonomski pomen družbe z omejeno odgovornostjo kot malega podjetja:

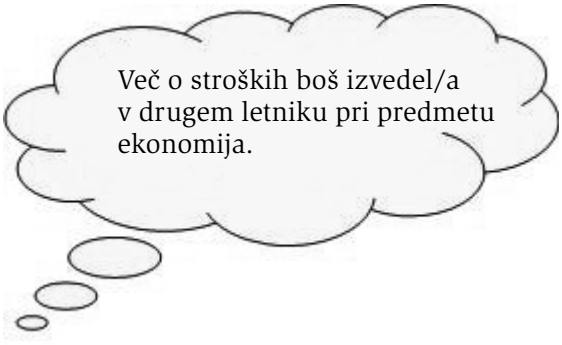
- Kdo odloča o najpomembnejših odločitvah v podjetju? _____ .
- Kdo običajno vodi podjetje? _____ .
- Kdo nadzira poslovanje podjetja? _____ .
- Kakšni so običajno medosebni odnosi med lastnikom(i) in delavci?

  _____ .
- Prepoznavnost podjetja v okolju je: _____ .
- Prilagodljivost tržnim spremembam je: _____ .
- Stroški administracije so _____ kot v velikih podjetjih, ker _____

  _____;
- stroški izdelkov so _____ kot v velikih podjetjih, ker _____

  _____.

- Kako pridobiti finančna sredstva?
  -
  -
  -
  -



Učno gradivo 4

Delniška družba – d. d.

"Denar je izredno pomemben na področjih, kjer deluje, in izredno nepomemben na področjih, kjer ne deluje.«

DELNIŠKA DRUŽBA

- Urejena je v zakonu o gospodarskih družbah.
- Je poosebljen kapital, za obveznosti odgovarja le družba sama z vsem svojim premoženjem.
- Je sredstvo za zbiranje velikih kapitalskih sredstev. Kako?
- Delniško družbo lahko ustanovi ena ali več fizičnih ali pravnih oseb, ki sprejmejo statut.
- Najnižji znesek osnovnega kapitala je 25.000 evrov.
- Delničarji so lastniki ene ali več delnic.
- Delniške družbe morajo objavljati letna poročila.
- Običajna oblika za velika podjetja.

POMNI!

- Delniška družba je subjekt z lastno pravno osebnostjo.
- Delničarji ne nosijo odgovornosti za obveznosti družbe.
- Delniška družba odgovarja upnikom z vsem svojim premoženjem.

PREDNOSTI d. d.

- Z velikim številom majhnih zneskov pridemo do velikega kapitala.
- Delničar jamči le do višine svojega vložka.
- Delnica je vedno prenosljiva (izjema!).

SLABOSTI d. d.

- Ni povezave med vodstvom in delničarji.
- Pogosti so nasprotni interesi med delničarji in upravo.
- Pravica do nadzorstva je omejena.

LASTNINA V SODOBNEM GOSPODARSTVU

DELNICA je tisti delni znesek, na katere je razdeljen osnovni kapital.

OD ČESA JE ODVISNA TRŽNA CENA (BORZNI TEČAJ) DELNICE?

- od ponudbe in povpraševanja,
- od uspešnosti poslovanja,
- od pričakovanega dobička v prihodnosti ...

DELNICA

- Delničar prejema del dobička – dividendo in tvega na drugi strani.
- Lahko tudi vse izgubi (stečaj).
- Upravlja in nadzira poslovanje d. d.
- Z delnicami trgujemo na borzi vrednostnih papirjev.
- Če se vrednost delnic povečuje, imamo kapitalski dobiček (neobdavčen po treh letih).

RAZDELITEV DIVIDENDE

KONTROLNI PAKET

- Odločajo veliki lastniki, ki imajo kontrolne pakete delnic.
- Kaj to pomeni za velike družbe, ki imajo veliko delničarjev?
- Bolj razpršena je delniška lastnina, manjši delež zadostuje za kontrolni paket.
- Danes prevladujejo institucionalni delničarji – podjetja in finančne ustanove kupujejo delnice drugih podjetij in finančnih ustanov.
- Tako so podjetja povezana in prepletena.

PRAVICE IZ DELNIC

Delnice imetnikom zagotavljajo:

- pravico do glasovanja,
- pravico do dividende,
- pravico do ustreznega dela premoženja ob stečaju ali likvidaciji,
- pravico do prednostnega nakupa novo izdanih delnic.

PRENOS DELNIC

Delnice so običajno izdane v nematerializirani obliki in vpisane v centralni register vrednostnih papirjev pri Klirinško depotni družbi (KDD). Vse delnice so prosto prenosljive.

Delnice se na podlagi naloga imetnika vrednostnega papirja prenesejo na račun novega imetnika s preknjižbo v centralnem registru vrednostnih papirjev.

PREKNJIŽBA DELNIC PRI DEDOVANJU

Za preknjižbo je treba KDD predložiti izvirni in pravnomočni sklep o dedovanju (z žigom sodišča o pravnomočnosti) ali notarsko overjeno kopijo in pisno izpolnjeno vlogo za preknjižbo vrednostnih papirjev.

KJE IN KAKO LAHKO PRODAM SVOJE DELNICE?

Delnice lahko prodate pri borzno-posredniških hišah. Te opravljajo storitve z vrednostnimi papirji, med katere spada tudi prodaja in nakup vrednostnih papirjev. Seznam vseh borzno-posredniških hiš je na spletni strani Ljubljanske borze.

KAJ POTREBUJEM PRI PRODAJI?

Pri prodaji delnic potrebujete: potrdilo o lastništvu (velja tudi izpis stanja, ki ga na začetku leta pošilja KDD), osebni dokument, številko tekočega ali žiro računa in davčno številko.

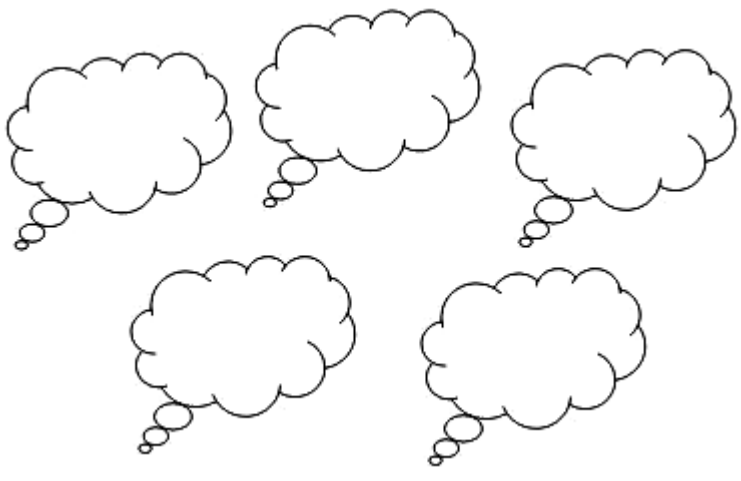
Delovni list 4

Delniška družba – d. d.

Kateri zakon ureja delniško družbo?

Kdo lahko ustanovi delniško družbo?

Navedite pet znanih, uspešnih delniških družb!



Značilnosti delniške družbe
(dopolnite povedi, obkrožite pravilno rešitev, odgovorite na vprašanje …)

a) Ustanovni kapital delniške družbe znaša:

b) Zapišite, kaj pravzaprav je delniška družba.

c) Kako delniška družba pridobi kapital? _____

d) Katere pravice ima (lahko) delničar? Obkrožite pravilne odgovore.

a. pravico do vodenja družbe
b. pravico do nadzorovanja uprave
c. pravico do dela v družbi
d. pravico do prednostnega nakupa novih delnic
e. pravico do izdaje delnic
f. pravico do odločanja
g. pravico do dividende
h. glasovalno pravico
i. pravico do obveščenosti

e) Izpolnite manjkajoče podatke. Slika prikazuje strukturo upravljanja delniške družbe.

Naloge uprave	Skupščina delničarjev (naloge)	Naloge nadzornega odbora

f) Koliko glasov daje ena delnica? _____

g) Komu pripada dobiček delniške družbe? _____

h) Delniška družba mora na koncu poslovnega leta pripraviti _____.



i) Ali delničarji nosijo odgovornost za obveznosti družbe? DA NE

j) Zapišite vsaj dve prednosti in dve pomanjkljivosti družbe.

a.
b.
c.
d.
e.

Delovni list 5

Tabela o značilnostih podjetij

Tabela o značilnostih podjetij – izpolnjena

Družbe / Značilnosti	Samostojni podjetnik	Družba z neomejeno solidarno odgovornostjo	Družba z omejeno solidarno odgovornostjo	Delniška družba
Velikost	• fizična oseba	• malo ali srednje veliko podjetje	• malo ali srednje veliko podjetje	• veliko podjetje
Odgovornost družbenikov	• z vsem svojim premoženjem	• z vsem svojim premoženjem	• z vloženim premoženjem v družbo	• z vloženim premoženjem v družbo
Ustanovitev	• enostavna prijava na AJPES	• najmanj dve osebi • vpis v sodni register • brez ustanovnega kapitala	• 1-50 oseb • vpis v sodni register • ustanovni kapital: 7.500 EUR	• en lastnik ali več • vpis v sodni register • ustanovni kapital: 25.000 EUR, izdaja delnic
Odločanje in vodenje	• enostavno (1 lastnik) • ni kontrole slabih odločitev • vodi lastnik	• zahtevnejše (usklajevanje) • ni kontrole slabih odločitev • vodi lastnik	• enostavno ali zahtevno • ni kontrole slabih odločitev • vodi lastnik	• zahtevno na skupščini delničarjev • kontrola: nadzorni odbor • vodenje: managerji
Prodaja deležev (menjava lastništva)	• podjetje preneha	• težko – velika vezanost družbenikov	• težko - velika vezanost družbenikov	• lahko - prodaja delnic na borzi vrednostnih papirjev • možnost vlaganja majhnih deležev
Prilagodljivost tržnim razmeram	• enostavna — malo podjetje	• enostavna – malo podjetje	• enostavna - malo podjetje	• težka – veliko okorno podjetje - močna hierarhija
Obdavčitev in deljivost dobička	• lx z dohodnino • nedeljivost dobička	• lx z dohodnino • deljivost dobička	• 2x: davek na dobiček, dohodnina • (ne)deljivost dobička	• 2x: davek na dobiček, dohodnina • deljivost dobička (dividenda)
Cena izdelka in raznovrstnost proizvodnje	• višja zaradi manjše proizvodnje zato sta delo in kapital draga	• višja zaradi manjše proizvodnje zato sta delo in kapital draga	• višja zaradi manjše proizvodnje zato sta delo in kapital draga	• nižja zaradi velike raznovrstne proizvodnje, delo in kapital cenejša
Prepoznavnost in javnost podjetja	• manjša prepoznavnost in javnost poslovanja	• manjša prepoznavnost in javnost poslovanja	• manjša prepoznavnost in javnost poslovanja	• večja prepoznavnost in javnost poslovanja (bilance)

Tabela o značilnostih podjetij – neizpolnjena:

Družbe / Značilnosti	Samostojni podjetnik	Družba z neomejeno solidarno odgovornostjo	Družba z omejeno solidarno odgovornostjo	Delniška družba
Pojem				
Velikost				
Odgovornost družbenikov				
Odgovornost družbe				
Ustanovitev in osnovni kapital				
Odločanje in vodenje				
Prodaja deležev (menjava lastništva)				
Prilagodljivost tržnim razmeram				
Obdavčitev dobička in deljivost dobička				
Cena izdelka in raznovrstnost proizvodnje				
Prepoznavnost in javnost podjetja				
Prednosti				
Slabosti				

2.1.1.6 Premiki premice cene – program za dijake za preverjanje

Tanja Batistič, Srednja ekonomska in trgovska šola Nova Gorica

Izbrano poglavje: Ekonomija : A: Temeljni ekonomski pojmi in procesi
Matematika: Linearna funkcija

Učni sklop: Ekonomija : A. 3: Gospodinjstva in potrošna izbira
Matematika: Graf in koeficient linearne funkcije

Tema: Ekonomija: A. 3.2: Alternativna možnost porabe in potrošnikova izbira
Matematika: Premiki linearne funkcije in koeficienti

Splošni cilji/kompetence

Dijaki:

- pojasnjujejo, kaj prikazuje premica alternativnih možnosti potrošnje oz. premica cene,
- grafično predstavijo premico cene,
- analizirajo vpliv dohodka in cen na premico cene,
- spoznajo alternativne oz. oportunitetne stroške.

SPLOŠNE KOMPETENCE	
K1 – sporazumevanje v maternem jeziku	**K5 – učenje učenja**
K2 – sporazumevanje v tujem jeziku	K6 – socialne in državljanske kompetence
K3 – matematična kompetenca, kompetenca v naravoslovju in tehnologiji	K7 – samoiniciativnost in podjetnost
K4 – digitalna pismenost	K8 – kulturna zavest in izražanje

Operativni cilji: vsebinski in procesni

Dijaki:

- spoznajo problem relativne redkosti dobrin pri posamezniku,
- ocenijo vpliv spremembe dohodka in cen na kupno moč posameznika oz. družinskega proračuna in s tem premike premice cene,
- ugotavljajo mogoče košarice nakupa potrošnika ter možnost varčevanja oz. najemanja posojil posameznika,
- samostojno uporabljajo program,
- samostojno interpretirajo dobljene podatke,

- razvijajo pripadnost skupini,
- povežejo koeficient in smer premice,
- določajo presečišče premice z osjo x in y,
- ugotavljajo vzporednost premice in sekanje premic.

Pričakovani rezultati/dosežki

Dijaki:

- znajo opredeliti osnovne pojme, kot so premica cene, dohodek, kupna moč, alternativni stroški ...,
- razumejo, kako vpliva sprememba dohodka in cen na kupno moč potrošnika,
- ugotovijo, kdaj posameznik varčuje in kdaj si denar sposoja,
- računajo alternativne stroške posamezne dobrine.

Medpredmetne povezave in kroskurikularne teme: ekonomija, matematika, podjetništvo, informatika

Didaktični pristopi

- kompetenčni pristop,
- diferenciacija in individualizacija pouka,
- uporaba novih tehnologij (računalniki, interaktivne table, splet ...).

Potek učnega procesa

Predviden čas: skupno 4–7 ur

Ure	EKONOMIJA	MATEMATIKA
1–2	opredelitev premice cene in risanje premice cene s podatki	risanje linearne funkcije
1	premica cene in točke	izračunavanje točk, ki ležijo na premici in določanje koordinat teh točk
1–2	premiki premice cene	koeficienti linearne funkcije in naklon premice
1–2	reševanje primerov s pomočjo računalniškega programa	

1. Profesor razdeli dijake v skupine.
2. Dijaki na delovnih listih rešujejo in rišejo premico cene in premike, zaradi spreminjanja objektivnih pogojev.
3. Preverijo premike s pomočjo programa in poročajo drugim.

(Samo)refleksija dijaka in učitelja

Anketni list za dijaka

Ime in priimek:_____

Obkroži odgovor: 1. nisi zadovoljen 2. delno zadovoljen 3. zelo zadovoljen

1. z imenovanjem skupine	1	2	3
2. s spremenjeno uro pouka	1	2	3
3. z delom na računalniku	1	2	3
4. s postavljenimi nalogami	1	2	3
5. s poročanjem skupin	1	2	3
6. s pomočjo profesorja	1	2	3

Bi še kaj dodal/a o poteku učne ure. Napiši:

Analiza profesorja	
1. Število skupin, ki so pravilno rešile nalogo (na oba načina: peš in z računalnikom).	
2. Število skupin, ki so pravilno rešile nalogo – s pomočjo profesorja (najprej napačno, nato pravilno).	
3. Število skupin, ki ne bi same rešile naloge s pomočjo računalniškega programa.	
4. Število skupin, ki so brezhibno predstavile nalogo v razredu.	
5. Število skupin, ki niso upoštevale vrstnega reda predstavitve.	

Priloga

Delovni list 1: Premiki premice cene

Delovni list 1

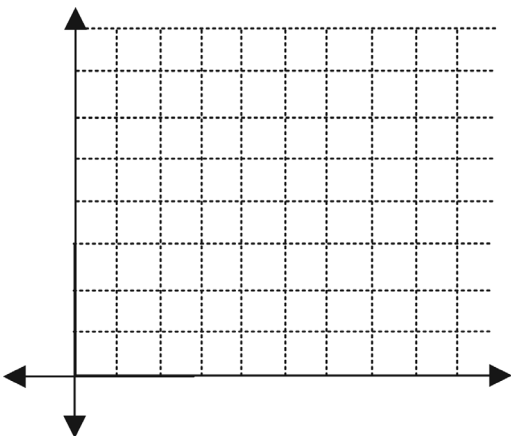
Premiki premice cene

1. *Janez ima 100 d.e. dohodka. Kupuje dve vrsti dobrin, in sicer kruh po 20 d.e. za kos in jabolka po 10 d.e. za kg. Narišite premico cene po podatkih.*

DOH =

P_H =

P_J =



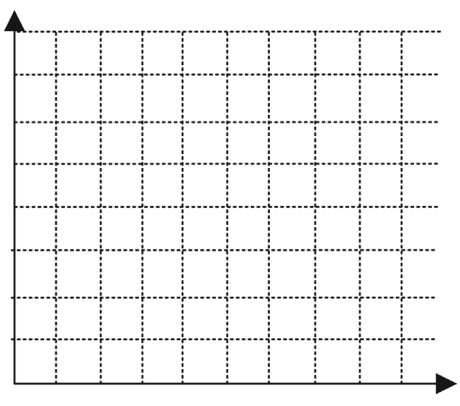
Izračunajte in dopolnite besedilo.

Če Janez ne kupi kruha, lahko kupi _____ kg jabolk.

Če Janez ne kupi jabolk, lahko kupi _____ kosov kruha.

Določi na krivulji točko T1 in T2 tako, da bo Janez v točki T1 kupil več jabolk kakor v točki T2.

Še enkrat nariši premico cene.



2. *Dopolnite besedilo ali obkrožite pravilen odgovor.*

   a. Narišite novo premico cene (zeleno), če se Janezov dohodek poveča za 40 % (v januarju je dobil izplačano podjemno pogodbo), torej za _____ d.e.

   Povečani dohodek znaša _____ d.e.

Premica cene se zaradi povečanega dohodka premakne _____ navzven. Janez lahko kupi več/manj kruha in jabolk. Kupna moč se je Janezu povečala/zmanjšala, ker se je dohodek _____.

b. Narišite novo premico cene (zeleno), če ima Janez v februarju 100 d.e. dohodka, cena jabolk se zmanjša na 7,14 d.e. za kg in cena kruha se zmanjša na 14,28 d.e. za kos.

Cena jabolk se zmanjša za _____ d.e. za kg in to je za _____%.

Cena kruha se zmanjša za _____ d.e. za kos in to je za _____%.

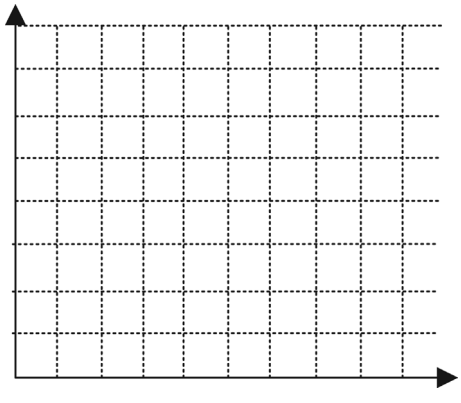
Premica cene se, zaradi zmanjšanja cen za _____ odstotek, premakne _____ navzven. Janez lahko kupi več/manj kruha in jabolk. Kupna moč se je Janezu povečala/zmanjšala, ker so se cene _____.



Sklep:
Premica cene se premakne vzporedno navzven, če:

- se dohodek poveča,
- se zmanjšajo cene obeh dobrin za enak odstotek.

Še enkrat nariši izhodiščno premico cene.



3. Dopolnite besedilo ali obkrožite pravilen odgovor.

a. Narišite novo premico cene (rdečo), če se Janezov dohodek zmanjša za 20 % (v marcu je Janez na bolniški), torej za _____ d.e.

Zmanjšani dohodek znaša _____d.e.

Premica cene se, zaradi zmanjšanega dohodka, premakne _____ navznoter. Janez lahko kupi več/manj kruha in jabolk. Kupna moč se je Janezu povečala/zmanjšala, ker se je dohodek _____.

b. Narišite novo premico cene (rdečo), če ima Janez v aprilu 100 d.e. dohodka, cena jabolk se poveča na 12,5 d.e. za kg in cena kruha se poveča na 25 d.e. na kos.

Cena jabolk se poveča za _____ d.e. za kg in to je za _____%.

Cena kruha se poveča za _____d.e. za kos in to je za _____%.

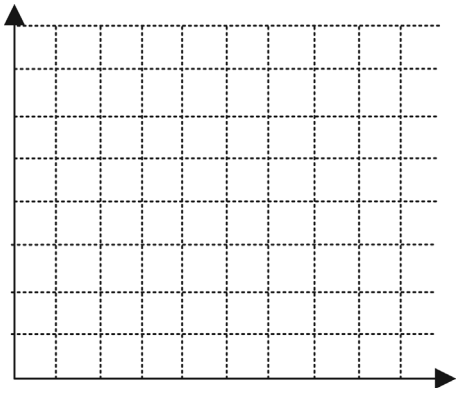
Premica cene se, zaradi zmanjšanja cen za _____ odstotek, premakne _____ navznoter. Janez lahko kupi več/manj kruha in jabolk. Kupna moč se je Janezu povečala/zmanjšala, ker so se cene _____.



Sklep:
Premica cene se premakne vzporedno navznoter, če:

- se dohodek zmanjša,
- se povečajo cene obeh dobrin za enak odstotek.

Še enkrat nariši izhodiščno premico cene.



4. *Dopolnite besedilo ali obkrožite pravilen odgovor.*

   a. Narišite novo premico cene (zeleno), če ima Janez v mesecu 100 d.e. dohodka, cena jabolk se zmanjša na 5 d.e. za kg in cena kruha se zmanjša na 12,5 d.e. na kos.

   Premica cene se, zaradi zmanjšanja cen za _____ odstotek, premakne _____ navzven. Janez lahko kupi več/manj kruha in jabolk. Kupna moč se je Janezu povečala/zmanjšala, ker so se cene _____.

   b. Narišite novo premico cene (rdečo), če ima Janez v mesecu 100 d.e. dohodka, cena jabolk se poveča na 11 d.e. za kg in cena kruha se poveča na 25 d.e. na kos.

   Premica cene se, zaradi povečanja cen za _____ odstotek, premakne _____ navznoter. Janez lahko kupi več/manj kruha in jabolk. Kupna moč se je Janezu povečala/zmanjšala, ker so se cene _____.



5. Dopolnite.

6. Premica cene se premakne, ker se spremenijo _____ omejitve, in sicer dohodek in _____ dobrin.

Premica cene se premakne enakomerno navznoter (kdaj?)

Premica cene se premakne enakomerno navzven (kdaj?)

Premica cene se neenakomerno premakne navznoter (kdaj?)

Premica cene se neenakomerno premakne navzven (kdaj?)

Skiciraj, kako bi se premica cene premaknila, če bi se jabolka podražila in kruh pocenil.

2.1.1.7 Premica cene kot linearna funkcija

mag. Maja Urlep in Elena Rudolf, Srednja ekonomska šola Maribor

Izbrano poglavje:	Ekonomija:	A: Temeljni ekonomski pojmi in procesi
	Matematika:	A: Funkcije
Učni sklop:	Ekonomija:	A. 3: Gospodinjstva in potrošna izbira
	Matematika:	A. 2: Linearna funkcija
Tema:	Ekonomija:	A. 3.2: Premica alternativnih možnosti potrošnje
	Matematika:	A. 2.3: Linearna funkcija
Bistveno vprašanje:	Kako lahko matematično razložimo nakupne odločitve posameznika?	

Splošni cilji /kompetence

Dijaki:

- spoznavajo premico cene z matematičnega vidika linearne funkcije,
- sočasno utrjujejo snov predelano pri ekonomiji in pri matematiki.

SPLOŠNE KOMPETENCE	
K1 – sporazumevanje v maternem jeziku	**K5 – učenje učenja**
K2 – sporazumevanje v tujem jeziku	K6 – socialne in državljanske kompetence
K3 – matematična kompetenca, kompetenca v naravoslovju in tehnologiji	**K7 – samoiniciativnost in podjetnost**
K4 – digitalna pismenost	K8 – kulturna zavest in izražanje

Operativni cilji: vsebinski in procesni

Dijaki :

- interpretirajo graf premice cene kot linearno funkcijo,
- iz ustreznih podatkov narišejo graf premice cene – linearne funkcije,
- znajo opredeliti in izračunati oportunitetne stroške,
- pojasnjujejo značilnosti premice cene z ekonomskega vidika,
- logično sklepajo iz danih podatkov,
- uporabijo ekonomsko in matematično znanje v vsakdanjih življenjskih situacijah,

- analizirajo problem in izberejo ustrezen način reševanja,
- iz ustreznih podatkov zapišejo enačbo premice v vseh treh oblikah (eksplicitna, implicitna, odsekovna),
- znajo določiti ničlo in začetno vrednost linearne funkcije ter poznajo njun pomen,
- znajo izračunati smerni koeficient linearne funkcije in poznajo njegov pomen,
- uporabijo matematiko kot sredstvo komunikacije s poudarkom na natančnem izražanju.

Pričakovani rezultati/dosežki

Dijaki znajo:

- rešiti nalogo premice cene,
- izračunati konkretne oportunitetne stroške,
- aplicirati linearno funkcijo na premico cene,
- povezati smerni koeficient z značilnostmi premice,
- matematično napisati točke na premici,
- matematično opredeliti spremembe premice.

Rezultate oz. dosežke merimo skladno z zapisanimi opisnimi kriteriji preverjanja in ocenjevanja.

Medpredmetne povezave: ekonomija, matematika

Učno temo obravnavamo pri obeh predmetih v prvem letniku. Medpredmetno povezavo izvedemo po predelani linearni funkciji pri matematiki ali za ponovitev snovi.

Didaktični pristopi

- *učnociljni in razvojnoprocesni pristop:* načrtovanje dejavnosti za dijake v povezavi s cilji procesa in pričakovanimi rezultati,
- *aktivne oblike pouka:* sodelovalno poučevanje, delo v parih ali individualno delo,
- *aktivne metode pouka:* samostojne predstavitve, diskusija,
- *uporaba novih tehnologij:* računalnik, interaktivna tabla.

Potek učnega procesa

Število ur: 1 (skupna ura)

Ure	EKONOMIJA in MATEMATIKA
1	**Uvod** Ena profesorica razdeli delovne liste, druga dijakom predstavi namen in cilje skupne ure. **Samostojno delo dijakov** Dijaki samostojno ali v parih rešujejo učni list 25 min, profesorici sodelujeta z dijaki in jim pomagata najti pravilne rešitve. Po samostojnem delu dijaki (javijo se samoiniciativno ali jih določita profesorici) predstavijo rešitve na tabli (možnost predstavitve z računalnikom in interaktivno tablo ali s pomočjo folije in bele table). Profesorici, glede na ekonomski ali matematični del nalog, izmenično sodelujeta pri reševanju in pojasnjevanju nalog. **Zaključek** Učiteljici zadnjih nekaj minut izvedeta refleksijo dijakov na podlagi spodnjih vprašanj.

(Samo)refleksija dijaka in učitelja

Dijak	Učitelj
Kaj sem se naučil?	Ali so dijaki odgovorili na bistveno vprašanje?
Kako sem se počutil pri učenju?	Kako sem vodila oz. organizirala učni proces sodelujočih predmetov?
Kaj bi spremenil?	Kaj bi lahko izboljšala?

Priloge

Delovni list 1: Premica cene kot linearna funkcija

Delovni list 1

Premica cene kot linearna funkcija



Petra ima 200 evrov. Izbira med poletnimi majicami, ki stanejo po 20 evrov, in picami, ki stanejo po 4 evre.

1. *Dopolni trditve:*
   a) Petra kupi dve majici. Všeč ji je še tretja, svetlo rumene barve. Če kupi tretjo majico, znaša alternativni strošek tretje majice _____.
   b) Če se Petra odloči, da bo podarila svojim petim prijateljicam vsaki po eno majico, lahko s preostalim denarjem kupi še največ _____ pic.
   c) Petra lahko kupi pet majic za prijateljice, tri majice zase in 20 pic le, če ji starši povečajo žepnino na _____ evrov.
2. *V koordinatni sistem nariši premico cene za Petro s temi podatki (na abscisno os – x vriši pice).*



3. *Zapiši odseka na abscisni in ordinatni osi oz. obe skrajni točki $T_1(x_1,y_1)$ in T2 (x2,y2).*
4. *Zapiši začetno vrednost in izračunaj smerni koeficient premice cene in pojasni njegov pomen.*
5. *Ugotovi, ali je premica cene naraščajoča ali padajoča, in utemelji svoj odgovor z ekonomskega in matematičnega vidika.*
6. *Zapiši enačbo premice cene v eksplicitni, implicitni in odsekovni (segmentni) obliki.*
7. *V zgornji koordinatni sistem nariši (s črtkano črto) novo premico cene, ki je posledica zvišanja cene majic na 25 evrov. Zapiši tudi enačbo nove premice cene.*
8. *Petra kupi 20 pic in 12 majic. K prvotni premici cene zapiši enačbo vzporedne premice cene in izračunaj njeno ničlo. Novo premico vriši (pikčasto) v zgornji koordinatni sistem.*
9. *Cene dobrin ostanejo nespremenjene. Koliko znaša Petrin nov dohodek, če kupi 20 pic in majic?*

2.1.2 Temelji mikroekonomije

2.1.2.1 Elastičnost povpraševanja – program za izdelavo seminarske naloge

Tanja Batistič, Srednja ekonomska in trgovska šola Nova Gorica

Izbrano poglavje: Ekonomija: B: Temelji mikroekonomije
Matematika: Linearna funkcija
Poslovna informatika: Obrazec za vnos podatkov, pravila iskanja podatkov, delo s tabelami, temelji spletne predstavitve

Učni sklop: Ekonomija: B.2: Obnašanje potrošnikov in povpraševanje
Matematika: Graf in koeficient linearne funkcije

Tema Ekonomija: B.2.3: Cenovna elastičnost povpraševanja
Matematika: Koeficient linearne funkcije in naklon premice

Splošni cilji /kompetence

Dijaki:

- znajo opredeliti cenovno elastičnost povpraševanja,
- izračunajo koeficiente cenovne elastičnosti povpraševanja iz podatkov,
- interpretirajo koeficiente cenovne elastičnosti,
- povežejo koeficiente cenovne elastičnosti z grafi in vrstami dobrin,
- razlikujejo cenovno elastično in neelastično povpraševanje.

SPLOŠNE KOMPETENCE	
K1 – sporazumevanje v maternem jeziku	**K5 – učenje učenja**
K2 – sporazumevanje v tujem jeziku	K6 – socialne in državljanske kompetence
K3 – matematična kompetenca, kompetenca v naravoslovju in tehnologiji	K7 – samoiniciativnost in podjetnost
K4 – digitalna pismenost	K8 – kulturna zavest in izražanje

Operativni cilji: vsebinski in procesni

Dijaki:

- spoznajo pomen cenovne elastičnosti in razlikujejo dobrine po cenovni elastičnosti,
- ocenijo vpliv spremembe cen na proizvajalčev dohodek glede na cenovno elastičnost dobrine, ki jo podjetje proizvaja.

Pričakovani rezultati/dosežki

Dijaki:

- spoznajo pojem cenovne elastičnosti in vrste cenovne elastičnosti,
- spoznajo in povežejo koeficiente cenovne elastičnosti s krivuljo povpraševanja in dobrinami,
- ugotavljajo vpliv dvigovanja in zniževanja cen na proizvajalčev dohodek,
- samostojno po predlogi oblikujejo enostavno seminarsko nalogo in ugotovijo njene sestavne dele (kazalo, grafe, tabele, številčenje, vire ...).

Za merjenje dosežkov oz. rezultatov profesor izdela točkovnik seminarske naloge, v katerega vključi tudi predstavitev dijakov.

Seminarska naloga 40 % – pri tem je treba izdelati točkovnik za vseh 40 %. Predlagam, da se v točkovniku upošteva tudi točnost oddaje seminarske naloge.

Predstavitev naloge 60 % – pri predstavitvi lahko sestavimo skupine, ki naj kar skupaj predstavljajo. Upošteva se tudi dodatna priprava, recimo, prosojnic ali drugega načina predstavitve, uporaba strokovnih izrazov in sam nastop kandidatov.

Lahko pa 60 % predstavitve razdelimo na 40 % za predstavitev in preostalih 20 % za sodelovanje pri predstavitvi, kjer lahko upoštevamo tudi odnos do sošolcev, ki nalogo predstavljajo.

Medpredmetne povezave in kroskurikularne teme: ekonomija, matematika, podjetništvo, informatika

Didaktični pristopi

- *učnociljni in razvojnoprocesni pristop* (načrtovanje dejavnosti za dijake v povezavi s cilji procesa in pričakovanimi rezultati),
- *razvijanje matematične kompetence*,
- *diferenciacija in individualizacija pouka*,
- *uporaba novih tehnologij* (računalniki, interaktivne table, splet ...).

Potek učnega procesa

Primer seminarske naloge v Wordu, ki jo dijak po navodilih učitelja samostojno izpolnjuje.

Predviden časovni okvir: od dva do štiri tedne.

Seminarska naloga je namenjena utrjevanju znanja po predelani snovi. Namenjena je spoznavanju sestavnih delov seminarske naloge in predstavitvi. Seminarska naloga je lahko sestavni del strokovnega listovnika.

(Samo)refleksija dijaka in učitelja

Anketni list za dijaka

Ime in priimek: _____

Odgovorite na naslednja vprašanja ali obkrožite pravilen odgovor.

1. Na naslovnici je ime in priimek profesorja/mentorja:
   zgoraj levo/zgoraj desno/spodaj levo/spodaj desno
2. Kazalo se nahaja _____ .
3. Tabele v nalogi imajo naslov in še _____ .
4. Pod tabelo in grafom mora biti naveden _____ .
5. Viri so nahajajo _____ .
6. Viri so navedeni po abecednem redu avtorjev/naslovov virov.
7. Med viri so navedeni tudi spletni naslovi. da/ne

Bi še kaj dodal/a o današnji uri. Napiši:

Priloga

Gradivo za samostojno učenje: Primer seminarske naloge v Wordu, ki jo dijak po navodilu učitelja izpolnjuje samostojno

Gradivo za samostojno učenje

Primer seminarske naloge v Wordu, ki jo dijak izpolnjuje samostojno po navodilih učitelja

SEMINARSKA NALOGA:
CENOVNA ELASTIČNOST POVPRAŠEVANJA

Navodilo

V nalogi ne spreminjajte ničesar, temveč sledite samo navodilom.

Naloga je sestavljena iz več delov, ki se začnejo z naslovom. Sam naslov je sestavni del kazala, ki se bo samodejno izpolnjeval. Vsak del naj se zato začne na novi strani. V referatu oz. seminarski nalogi so naloge različnega tipa, ki so opisane v začetnem delu oz. navodilu. Navodilo točno pove, kaj se zahteva pri izpolnjevanju polja. Nato pa je rezerviran prostor, v katerega vpisujete rešitve. Pri tem iščete podatke po različnih virih. Te vire sproti zapisujte v razdelek literatura in viri. Pri izpolnjevanju tabel skrbno napišite naslov tabele – kaj tabela prikazuje in vir tabele. Pazite na številčenje tabel.

Ko izpolnite vsa polja, nalogo skrbno preglejte, natisnete in jo oddate.

IZPOLNJEVANJE

Seminarsko nalogo lahko izpolnjujete na dva načina: a) računalniško (priporočljivo) ali b) ročno.

Računalniško

Dokument je v celoti zaklenjen, razen delov, ki so namenjeni pisanju. Ti deli so lahko dveh vrst, seznam, ki že ponuja izbire – preprosto izberemo iz seznama želeno izbiro ali pa prosta vnosna mesta, kjer morate dopisati manjkajoče besedilo. Določeni elementi omogočajo vstavljanje slik v sam dokument. To storite kot pri običajnem dokumentu.

Elemente, ki omogočajo vnos, boste najlažje spoznali tako, da pogledate, ali imajo za njimi zvezdico. (*).

Primer: ****Ime šole***

Ročno

Če nimate dostopa do računalnika, lahko seminarsko napišete tudi ročno. Poleg polj za izpolnjevanje napišite rešitev vprašanja.

NAVAJANJE LITERATURE IN VIROV

Seznam uredimo abecedno od začetka abecede proti koncu, med literaturo in viri ne razlikujemo. Oba seznama sta združena.

Literaturo navajamo na sledeči način:

Priimek, Ime avtorja (Samo začetnica). (Leto). Naslov dela. Kraj izdaje: Založba.

Ilustrativni primer: Lipičnik, B. (1998). Ravnanje z ljudmi pri delu. Ljubljana: Gospodarski vestnik.

Vire navajamo na sledeči način:

*Naslov spletne strani. Najdeno **datum** na spletnem naslovu **spletni naslov.***

Ilustrativni primer: Prodajna mesta [podjetja Mercator d. d.]. Najdeno 15. januarja 2008 na spletnem naslovu http://www.mercator.si/prodajna_mesta.

KAZALO

1 Elastičnost 1

2 Izračun cenovne elastičnosti 3

3 Cenovna elastičnost povpraševanja in dohodki proizvajalcev 5

4 Literatura in viri 9

1 ELASTIČNOST

Opišite cenovno elastičnost povpraševanja.

Napišite formulo za izračun cenovne elastičnosti povpraševanja.

Dopolnite besedilo.

Če se cena dobrine poveča, se _____ povpraševanja po tej dobrini _____ poveča/zmanjša. Zato je cenovna elastičnost povpraševanja vedno _____. Cenovna elastičnost povpraševanja zajema vrednost med _____ in _____. Koeficient cenovne elastičnosti nam pove, za koliko _____ se poveča /_____ poveča/zmanjša obseg _____ (količina), če se cena dobrine _____ poveča/zmanjša / poveča za _____ odstotek.

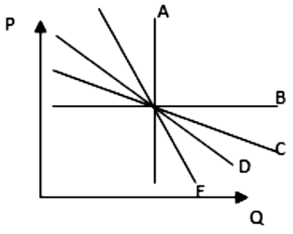
Dopolnite naslednjo tabelo po izpolnjenem primeru ali s pomočjo literature.

Tabela 1: Različni koeficienti cenovne elastičnosti in vrste cenovne elastičnosti povpraševanja

Koeficient cenovne elastičnosti	**Povpraševanje je cenovno ...**	**Primerjava velikosti spremembe količine (Q) in cene (P)**
Ep = 0	popolnoma neelastično	Količina povpraševanja – obseg povpraševanja se ne spremeni, če se spremeni cena povpraševanja

Na desni strani grafa določite vrste cenovne elastičnosti, ki ustrezajo posamezni obliki krivulje povpraševanja.

Graf 1: Krivulje povpraševanja z različnimi vrednostmi koeficienta cenovne elastičnosti povpraševanja



A _____

B _____

C _____

D _____

E _____

Poiščite povezavo med vrednostjo cenovne elastičnosti in vrstami dobrin, ki ustrezajo tej cenovni elastičnosti in za vsako dobrino vpišite konkreten primer.

Tabela 2: Različni koeficienti cenovne elastičnosti, vrste dobrin in konkretne dobrine

Koeficient cenovne elastičnosti	Vrste dobrin	Konkretna dobrina
Ep = 0	nujna zdravila	insulin

2 IZRAČUN CENOVNE ELASTIČNOSTI

Na spletni strani RIC-a pri predmetu ekonomija na maturitetni izpitni poli poiščite tabelo s podatki o ponudbi in povpraševanju. Podatke vpišite v spodnjo tabelo.

Tabela 3: Povpraševanje in ponudba pri različnih cenah

Po podatkih iz tabele dopolnite.

Tržno ravnovesje se na trgu vzpostavi pri ceni _____ in količini _____ .

(prepišite iz tabele)

Upoštevaj podatke o povpraševanju.

Če se cena zviša se obseg povpraševanja _____ .

A. *Izračunaj koeficient cenovne elastičnosti med ravnovesno ceno in prvo zvišano ceno v tabeli. Najprej določite podatke za izračun. (Pazi, kako so izpisani podatki v tabeli – višja cena.)*

Ravnovesje: cena _____ količina _____ .

Prva višja cena: cena _____ količina _____ .

Formula za izračun in izračun cenovne elastičnosti.

Formula: _____

Izračun: _____

Povejte, kaj nam zgoraj izračunani koeficient pove.

_____

Dopolnite besedilo.

Dobrina, ki jo podjetje proizvaja, je _____ .

B. *Izračunaj koeficient cenovne elastičnosti pod ravnovesno ceno in prvo znižano ceno v tabeli. Najprej določite podatke za izračun. (Pazi, kako so izpisani podatki v tabeli – nižja cena.)*

Ravnovesje: cena _____ količina _____ .

Prva višja cena: cena _____ količina _____ .

Formula za izračun in izračun cenovne elastičnosti.

Formula: _____

Izračun: _____

Povejte, kaj nam zgoraj izračunani koeficient pove.

_____

Dopolnite besedilo in določite dobrino glede na izračunano elastičnost.

Dobrina, ki jo podjetje proizvaja, je _____ .

3 CENOVNA ELASTIČNOST POVPRAŠEVANJA IN DOHODKI PROIZVAJALCEV

Namen vsakega podjetja je dobiček. Podjetje ugotovi dobiček ob prodaji proizvodov.

Dopolnite.

Podjetje ugotovi dobiček, če od prihodkov odšteje _____ . Če ima podjetje višje _____, ugotovi izgubo.

Formula za dobiček je _____ .

Formula za prihodek je _____ .

Formula za stroške je _____ .

Podjetje po načelu gospodarnosti (mini – maksi načelo) lahko dobiček povečuje (dopolnite).

1. pri enakem prihodku _____ povečevanjem/zmanjševanjem stroškov.
2. pri enakih stroških z _____ povečevanjem/zmanjševanjem prihodkov.

V prodajnem oddelku so izračunali, da je koeficient cenovne elastičnosti njihovega proizvoda - 0,8. Pri ceni 10,00 EUR prodajo 20 kosov proizvoda. Pomagajte jim izdelati načrt prodaje in vpliv na prihodek podjetja.

A. *Podjetje bi dvignilo ceno za 1 %. Izračunajte:*

Količino prodanih proizvodov pri novi ceni.

Izračun: _____

Prihodek proizvajalca pri ceni 10,00 EUR in višji ceni.

Izračun: _____

B. *Druga možnost izračuna. Podjetje bi znižalo ceno za 1 %. Izračunajte:*

Količino prodanih proizvodov pri novi ceni.

Izračun: _____

Prihodek proizvajalca pri ceni 10,00 EUR in nižji ceni.

Izračun: _____

Izpolnite tabelo po zgornjih izračunih in dopolnite besedilo.

Tabela 4: Povezave med prihodkom proizvajalca in spremembo cene

Cena	Sprememba cene	Prihodek	Sprememba prihodka
10,00			

Koeficient cenovne elastičnosti podjetja nam pove, da je povpraševanje po dobrini cenovno _____. Če se cena dvigne, se prihodek proizvajalca _____, če se cena zniža, se prihodek proizvajalca _____.

Cena in prihodek proizvajalca se spreminjata _____ pri cenovno _____ povpraševanju. Dobrine, ki jih podjetje proizvaja, so _____.

V prodajnem oddelku so izračunali, da je koeficient cenovne elastičnosti njihovega proizvoda - 5,5. Pri ceni 100,00 EUR prodajo 25 kosov proizvoda. Pomagajte jim izdelati načrt prodaje in vpliv na prihodek podjetja.

A. *Podjetje bi dvignilo ceno za 1 %. Izračunajte:*

Količino prodanih proizvodov pri novi ceni.

Izračun: _____

Prihodek proizvajalca pri ceni 100,00 EUR in višji ceni.

Izračun: _____

B. *Druga možnost izračuna. Podjetje bi znižalo ceno za 1 %. Izračunajte:*

Količino prodanih proizvodov pri novi ceni.

Izračun: _____

Prihodek proizvajalca pri ceni 100,00 EUR in nižji ceni.

Izračun: _____

Izpolnite tabelo po zgornjih izračunih in dopolnite besedilo.

Tabela 5: Povezave med prihodkom proizvajalca in spremembo cene

Cena	Sprememba cene	Prihodek	Sprememba prihodka
100,00			

Koeficient cenovne elastičnosti podjetja nam pove, da je povpraševanje po dobrini cenovno _____. Če se cena dvigne, se prihodek proizvajalca _____, če se cena zniža, se prihodek proizvajalca _____.

Cena in prihodek proizvajalca se spreminjata _____ pri cenovno _____ povpraševanju. Dobrine, ki jih podjetje proizvaja, so _____.

Pojasnite, zakaj se je v času recesije zmanjšalo povpraševanje po avtomobilih. Opredelite cenovno elastičnost povpraševanja po avtomobilih. Navedite, kako se spreminja prihodek v avtomobilski industriji v času recesije. Pojasnite, kako bi morali proizvajalci v avtomobilski industriji ravnati, da bi povečali prihodek.

LITERATURA IN VIRI ***(navedite)***

2.2 Podjetništvo, poslovna informatika

2.2.1 Dileme rasti podjetja

2.2.1.1 Multimedijsko reklamno sporočilo

Denise Beltram in Nastja Valentinčič Al Bukhari,
Srednja ekonomska in trgovska šola Nova Gorica

Izbrano poglavje:	Podjetništvo:	Dileme rasti podjetja
	Poslovna informatika:	Večpredstavnost v službi trženja
Učni sklop:	Podjetništvo:	C.2: Podjetništvo in management
		C.3: Trženje in strategija trženja
	Poslovna informatika:	D: Večpredstavnost v službi trženja
Tema:	Podjetništvo:	C.2: Podjetništvo in management
		C.3.1: Trženjska zasnova podjetja
		C.3.2: Trženjski splet, izdelek/storitev, tržno komuniciranje
	Poslovna informatika:	Izdelava večpredstavne predstavitve

Skupni cilj

- Dijaki raziskujejo uveljavljanje podjetij na trgu s pomočjo reklamnih sporočil.

Splošni cilji/kompetence

Dijaki:

- uporabljajo IKT kot podporo kritičnemu razmišljanju, ustvarjalnosti in inovativnosti;
- razvijajo kritičen in premišljen odnos do informacij in odgovorno uporabljajo interaktivne medije;
- razvijajo kompetenco sporazumevanja v maternem jeziku z izražanjem in razumevanjem pojmov, dejstev in mnenj pri oblikovanju in predstavitvah podatkov v pisni in ustni obliki (poslušanje, govor, branje in pisanje) kakor tudi iskanje in vrednotenje podatkov v virih v slovenskem jeziku;
- matematična kompetenca vključuje sposobnost in pripravljenost dijakov za uporabo matematičnih načinov razmišljanja in predstavljanja pri reševanju poslovno informacijskih problemov;
- razvijajo sposobnost pridobiti, obdelati in sprejeti novo znanje in spretnosti. Pri tem izkoristijo prednosti heterogene skupine in delijo naučeno tako, da samostojno rešujejo poslovno informacijski problem in ga predstavijo;

- z razvijanjem kompetence samoiniciativnosti in podjetnosti krepijo sposobnosti za uresničevanje svojih zamisli, tako da samostojno izberejo poslovno informacijski problem in ga rešijo;
- z razvijanjem kompetence samoiniciativnosti in podjetnosti krepijo sposobnosti kompleksnega mišljenja, veščin procesiranja informacij in miselne navade, razvijajo podjetne, organizacijske in vodstvene lastnosti. Razvijajo ciljno naravnanost, storilnost, konkurenčnost in usmerjenost k sprotnemu in končnemu vrednotenju procesov in rezultatov. Posebno razvijajo kritično mišljenje, vrednotijo svoje napredovanje ter prepoznavajo in razvijajo lastne poklicne interese ter zmožnosti.

SPLOŠNE KOMPETENCE	
K1 – sporazumevanje v maternem jeziku	K5 – učenje učenja
K2 – sporazumevanje v tujem jeziku	K6 – socialne in državljanske kompetence
K3 – matematična kompetenca, kompetenca v naravoslovju in tehnologiji	**K7 – samoiniciativnost in podjetnost**
K4 – digitalna pismenost	K8 – kulturna zavest in izražanje

Operativni cilji – vsebinski in procesni

POSLOVNA INFORMATIKA	PODJETNIŠTVO
• Poznajo večpredstavnostne vire poslovnih informacij. • Poznajo pomen večpredstavnostne predstavitve v sodobni družbi. • Znajo razložiti lastnosti uspešne predstavitve poslovnih informacij. • Na primerih utemeljujejo pridobljena spoznanja. • Poznajo pomen priprave in izbire strategije za učinkovito komuniciranje. • Znajo načrtovati, analizirati in razčleniti problem. • Znajo opredeliti strukturo večpredstavnostne predstavitve. • Znajo vsebinsko razporediti poslovne informacije. • Znajo izdelati večpredstavnostno predstavitev poslovnih podatkov.	• Spoznajo spreminjanje podjetja z vidika zahtev po vse bolj razčlenjeni in izgrajeni organizaciji. • Spoznajo in razumejo pomen podjetniškega ravnanja v velikih, uveljavljenih podjetjih. • Razumejo pomen naravnanosti na potrebe kupcev. • Razumejo pomen inovativnosti/ustvarjalnosti za doseganje svetovne konkurenčnosti. • Spoznavajo delovanje podjetnikov in menedžerjev v tujini, njihovo delovanje in uspehe in primerjajo s podjetniki doma. • Analizirajo organizacijsko strukturo podjetij v tujini in jo primerjajo z domačimi. • Spoznajo tržno naravnanost podjetij v tujini, njihov prodajni sortiment,

• Znajo izdelati večpredstavnostno predstavitev poslovnih podatkov s poudarkom na zahtevnejši grafični zasnovi. • Znajo izdelati televizijski oglas.	vzorčne primere tržnega oglaševanja, prodajne poti in jih primerjajo s podjetji v Sloveniji. • Dijaki preverijo poznavanje zapisa curiculum vitae. • Spoznajo pomen tržne naravnanosti podjetja. • Spoznajo metode analize tržnih priložnosti. • Proučijo nakupno vedenje potrošnikov in organizacij. • Naučijo se segmentirati različne trge, poiskati tržne niše in izbrati ciljne trge (kupce). • Spoznajo temeljne sestavine trženjskega spleta podjetja. • Proučijo zasnovo prodajnega asortimenta nekaterih znanih podjetij. • Spoznajo pomen razvoja novih izdelkov. • Spoznajo pravila oblikovanja prodajnih cen. • Spoznajo sestavine tržnega komuniciranja podjetja z javnostjo. • Razvijajo vzorčne primere tržnega komuniciranja, zlasti oglaševanja. • Ocenjujejo različne oglaševalske akcije v medijih. • Vrednotijo etične vidike oglaševanja.

Pričakovani rezultati

Izdelava multimedijskega reklamnega sporočila

POSLOVNA INFORMATIKA	PODJETNIŠTVO
• Izberejo informacijski problem s področja poslovnih informacij. • Opredelijo strukturo večpredstavne predstavitve. • Vsebinsko razporedijo poslovne informacije.	• Prepoznajo in utemeljijo glavne značilnosti delovanja podjetnika in menedžerja. • Uporabljajo pridobljeno znanje za zapis curiculum vitae.

• Izdelajo večpredstavno predstavitev poslovnih podatkov – TV-oglas.	• Razumejo, zakaj podjetja oblikujejo različne organizacijske strukture. • Kritično ovrednotijo tržno naravnanost podjetij ter njihovega sortimenta. • Kritično analizirajo pomen naravnanosti na ciljne kupce. • Kritično primerjajo inovativnost tujih in domačih podjetij. • Prepoznajo nakupno vedenje potrošnikov. • Prepoznajo najbolj učinkovite sestavine tržnega komuniciranja. • Izdelajo primer tržnega oglaševanja, tako da upoštevajo vse sestavine tržnega komuniciranja.

Medpredmetne povezave in kroskurikularne teme

- medpredmetna povezava je kombinirana (del ciljev je integriranih, del je skupnih, a obravnavanih disciplinarno ločeno; učitelja uporabljata oblike interaktivnega poučevanja tipa A in interaktivno poučevanje tipa B),
- horizontalna povezava med oddelki istega letnika.

Didaktični pristopi

- *učnociljni in razvojnoprocesni pristop* (načrtovanje dejavnosti za dijake v povezavi s cilji procesa in pričakovanimi rezultati),
- *aktivne oblike pouka* (sodelovalno učenje, timsko poučevanje),
- *aktivne metode pouka* (delo z viri, študij primera, reševanje problemov),
- *avtentični pouk* (problemsko učenje, projektno delo),
- *diferenciacija in individualizacija pouka*,
- *uporaba novih tehnologij* (računalniki, interaktivne table, splet ...).

Potek učnega procesa

Ure	PODJETNIŠTVO
	• Izberejo podjetje v tujini, ki ga bodo prosili za sodelovanje (dogovor o vsebini elektronske pošte, iskanje podjetij, naslovov, služb za stike z javnostjo ...). • Pošljejo dopise ali elektronsko pošto (težave pri sestavljanju dopisov in elektronske pošte, pričakovanja ...).

32	• Raziščejo značilnosti podjetnika in menedžerja v izbranem podjetju (curiculum vitae), vizijo in cilje podjetja ter organizacijsko strukturo. • Sestavijo svoj curiculum vitae v slovenskem jeziku ter v angleškem ali italijanskem jeziku (ponovitev pri tujem jeziku). • Za izbrano podjetje raziščejo proizvode podjetja (širina in globina asortimenta, cenovni asortiment, kakovostni asortiment ter zaprosijo podjetje za kataloge, prospekte, vzorce ...). • Ugotavljajo, v kolikšni meri je prodajni asortiment izbranega podjetja navzoč v naših trgovinah. • V razredu pripravijo predstavitev v Power Pointu o izbranem podjetju. • Izdelajo anketo o poznavanju izdelka/skupine izdelkov, s katero ugotavljajo poznavanje, navade kupcev, ciljne kupce, zadovoljstvo (cena – kakovost), mnenja, konkurenco ... • Izdelajo analizo ankete, zapišejo glavne ugotovitve, ki ji povzamejo v tujem jeziku in jih pošljejo tudi izbranemu podjetju.

Ure	**PODJETNIŠTVO IN POSLOVNA INFORMATIKA (skupni vstop učiteljev)**
3	• Poiščejo filmske oglase izbranega podjetja in jih predstavijo v razredu. • Dijaki si ogledajo filmske oglase podjetja Siemens (različen asortiment, različnost oglasov za posamezne države, vsebina oglasov). • Dijaki si ogledajo izdelke dijakov prejšnjih generacij (pogovor o ustreznosti izdelka, opozarjanje na napake, razumevanje oglasnega sporočila ...). • S pomočjo učnega lista Značilnosti marketinškega oglaševanja (delovni list 1 – Razumevanje podjetniških elementov TV-oglasa) ocenjujejo TV-oglase.

Ure	**PODJETNIŠTVO**
4	• Na podlagi učnega lista Značilnosti marketinškega oglaševanja (delovni list 2 – Vsebinsko načrtovanje TV-oglasa) načrtujejo tržno sporočilo. • Dijaki izdelajo načrt, kjer izbirajo osnovne elemente oglaševanja. • Na podlagi analize ankete izberejo izdelek, ki ga bodo oglaševali, utemeljijo izbiro ciljne skupine, določijo cilj komuniciranja, izberejo različne vsebine sporočila (razumski, čustveni, moralni ...), učinek sporočila (izsek iz življenja, življenjski slog, domišljija, vzdušje, glasbo, osebnostni simbol, tehnično mnenje, znanstveni dokazi, pričevanje ...). • Kritično analizirajo uporabo etike pri načrtovanem oglasu.

Ure	INFORMATIKA
1	• Izberejo ustrezen trženjski problem.
1	• Načrtujejo, analizirajo in razčlenijo problem.
2	• Na obrazcu pripravijo strategijo priprave izdelka – določijo koncept, vizijo in smer priprave izdelka (brief). • Pripravijo načrt dela. • Načrtujejo zgradbo in vsebino glasa. • Opredelijo strukturo primera, primerno strukturno razčlenijo in definirajo vsebino, ki bo uporabljena v posameznem časovnem intervalu.
4	• Pripravijo scenarij oglasa. • Izberejo ekipo za snemanje. • Posnamejo gradivo za TV-oglas. • Pripravijo, poiščejo preostalo gradivo (glasba, slike ...).
6	• Pripravijo projekt za izdelavo oglasa. • Uvozijo ustrezno obdelano gradivo. • Obdelajo gradivo z ustreznimi učinki. • Dodajo napise. • Dodajo ustrezno obdelano glasbo za ozadje. • Shranijo projekt. • Shranijo oglas v ustreznem videoformatu za predstavitev na računalniku. • Izdelajo varnostno kopijo večpredstavne predstavitve.

Ure	PODJETNIŠTVO IN POSLOVNA INFORMATIKA
2	• Predstavitev oglasov. • Evalvacija oglasov. • Ocenjevanje oglasov (dijaki pridobijo oceno pri poslovni informatiki in pri podjetništvu).
1	• Dijaki pošljejo izdelano multimedijsko reklamno sporočilo podjetju in se jim zahvalijo za sodelovanje (nekateri dijaki so od podjetij prejeli lepe nagrade). • Dijaki se prijavijo na državno tekmovanje Dijaške oglaševalske scene (DOSS).

(Samo)refleksija dijaka in učitelja

Kako so se dijaki odzvali, kako so sprejeli tak način dela?

Z dijaki sva izvedli razgovor po opravljenem delu oziroma po opravljenem ocenjevanju znanja. V začetku so stvari sprejeli z rahlim zadržkom, saj so mislili, da jim tuja podjetja ne bodo ponudila nobene pomoči in da jim ne bodo niti odgovorila na poslano e-pošto. Na začetku so bili tudi precej negotovi pri pisanju e-sporočil v tujih jezikih.

Dijaki so se na drugačen način dela bolje odzvali, saj so teoretična znanja dobro povezovali s praktičnimi znanji in izkušnjami ter pregledovanjem in iskanjem že obstoječih materialov. Dijaki so poudarili:

- boljše povezovanje teorije in prakse,
- bolje znajo oceniti kritičnost posameznih multimedijskih oglasov,
- boljšo komunikacijo med dijaki in učitelji,
- večjo spodbudo, saj so se individualno dogovarjali s profesorji in tako v istem trenutku dobili povratno informacijo o svojem delu,
- večjo aktivnost pri pouku,
- večjo samostojnost pri nastopih in večjo objektivnost,
- včasih je bilo treba več dela doma.

Učitelja

Kaj nama je posebej uspelo?

Posebej nama je uspelo sprotno vodenje nadzora nad opravljenim delom dijakov in skrbno načrtovanje posameznih ur. Posebno dobri so bili individualni razgovori, mnenja in iskanje individualnih rešitev skupaj z dijakom.

Kaj bi bilo morda bolje narediti drugače?

Zaradi skupnega pregledovanja sprotnega dela dijakov bi morali v urniku načrtovati več skupnih dvojnih ur. Izvedli bova tudi evalvacijo dijakov z anketo.

Kakšne učinke sva dosegli pri dijakih?

Skupaj sva ocenili izdelane TV-oglase dijakov po kriterijih, ki so jih že vnaprej poznali in na podlagi katerih so tudi oni evalvirali druge TV-oglase. Tako so znali utemeljiti svojo odločitev pri izdelavi posameznega TV-oglasa, tako vsebinsko kot tehnično. Predvsem so postali bolj kritični.

Kakšne prednosti ima takšen način dela?

Tak način dela omogoča:

- večje sodelovanje med učitelji,
- dopolnjevanje znanja med učitelji in dijaki,
- spodbuja nadaljnji razvoj (izmenjava znanja in izkušenj, hitrejši pretok informacij ...),

- skupno delo učiteljev, ki si ga lahko razdelimo,
- da dijaki zaznajo večjo povezanost pri delu,
- da so dijaki dejavnejši, kritičnejši in samostojnejši pri delu.

Kakšne načrte imava s takšnim načinom izvajanja pouka v prihodnje?

Tudi v prihodnje želiva tako nadaljevati. Že v letošnjem šolskem letu sva idejo nekoliko preoblikovali zaradi svetovne gospodarsko-finančne krize. V to izvajanje bova dejavneje vključili tudi učitelje tujih jezikov.

Priloge



Navodila za izdelavo anketnega vprašalnika

Delovni list 1: Razumevanje podjetniških elementov TV-oglasa

Delovni list 2: Vsebinsko načrtovanje TV-oglasa

Navodila za izdelavo oglasa

Prijava teme TV-oglasa

Scenarij

Kriteriji za vrednotenje izdelanega multimedijskega reklamnega sporočila – podjetništvo

Kriteriji za vrednotenje izdelanega multimedijskega reklamnega sporočila – informatika

Državno tekmovanje v oglaševanju

Navodila za izdelavo anketnega vprašalnika

Pri izdelavi ankete upoštevajte naslednja navodila:

1. Najprej izdelajte načrt, do katerih informacij želite priti – definirajte teme raziskave.
2. Pri izdelavi vprašalnika morate paziti, da so vprašanja v anketi:
   - **formulirana razumljivo**,
   - da **ne prepričujejo** k odgovarjanju.
3. Cilj v anketi mora biti realen in ustrezen, saj je anketa namenjena le zbiranju podatkov:
   - uporabite **demografske podatke**, s katerimi se ljudje opisujejo (spol, starost, izobrazba, poklic ...), tako da boste lahko proučevali relacije pri določenih odgovorih,
   - lahko sprašujete **o njihovem odnosu** do nečesa ali o odnosu drugih do nekaterih dejanj, stvari ...,
   - pazite, kako **oblikujete** vprašanja, če boste proučevali stališča (da ne bodo prenapihnjena),
   - pazite na preveč **občutljiva** vprašanja,
   - v anketo vključite vse, kar se vam zdi pomembno za vašo raziskavo (tudi nekatere sorodne teme).
4. Anketo prilagodite vaši **ciljni populaciji** (kdo bodo vaši ciljni kupci).
5. Splošna načela pri sestavljanju vprašanj:
   - Opredelite, katere tipe vprašanj boste uporabili: **odprti** – sprožimo mnoge spodbude in nove predloge, težko jih je kodirati, ker so lahko zelo različni; ter **zaprti tip** – omejenost odgovora: lahko uporabite z urejenimi alternativami, z neurejenimi, delno odprta (anketiranec dopiše svojo alternativo); ali pa lestvico (zelo se strinjam, strinjam se; zelo se ne strinjam, ne strinjam se, sem nevtralen; od najmanj do najbolj pomembnega).
   - Priprava **uvoda in navodila za izpolnjevanje ankete** – uvod naj motivira, pojasnite splošne cilje ankete ter korist, ki jo bo anketa imela za anketiranca. Predstavite tudi institucijo, ki je za anketo odgovorna.
   - Prva vprašanja naj bodo **zanimiva**, da dvignejo zainteresiranost, pa tudi vmes naj se pojavljajo zanimivejše točke.
   - **Vrstni red vprašanj:** začnite z enostavnejšimi vprašanji, šele potem gremo na sestavljena in težja vprašanja.
   - Vprašanja naj bodo **jasna, enostavna, konkretna** (na primer: Kaj običajno delate zvečer? vprašamo Kaj ste delali včeraj zvečer? ...).
   - Vprašanja naj **ne izražajo določenih stališč** (Ali mislite, da ...?).
   - Vprašanja naj bodo **pozitivno naravnana** oziroma če določen del vprašanja izraža negativno stališče, mu lahko primaknemo del s pozitivnim stališčem.
   - Pri oblikovanju anket pazimo, da so **črke dovolj velike**.
6. Sestavite osnutek od 20 do 30 vprašanj.

Delovni list 1

Razumevanje podjetniških elementov TV-oglasa

Navodilo

Danes si boš ogledal/a štiri TV-oglase. Za vsakega poskušaj čim natančneje odgovoriti na vprašanja:

TV-oglas št. 1 - _____

1. Kateri izdelek (skupino izdelkov) oglašuje TV-oglas?

   _____

2. Za katero ciljno skupino kupcev (možni kupci, sedanji kupci, vplivneži, posamezniki, skupine, celotno prebivalstvo) je TV-oglas izdelan? Utemelji:

   _____

3. Kateri od spodaj navedenih ciljev je v TV-oglasu kupcu vabilo, da bo izdelek kupil:
   a) vzbujanje pozornosti
   b) zanimanje za izdelek
   c) želja za nakup
   d) dopolnjevanje informacij o izdelku
   e) oblikovanje prednosti izdelka
   f) dejanje/nakup/sklenitev posla
   g) opominjanje

4. Pri oblikovanju sporočila TV-oglasa je vsebina sporočila usmerjena na enega od spodnjih pozivov (obkroži in utemelji):
   a) razumski – utemeljitev: _____
   b) čustveni – utemeljitev: _____
   c) moralni – utemeljitev: _____
   d) oblikovanje sporočila – utemeljitev: _____
   e) sporočilo posreduje znana oseba – utemeljitev (izkušnje): _____

5. Za katero vrsto oglaševanja gre:
   a) obveščevalno oglaševanje
   b) prepričevalno oglaševanje
   c) primerjalno oglaševanje
   d) opominjevalno oglaševanje
   e) okrepitveno oglaševanje

6. Kateri predstavitveni način vsebine je uporabljen v tem TV-oglasu:
   a) izsek iz življenja
   b) življenjski slog
   c) domišljija
   d) vzdušje ali podoba
   e) glasbeni oglasi
   f) osebnostni simboli
   g) tehnično mnenje
   h) znanstveni dokazi
   i) pričevanje

7. Ali oglas upošteva temeljna načela etike pri oglaševanju?
   ☐ DA ☐ NE
   Utemelji: _____

8. Katero osnovno sporočilo si zaznal/a v TV-oglasu?

9. Kaj ti je bilo posebno všeč pri TV-oglasu?

10. Kaj ti ni bilo všeč pri TV-oglasu?

Delovni list 2

Vsebinsko načrtovanje TV-oglasa

Navodilo:

Pri oblikovanju TV-oglasa ti bodo v pomoč vprašanja, ki te bodo spomnila na osnovne elemente dobrega oglaševanja. Spodaj navedena vprašanja ti bodo v pomoč pred pisanjem scenarija pri poslovni informatiki.

1. Kateri izdelek/skupino izdelkov izbranega podjetja boš oglaševal/a?

2. Zakaj si se odločil/a ravno za ta izdelek/skupino izdelkov? (utemelji na podlagi analize ankete)

3. Za katero ciljno skupino kupcev (možni kupci, sedanji kupci, vplivneži, posamezniki, skupine, celotno prebivalstvo) boš načrtoval/a tvoj oglas?

   Utemelji: _____

4. Od spodaj navedenih ciljev izberi in utemelji tistega, ki bo za tvojega kupca glavno vabilo, da bo izdelek kupil:

   a) vzbujanje pozornosti
   b) zanimanje za izdelek
   c) želja za nakup
   d) dopolnjevanje informacij o izdelku
   e) oblikovanje prednosti izdelka
   f) dejanje/nakup/sklenitev posla
   g) opominjanje

   Utemelji izbiro: _____

5. Pri načrtovanju sporočila TV-oglasa boš vsebino sporočila usmeril/la na enega od spodnjih pozivov (obkroži in utemelji):

   a) razumski – utemeljitev: _____
   b) čustveni – utemeljitev: _____
   c) moralni – utemeljitev: _____
   d) oblikovanje sporočila – utemeljitev: _____
   e) sporočilo posreduje znana oseba – utemeljitev (izkušnje): _____

6. Katero vrsto oglaševanja boš uporabil/a pri načrtovanju TV-oglasa:

   a) obveščevalno oglaševanje
   b) prepričevalno oglaševanje

c) primerjalno oglaševanje

d) opominjevalno oglaševanje

e) okrepitveno oglaševanje

Utemelji izbiro: _____

7. Obkroži, kateri predstavitveni način vsebine boš uporabil/a v tvojem TV-oglasu in ga na kratko opiši:

a) izsek iz življenja

b) življenjski slog

c) domišljija

d) vzdušje ali podoba

e) glasbeni oglasi

f) osebnostni simboli

g) tehnično mnenje

h) znanstveni dokazi

i) pričevanje

Opis izbranega predstavitvenega načina: _____

8. Na kratko razloži, zakaj bo tvoj TV-oglas izzval željo po nakupu pri kupcih?

9. Katero osnovno sporočilo bo posredovano v tvojem TV-oglasu?

10. Katero konkurenčno prednost izdelka boš poudaril/a v tvojem TV-oglasu?

11. Kateri slogan bo zaznamoval tvoj TV-oglas?

Navodila za izdelavo oglasa

NAVODILA ZA DELO

1. Izberite si trženjski problem.
2. Prijavite temo.
3. Napišite scenarij.
4. Pripravite vse potrebno gradivo za TV-oglas (posnemite video, slike, poiščite ustrezno glasbo).
5. Pripravi nov projekt v Movie Makerju z imenom IME PRIIMEK.
6. Uvozi svoje avtorsko gradivo (slike, film, zvok) v ta projekt.
7. Sestavi film tako, da postavljaš posamezne predmete v snemalno knjigo.
8. Vstavi naslovno (naslov filma) in odjavno špico (avtor, šola, kraj in datum, nastopajoči, režija, snemalec, mentor, drugo ...).
9. Odseke opremi z ustreznim besedilom.
10. Določi različne prehode /transitions/ med odseki.
11. Izberi učinke /effects/ na posameznih odsekih.
12. Vstavi zvočne posnetke za ozadje filma ali po potrebi odstrani zvok iz filma.
13. Za začetek in za konec predvajanja filma uporabi odtemnitev/zatemnitev.
14. Projekt večkrat shrani.
15. Shrani film v najboljši kakovosti z imenom IME PRIIMEK.
16. Projekt in film kopiraj še na učiteljev računalnik v mapo 3bET FILM (rezerva!).

KRITERIJI ZA OCENJEVANJE

Ocenjujem: celovitost sporočila izdelka (kaj ste želeli predstaviti), notranjo zgradbo, tehnično dovršenost (kakovost slik, posnetkov in zvoka), oblikovno dovršenost izdelka, izvirnost ideje, čas in napor, ki je bil potreben za izdelavo projekta.

Izdelek boste oddali _____, za delo imate na razpolago _____ šolskih ur, izdelke pripravljate samo v šoli in ne doma.

Vsak mora pripraviti svoj izdelek, neoddan izdelek je ocenjen z nezadostno oceno.

Prijava teme TV-oglasa



avtor	
mentor	
opredelitev teme	
opredelitev namena	
ciljna publika	
kratka vsebina	
datum prijave	
rok za oddajo izdelka	

Scenarij za film



naslov filma	
izbrano podjetje	
izbrani izdelek/storitev	
kratka vsebina	
režija	
strokovni sodelavci	
snemalci	
rekviziti	
igralci	
glasba	
vsebina po posameznih kadrih	
	1.
	2.
	3.

Kriteriji za vrednotenje izdelanega multimedijskega reklamnega sporočila – podjetništvo

Ime in priimek: _____

Kriteriji za vrednotenje predstavljenega multimedijskega reklamnega sporočila:

Nezadostno (1)	Zadostno (2)	Dobro (3)	Prav dobro (4)	Odlično (5)
do 35	36 - 44	44 - 52	53 - 62	63 - 70

Opisni kriteriji za vrednotenje predstavljenega multimedijskega reklamnega sporočila za:

PODROČJE SPREMLJANJA	v celoti 5 točk	delno 3 ali 4 točke	neustrezno/slabo 0–2 točki
Izbira oglaševalnega izdelka je jasno postavljena.			
Oglas je namenjen posamezni ciljni skupini kupcev.			
Povabilo za nakup izdelka je upoštevano.			
Vsebina sporočila je jasna.			
Vsebina sporočila spodbuja porabnika k dejanju/nakupu.			
Cilj komuniciranja je jasno postavljen.			
Osnovno sporočilo je povezano s koristnostjo izdelka.			
Učinek sporočila je pozitiven.			
Upoštevanje etičnega oglaševanja.			
Izvirnost ideje v oglasu je novost.			
Dijak je upošteval navodila.			
Dobro izdelan načrt oglaševanja.			
Jasnost/celovitost sporočila.			
Dijak je upošteval čas oddaje načrta.			

Število doseženih točk: _____ Ocena: _____

Kriteriji za vrednotenje izdelanega multimedijskega reklamnega sporočila – informatika

Ime in priimek: _____

Kriteriji za vrednotenje predstavljenega multimedijskega reklamnega sporočila:

Nezadostno (1)	Zadostno (2)	Dobro (3)	Prav dobro (4)	Odlično (5)
do 35	22 - 27	28 - 33	34 - 39	40 - 45

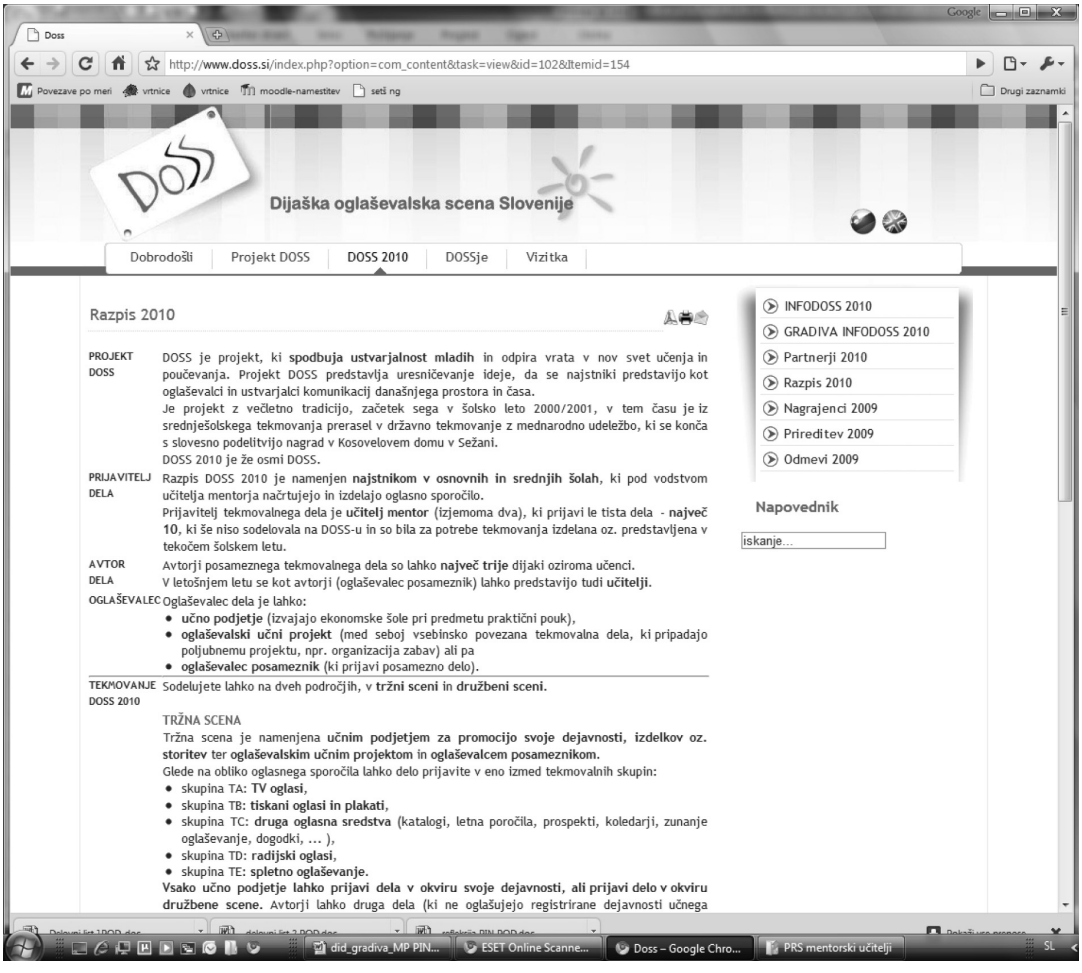
Opisni kriteriji za vrednotenje predstavljenega multimedijskega reklamnega sporočila za:

PODROČJE SPREMLJANJA	v celoti 5 točk	delno 3 ali 4 točke	neustrezno/slabo 0–2 točki
Celovitost sporočila izdelka.			
Scenarij.			
Notranja zgradba.			
Tehnična dovršenost (kakovost slik, posnetkov in zvoka).			
Oblikovna dovršenost izdelka.			
Izvirnost ideje.			
Dijak je upošteval navodila.			
Vložen trud.			
Dijak je upošteval čas oddaje oglasa.			

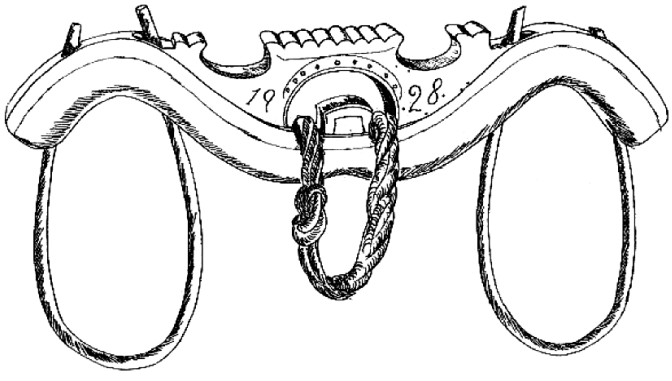
Število doseženih točk: _____ Ocena: _____

Državno tekmovanje v oglaševanju

Prijava na tekmovanje na naslovu http://www.doss.si



Na naslovnici



JAREM, lesena priprava za vprego goveje živine. Alpski Slovani so jarem poznali verjetno ob naselitvi ali prej. Skozi stoletja so ga kmetje in gospostva uporabljali tam, kjer so vozili oz. orali z voli ali (redkeje) s kravami, in to do takrat, ko so živali pri delu zamenjali stroji. Jarem so uporabljali v vseh slovenskih pokrajinah. Največkrat so jih izdelovali doma. Pogosto so jih krasili z rezljanjem – okrašen jarem je najbrž izražal željo po veljavi vprege in njenega lastnika.

(povzeto po: Baš, A. (ur.) (2004): Slovenski etnološki leksikon. Ljubljana: Mladinska knjiga, str. 187)

ISBN 978-961-234-852-6
9 789612 348526