

ГИМНАЗИЈА
РАЗРЕД: СВИ РАЗРЕДИ
СМЈЕР: СВИ СМЈЕРОВИ
ФАКУЛТАТИВНИ ПРОГРАМ: ОСНОВИ ПРЕДУЗЕТНИШТВА

Годишњи број часова: 36

Седмични број часова: 1

СВРХА НАСТАВНОГ ПРЕДМЕТА

- Развој предузетничког начина размишљања, препознавање прилика и потреба тржишта, дизајн нових производа.
- Развијање критичког размишљања и понашања у свакодневном животу и раду.
- Подстицање на покретање и остварење властитих послових идеја и бизниса.

ОПШТИ ЦИЉЕВИ ПРЕДМЕТА

- Разумијевање значаја предузетништва у савременом друштву и његов утицај на различите сфере живота.
- Развијање комуникацијских вјештина, склоности тимском раду и способности презентовања сопствених идеја и намјера.
- Развијање истрајности, тачности, правовремености у рјешавању задатих обавеза и раду.
- Подстицање критичког размишљања и аналитичности за обављање преузетих обавеза.
- Примјена стечених знања у покретању посла и његовом развијању.

ПОСЕБНИ ЦИЉЕВИ ПРЕДМЕТА

- Усвајање основних теоријских знања о појму и значају предузетништва, као и мотивима предузетника.
- Упознавање предузетничких компетенција и њихов значај за успјешног предузетника.
- Усвајање основних знања о предузећу, његовим институционалним и организационим облицима.
- Препознавање и процјена предузетничке идеје.
- Упознавање са законима тржишта, улогом тржишта и техникама истраживања на тржишту.
- Усвајање елементарних знања из маркетинга, маркетиншког приступа пословању и елемената маркетинг микса.
- Усвајање основних теоријских знања из економије.
- Схватање улоге и важности финансијског извјештаја у пословању предузећа.
- Упознавање са поступком израде бизнис плана.

- Развијање свјести о улози и значају бизнис плана.
- Усвајање оснивних знања из менаџмента.

НАСТАВНЕ ТЕМЕ:

- 1. Појам и врсте предузетништва**
- 2. Истраживање тржишта**
- 3. Бизнис план**
- 4. Тимски рад и лидерство**

Наставна тема: Појам и врсте предузетништва			
Исходи учења	Активности ученика	Међупредметно повезивање	
Ученик ће бити способан да: - разликује класично од start up предузећа; -наброји фазе развоја start up предузећа; -креира активности у свакој фази развоја start up предузећа; -стечена знања о start up предузећима примјени за развој модела свог start up предузећа; -разликује различите могућности финансирања пројекта.	Ученик ће: - направити модел оснивања и вођења start up предузећа: - да истражује могућности финансирања (пројектни конкурси, помоћ институције, партнерство).	Предмет: Српски језик и књижевност Географија	Тема: - Језичка култура - Географски информациони системи

Наставна тема: Истраживање тржишта			
Исходи учења	Активности ученика	Међупредметно повезивање	
Ученик ће бити способан да: - кроз Lean Canvas модел развија производ; - идентификује проблеме који циљна група има; - изврши сегментацију тржишта; - анализира постојећа рјешења и конкуренцију; - објасни како карактеристике маркетинг микса користи за развој своје идеје;	Ученик ће: - осмислити производ, идеју или проблем који треба ријешити. Ученик или група ученика раде на идеји кроз кораке: - идентификовати проблем који ће ријешити; - истражити циљне групе на које се односи уочен проблем;	Предмет: Српски језик и књижевност Географија Математика	Тема: - Језичка култура - Становништво и насеља - Основне економско-географске одлике свјетске привреде - Статистички модели зависности

- дефинише канале за промоцију производа; - развија производ који ће ријешити проблем; - направи финансијску конструкцију; - истражи тржиште кроз разговоре са потенцијалним корисницима о проблему и предложеном рјешењу; - просуди кад су испуњене претпоставке за уговарање продаје.	- разговарати са потенцијалним корисницима како би утврдили колико је проблем стваран; - се фокусирати на најмање могуће рјешење које рјешава главни проблем; - креирати једноставне прототипове за тестирање; - одредити мјерљивост успјеха производа; - одредити путање до корисника; - умјесто на „све људе“ циљати на специфичну групу, кориснике производа; - пописати све трошкове, фиксне и промјенљиве који су неопходни за израду производа; - осмислити структуру прихода; - дефинисати модел наплате (претплата, оглашавање, куповина поузећем).		
---	---	--	--

Наставна тема: Бизнис план			
Исходи учења	Активности ученика	Међупредметно повезивање	
Ученик ће бити способан да: - наброји основне елементе бизнис плана; - препознаје битне карактеристике сваког елемента бизнис плана; - анализира могућност реализације његовог пословног концепта; - изврши финансијскоу анализу бизнис плана; - наведе могуће изворе финансирања пословног концепта (пројекти); - препозна могуће препреке у реализацији бизнис плана; - презентује могућност развоја пословне идеје; - предвиђа утицај пословног концепта на улогу у друштвеној заједници; - класификује европске пројекте и фондове помоћу којих може реализовати свој бизнис план; - изради пројектни приједлог за конкурисање у фондовима за финасирање производа; - прикупи пројектну документацију за учешће на конкурс.	Ученик ће да: - направи бизнис план за неку своју самосталну идеју; - презентује бизнис план; - напише пројекат за конкурисање у фондовима за финасирање производа.	Предмет: Српски језик и књижевност Рачунарство и информатика	Тема: • Језичка култура • Једнодимензионални и дводимензионални низови

Наставна тема: Тимски рад и лидерство			
Исходи учења	Активности ученика	Међупредметно повезивање	
Ученик ће бити способан да: - примјењује вјештине пословне комуникације; - користи основе психологије комуникације; - развија комуникациону стратегију за промоцију свог производа; - наведе особине доброг лидера; - изабере начин вођења личног брендинга.	Ученик ће да: - учествује у симулацији преговора између продавца и купца око буџета и рокова; - тумачи невербалне сигнале (говор тијела, тон гласа, изразе лица); - припреми презентацију на тему која је актуелна за пословање (нпр. Како покренути Start up); - анализира случајеве у стварним предузећима, грешке у комуникацији, шта је добро, а шта лоше урађено; - развије комуникационе стратегије за промоцију производа које се свode на одговоре на питања како, коме и шта ћемо рећи да бисмо постигли жељени резултат; - предузме активности на контролисању начина како га други доживљавају (израда визуелног идентитета, дигитална присутност и садржај) - ради на остваривању квалитетне комуникације и умрежавању.	Предмет: Српски језик и књижевност	Тема: • Језичка култура

Дидактичко-методичка упутства и препоруке

Обрадом наставне теме Појам и врсте предузетништва важно је да ученици схвате кључне концепте за разумијевање теме, да start up предузеће мора бити способно да повећа приходе много брже него што повећава трошкове. Класично предузеће може да финансијски стагнира, јер мора нпр. отворити нови погон на новој локацији, али start up предузеће може имати исте трошкове развоја без обзира да ли има 100 или 10 милиона корисника. Класично предузеће зна шта продаје док start up предузеће не зна тачно шта продаје док се не докаже на тржишту. Start up је по дефиницији привремена организација. Његова сврха је да пронађе успјешан модел, а онда се трансформише у класичну компанију (нпр. Facebook, Google), или да се прода.

У почетку, методом „можданих олуја“ утврдити предзнања ученика из предузетништва везано за класична и start up предузећа. Кориштењем интернета пронаћи садржаје који описују настанак и развој успјешних start up предузећа. Приликом објашњавања разлике у примарном циљу указати да се код класичних предузећа преферира профитабилност и стабилност од првог дана, а код Start up предузећа брзи раст и доминација на тржишту. Приликом показивања разлике између бизнис модела класичног и start up предузећа важно је указати да је први познат, тестиран и стабилан, док је други непознат, у фази претраге и експериментисања. Раст код класичног предузећа је линеаран и постепен. На примјер, планира се отварање једне локације годишње, док је код Start up предузећа експоненцијалан, а циљ је раст од десет или сто пута у кратком временском периоду. Код финансирања је важно разликовати начине финансирања класичних предузећа који се финансирају из личних средстава, банкарских кредита или из већ стеченог профита, док код Start up предузећа финансирање зависи од улагача, који прихватају висок ризик улагања али и висок профит. Код ризика још је важно напоменути да су у класичном предузећу ризици релативно ниски, док је код start up предузећа ризик изузетно висок. Врло је важно обрадити и иновативност, као битну карактеристику успјешног предузећа. Код класичног предузећа фокус је на ефикасности и побољшању постојећих процеса, док је код start up предузећа фокус на потпуно новом рјешењу. Потребно се осврнути на излазак на тржиште, гдје се код класичног предузећа често води као породични бизнис, а производ се продаје за профит, а код start up предузећа излазак на тржиште иде кроз продају производа великој корпорацији или акција на берзи. Битно се осврнути и на начин вођења предузећа, које је код класичног предузећа хијерархијско, фокус је на процесима и стабилности запослених, а код start up предузећа је фокус на брзини, експериментима и ризичности. Израдом презентације компетенција предузетника ученици треба да упореде своје компетенције и компетенције успјешних предузетника и сагледају која знања, идеје, вјештине и способности имају, а које им недостају за покретање пословних активности. Аналитичност, самокритичност и објективност треба да буду водиле у провођењу активности. Наставник ће усмјеравати ученике на релевантне сајтове и стручну литературу за садржајнију презентацију. Обрадом форми предузећа као правне, организационе и структуралне организације потребно је ученике усмјерити на Закон о предузећима Републике Српске да се виде које су карактеристике појединих облика. Такође, ученици требају да спознају улогу власничке форме у вођењу друштва. Истовремено ученици треба да истраже

на које све начине држава подстиче развој предузетништва, подстицаје за запошљавање, start up предузећа, инкубаторе, технолошке паркове и сл. чиме се развија и емпатија према друштву и окружењу у цјелини.

Обрадом техника за избор пословних идеја ученици се усмјеравају на размишљање шта би могло бити њихова орјентација у будућности. Идеје треба реално сагледати развијајући самокритичност и склоност ученика ка тимском раду након чега би се усмјерили на технике истраживања тржишта.

Презентовањем техника истраживања тржишта наставник треба да усмјери ученике на израду упитника, провођења истраживања, обраду података из истраживања и вредновање добијених резултата у реализацији пословних идеја за њихов бизнис план. Активности треба спроводити формирањем група како би се развијао тимски рад и усмјереност учесника једних на друге истичући важност подјеле посла и уважавање доприноса свих учесника. Комуникација између наставника и тимова, као и чланова тима мора бити двосмјерна.

Проблеме који се буду појављивали треба препознати и презентовати као шансу и тражити рјешења која могу престављати компаративне предности.

Обрадом теме Бизнис план наставник треба да усмјерава ученике на развијање њихове пословне идеје у могући пословн концепт и припрему израде бизнис плана. Користећи стручну литературу и презентације са интернета припремити ученике за израду бизнис плана њихових пословних идеја користећи принцип од општег ка посебном.

Обрађујући појмове тржишта, дефиниције, подјеле и законе тржишта апострофирати сегментацију тржишта усмјеравајући ученике на препознавање њиховог сегмента тржишта. Потребно је да ученици израде упитник за истраживање свог сегмента тржишта, спроведу истраживање кроз рад група на терену, обраде добијене податке и презентују добијене резултате кроз израду презентација.

Анализирајући карактеристике робе и услуга ученици треба да се усмјере на препознавање особина везаних за производ-услугу која је примарна за њихову пословну идеју.

Елементе маркетинг микса за робу 4П потребно је проширити са елементима маркетинг микса за услуге 7П. Користећи интернет наставник треба да усмјери ученике за израду презентације примјене елемената маркетинг микса за њихове пословне идеје. Коментарима и дискусијом ученике треба довести до закључка о маркетиншком приступу пословања гдје се купац, потрошач ставља на прво мјесто и да активности пословања требају бити усмјерене на препознавање и задовољавање потреба потрошача. Све активности би требале да воде ка изради маркетинг плана пословне идеје.

Кроз дискусију и потенцирања самосталног истраживања обрадити појмове трошкова, утрошака и калкулације цијена. Кроз израчунавање цијене коштања потребно је навести ученике на закључивање о улози тржишта у цијени продаје производа и услуга. Дефинисање продуктивности, рентабилности и економичности повезати са конкретним примјерима. Обрадом појмова ликвидности, солвентности и кешфлоа увести ученике у елементе финансијског извјештаја и пословања. Ученици треба да препознају основе састављања и читања финансијских извјештаја у пословању предузећа.

У процесу израде Бизнис плана акценат ставити на тимски рад и подјелу посла унутар тимова. Кроз презентацију основних елемената бизнис плана наставник треба да подстане ученике на самостално истраживање на интернету и стицање знања о другачијим примјерима израде бизнис планова. Анализом урађених бизнис планова треба нагласити важност постојања било каквог плана због могућности вршења корективних активности на испуњењу постављених циљева. Израду и презентацију Бизнис плана радити на рачунару у препорученим програмским апликацијама и презентовати пред одјељењем. Презентацијом и јавним излагањем ученици треба да развијају вјештине комуникације и појављивања испред аудиторијума. Ученици ће бити у стању да аплицирају за средства за пројекте кроз неколико кључних фаза, од почетне идеје до саме пријаве и реализације, иако се специфични захтјеви разликују зависно од извора финансирања (државне субвенције, ЕУ фондови, инкубатори). Кораци које овај процес обично укључује су дефинисање проблема, рјешење, анализа тржишта, шта вас чини јединственим, израда пословног плана, пријава пројектног приједлога, прикупљање пратеће документације, слање пријаве и праћење. Ако пријава прође први филтер, слиједе даље активности. То су интервјуи и презентације, достављање додатних информација. На крају предстоји потписивање уговора и реализација. Обрадом теме Тимски рад и лидерство ученици треба да развију свјест о важности и улози запослених у пословним свијету. То су кључне вјештине које су примјениве у свим аспектима будућег живота и рада. Један од главних разлога је припрема за радно мјесто. Послодавци траже људе који знају сарађивати, рјешавати конфликт унутар тима. Школа је окружење гдје се те вјештине могу вјежбати без страха од губитка посла. Веома је важно развијање емоционалне интелигенције. Тимски рад учи ученике емпатији, активном слушању и поштовању различитих ставова. Када ученик преузме улогу лидера у школском пројекту, учи како организовати вријеме, како да изабере задатке и носити се са одговорношћу за успјех или неуспјех пројекта. Тако гради самопоуздање. Ученици треба да кроз дискусију препознају особине доброг лидера и пронађу примјер у неком од успјешних предузећа из окружења, уоче знања, вјештине и способности које користе да остваре компаративну предост на тржишту. Посебну пажњу посветити врсти и начину комуникације коју користе лидери као и препрекама које се могу појавити у комуникацији. Активности требају бити усмјерене на симулацију преговора између продавца и купца око буџета и рокова, развијање модела комуникације у кризним ситуацијама, да тумачење невербалних сигнала (говор тијела, тон гласа, изразе лица), анализирање случајева у стварним предузећима, грешке у комуникацији, шта је добро, а шта лоше урађено. Врло је важно да ученик развије комуникационе стратегије за промоцију производа, а које се свде на одговоре на питања како, коме и шта ћемо рећи да бисмо постигли жељени резултат. Врло важна компонента у бизнису данас је и лични брендинг, јер прије него што неко закаже или одржи састанак, уобичајено је да се упозна на мрежама о будућем саговорнику. Зато је кључно за професионални успјех да се издвојите, да људи запамте вас, а не само ваша знања. Добро дефинисан бренд показује ваш јединствени стил вриједности и приступ. Ученик треба бити способан да предузме активности на контролисању начина како вас други доживљавају. Активности које ће се радити су самоспознаја у смислу да ученици прво упознају себе, кључне вриједности које их покрећу, израде визуелни идентитет (логотип, фотографија и презентација), остваре дигиталну присутност са садржајима (управљање друштвеним мрежама, креирање корисног садржаја, едукација о дигиталном отиску), комуникацију и умрежавање (нпр. ученик има 30 секунди да представи себе и своју идеју на увјерљив начин).