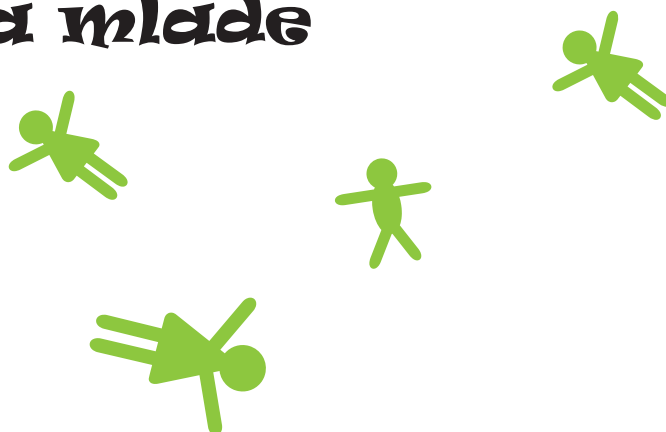
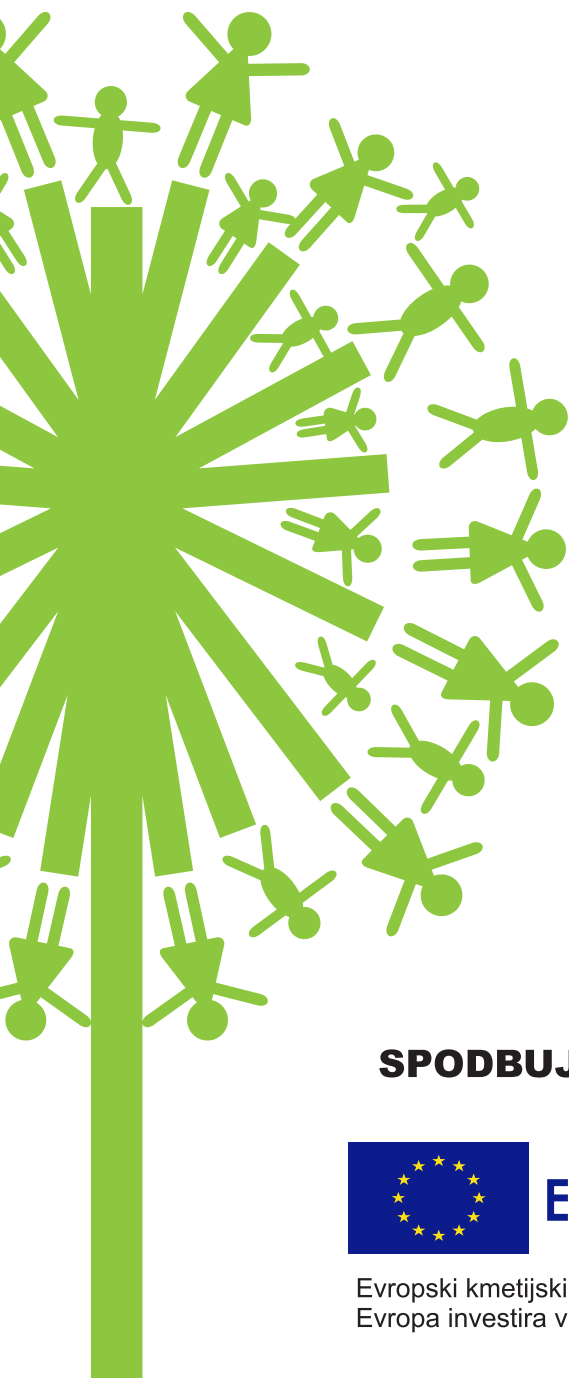


PRIROČNIK ZA IZVAJALCE

PODJETNIŠKIH DELAVNIC

za mlade



semenaprihodnosti

SPODBUJANJE PODJETNIŠTVA MLADIH



Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja.
Evropa investira v podeželje



PRIROČNIK ZA IZVAJALCE **PODJETNIŠKIH DELAVNIC** **za mlade**

Jolanda Gobec, Verbena, d.o.o.

Priročnik je nastal v sodelovanju:

Irena Černelč, Jasmina Glibe, Emilija Šterlek - **Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli**

Katarina Cegljar - **Mladinski center Krško**

Andreja Dragovan, Vanja Ivačič Kolar, Stane Dragovan - **Osnovna šola Bistrica ob Sotli**

Mateja Mandl - **Osnovna šola Krmelj**

Vesna Hrovat - **Zavod Otok**

Priročnik za izvajalce podjetniških delavnic za mlade (Jolanda Gobec)

Uredil: Irena Černelč, Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli

Lektorirala: Zvonka Kajba

Oblikovanje: David Černelč

Naklada: 25 kom

Izdalo in založilo: Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli, zanj Andrej Černelč, predsednik Bistrica ob Sotli, avgust 2013

Nosilec: Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli.

Parterji: Občina Bistrica ob Sotli, Osnovna šola Bistrica ob Sotli, Mladinski center Krško, Osnovna šola Krmelj, Zavod Otok, Društvo mladinski center Radeče ter kmetije Rogina, Jazbec in Domitrovič

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

658-053.6(035)
GOBEC, Jolanda

Priročnik za izvajalce podjetniških delavnic za mlade / [avtor besedila Jolanda Gobec; spremna beseda Jolanda Gobec in Irena Černelč]. - Bistrica ob Sotli: Mladinsko društvo, 2013

ISBN 978-961-281-152-5
ISBN 978-961-281-153-2 (pdf)
1. Gl. stv. nasl.
268741120



Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja.
Evropa investira v podeželje

Projekt *Semena prihodnosti – spodbujanje podjetništva mladih* je sofinanciran s pomočjo Evropskega kmetijskega sklada za razvoj podeželja. Za vsebino informacij odgovarja LAS Posavje. Organ upravljanja za Program razvoj podeželja RS za obdobje 2007- 2013 je Ministrstvo za kmetijstvo in okolje RS.)



Priročniku na pot

S projektom Semena prihodnosti – spodbujanje podjetništva mladih spodbujamo podjetništvo in zaposlitvene možnosti že od osnovnošolskih let dalje. V okviru projekta smo organizirali usposabljanje, namenjeno izvajalcem podjetniških delavnic za osnovnošolce in podjetniških srečanj za mlade. Usposabljanje je vodila Jolanda Gobec iz podjetja Verbana, d.o.o., ki si je v desetletjih nabrala bogata znanja in izkušnje tako z vodenjem lastnega podjetja, sodelovanja pri Obrtni zbornici, predvsem pa z dolgoletnimi izkušnjami vodenja podjetniških delavnic za osnovnošolce in sredješolce.

Skozi usposabljanje smo udeleženci osvojili temeljna znanja o podjetništvu. Osredotočili smo se predvsem na metodo dela s ciljnimi skupinami ter se posvetili pripravi priročnika, ki bo v pomoč bodočim izvajalcem podjetniških delavnic za osnovnošolce oziroma srečanj za mlade.

V sklopu projekta bodo podjetniške delavnice pilotsko potekale v treh posavskih osnovnih šolah, ki se bodo ob zaključku projekta med sabo pomerile na tekmovanju za najboljšo podjetniško idejo, nastalo tekom delavnic. Pripravili bomo tudi zgoščena podjetniška srečanja mladih (dijaki, študenti, mladi brezposelni, mladi prevzemniki kmetij ipd.), ki bodo potekala v mladinskih centrih v Bistrici ob Sotli in Krškem.

Poudarek priročnika je na spodbujanju in razvijanju podjetniških lastnosti. Namenjen je vsem učiteljem osnovnih šol, mladinskim delavcem, pa tudi mladim vseh starosti, ki se pripravljajo na življenje in delo v različnih poklicih. Priročnik smo zasnovali tako, da izvajalca vodi po posameznih fazah, od katerih je najpomembnejša tista o iskanju idej, njihovo preverjanje in končna odločitev za tisto idejo, ki lahko postane podjetniška priložnost. Vključili smo tudi preprost poslovni načrt kot sredstvo za preverjanje poslovne ideje, ki mora biti vodilo vsakega podjetnika.

Vsem izvajalcem, ki bodo priročnik uporabljali, želimo veliko zadovoljstva pri delu z mladimi, da jim bo mentorstvo v veselje, saj bodo le tako ustvarili vzdušje, v katerem se burijo možgani, rojevajo nove ideje in ustvarjajo pogoji za razmišljanje o podjetništvu, v katerega lahko vstopi vsak, ki ima vsaj nekaj podjetniškega duha.

Bistrica ob Sotli, 30. junij 2013





KAZALO

1. PRIPRAVE	7
1.1. VSEBINSKA PRIPRAVA ZA SKUPINO UČENCEV	7
1.2. VSEBINSKA PRIPRAVA ZA SKUPINO OSTALIH MLADIH	7
1.3. TEHNIČNA PRIPRAVA	7
2. SPOZNAVANJE	9
2.1. PREDSTAVITEV PODJETNIŠKE DELAVNICE	9
2.2. SPOZNAVANJE SKUPINE	9
2.3. UDARNI ZAČETEK	9
2.4. NOVI POJMI	9
3. PODJETNIK, PODJETJE	11
3.1. SPOZNAVANJE OSNOVNIH POJMOV	11
3.2. PODJETNIŠKI PLAKAT	11
3.3. ZGODBA ZNANEGA PODJETNIKA	12
3.4. OBISK PRI PODJETNIKU	13
4. PODJETNIŠKE IDEJE	15
4.1. ISKANJE IDEJ	15
4.2. ZORENJE IDEJ	15
4.3. PREVERJANJE IDEJ	16
5. POSLOVNI NAČRT (PN)	18
5.1. PREDSTAVITEV IZBRANE IDEJE IN DELITEV NALOG	18
5.2. VODJA POSLOVNEGA NAČRTA	18
5.4. SKUPINA ZA PROIZVODNJO	19
5.5. SKUPINA ZA EKONOMIKO OZ. FINANCE	19
5.6. ZAKLJUČEK POSLOVNEGA NAČRTA	19
6. ZABAVNO IN RAZGIBANO	21
6.1. IGRA PAROV	21
6.2. PREŽIVETJE V NENAVADNIH OKOLIŠČINAH	22
6.3. IGRA Z ŽOGO	22
6.4. SPOZNAVANJE SKUPINE	22
6.5. IGRA ZAUPANJA »SLEPEC«	23
6.6. SPUŠČANJE V ZNAK	23
6.7. METANJE NA KOŠ	23





6.8. DIHALNE VAJE	23
6.9. POVEŽEMO SE V KROG	23
6.10. KVIZ O PODJETNIŠTVU	23

7. SEZNAM UPORABLJENE IN PRIPOROČLJIVE LITERATURE IN VIROV	25
------------------------------------------------------------	----

8. PRILOGE	26
------------	----



1. PREPARARE





1. PRIPRAVE

1.1. Vsebinska priprava za skupino učencev

Mentor glede na ciljno skupino določi vsebino delavnice.

Če gre za **skupino osnovnošolcev oz. učencev**, je vsebina preprosta, poudarja prakso pred teorijo, zato je več pogovarjanja in manj pisanja. Delajo naj v glavnem v skupini, saj je tako večji nabor idej. Mentor poskrbi, da skupine niso stalne, ampak jih za vsako nalogo na novo oblikuje. Delovni listi so preprosti, ki naj jih dopolnjujejo z risbami, barvami. V tej starosti še ne razmišljajo ciljno o podjetništvu, saj to še ni njihov življenjski cilj. Zato jih je treba šele pripraviti na to, da začnejo podjetniško razmišljati. Pri iskanju idej, generiranju in izboru se najlažje poistovetijo z nekim izdelkom ali dogodkom.

Poslovni načrt ne gre v globino, zato skupina obdela le glavna področja: raziskava trga (anketa), material za izdelavo, preprosta kalkulacija za izračun cene, kje prodati, oglaševanje. Zelo radi idejo predstavijo javnosti, zato naj ta del ne manjka ob zaključku delavnice. Poudarek na javnem nastopu in komunikaciji na sploh je zato zelo pomemben.

1.2. Vsebinska priprava za skupino ostalih mladih

Skupina ostalih mladih (srednješolci, študenti, mladi brezposelni, mladi prevzemniki kmetij itd.) pa naj že bolj poglobljeno delajo; več je individualnega dela, ni pa nujno. Odvisno od skupine, zato mentor pripravi delovne liste praktično za vsako nalogo.

Ta skupina je prišla na delavnico z določenim ciljem (verjetno samozaposlitev, dodatni zaslužek, iskanje informacij), zato naj bo delo mentorja usmerjeno na ta cilj, ki naj ga razvijejo skozi preverjanje idej. Zato se v takšni skupini lahko zgodi, da bo imel vsak udeleženec svojo idejo, ki jo s pomočjo ostalih udeležencev preveri tako, da postane njegova podjetniška priložnost. In to je tudi smisel podjetniške delavnice.

1.3. Tehnična priprava

Mentor preveri prijavnice (za osnovnošolce soglasje staršev), naredi seznam in časovnico srečanj, v katero bo vpisoval prisotnost.

Predvsem pa:

- preveri obveznosti po pogodbi o izvajanju delavnice
- za vsako srečanje se pripravi
- obnovi vsebine
- pripravi ppt in opremo za projekcijo
- sestavi delovni list in ga razmnoži
- pripravi pripomočke (liste, barvice, flomastre, ravnilo, ...)
- preveri prostor, v katerem bo potekala delavnica (ogrevanje, zadostno število stolov in miz, svetloba, podaljšek za računalnik oz. projektor ipd.)
- preveri dostop v prostor (kdo ima ključ)
- po končanem srečanju uredi prostor, če je tako dogovorjeno



2. SPOZNAVANJE





2. SPOZNAVANJE

2.1. Predstavitev podjetniške delavnice

- kaj se bo dogajalo, kdaj in koliko časa bo trajala
- kaj je njen namen, praktična uporaba znanja, ki se pridobi
- delavnica kot priprava na izdelan poslovni načrt
- morda zaključek delavnice v obliki predstavitve poslovne ideje (prireditve na šoli, medšolsko tekmovanje, kviz o podjetništvu, podjetniški večer podjetnik – podjetniku ipd.)

2.2. Spoznavanje skupine

Mentor pove, da se bo vsak predstavil, najprej pove svoje ime; vsak naslednji ponovi imena vseh, ki so se predstavili pred njim. Če se udeleženci med seboj poznajo, mentor vključi v naslednjih krogih predstavitev po npr. hobiju (jaz sem vrtnarka) ali po znanem podjetniku (jaz sem Ivo Boscarol), pevcu (jaz sem rapar Trkaj), športniku (jaz sem Tina Maze) ipd.

Mentor v nadaljevanju ponovi še več krogov predstavljanja, tako da udeleženci povedo svoj poklic, izobrazbo, kaj počno v prostem času/kaj jih zanima, hobiji, najljubša hrana, barva, pričakovanja delavnice. Predstavi se tudi mentor.

Namen te vaje: zapomniti si imena ljudi v skupini, zmanjšanje napetosti, ustvariti prijetno vzdušje. Končni cilj je poslušanje in pomnjenje tega, kar so povedali predhodniki. Poudarimo, da je to zelo pomembno pri kasnejših izkušnjah v življenju: v šoli, družini, službi, poslu ...

2.3. Udarni začetek

Že na prvem srečanju mentor razburka vzdušje s tem, da predstavi udeležencem nalogo, ki naj bo izziv za pogum, iznajdljivost, npr.: eden izmed udeležencev naj se po telefonu dogovori za intervju naslednji teden z ravnateljem / direktorjem nekega podjetja / županom. Prostovoljec si s tem, ko se javi, prisluži manjšo pozornost, nagrado. Pri oblikovanju vprašanj za intervju sodelujejo vsi v skupini.

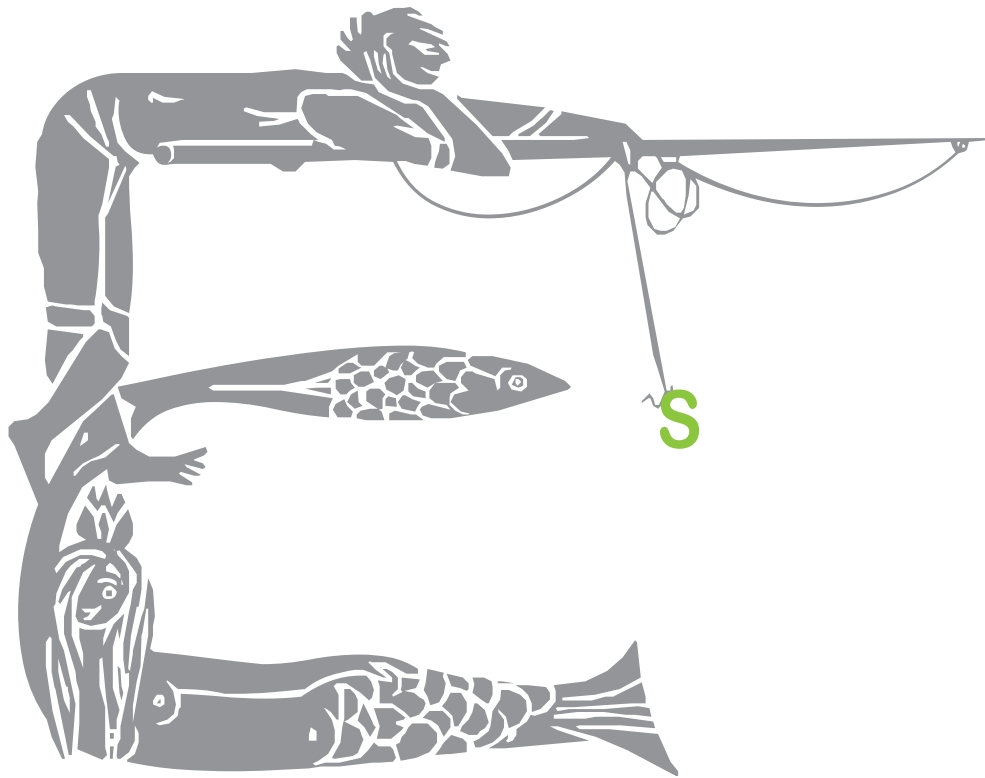
Namen vaje: nagraditi pogum, ostale pa spodbuditi, da se tudi sami aktivno vključijo v delavnico. Vprašanja so rezultat skupinskega dela, kar krepi kolektivni duh skupine.

2.4. Novi pojmi

Mentor mora jasno razložiti nove pojme v povezavi s podjetništvom, ki jih udeleženci srečajo na delavnici. Za osnovnošolce je pomembno, da nove pojme vpisujejo v podjetniški slovar (priloga št. 1). Utrjevanje podjetniških pojmov lahko pomeni tudi čas za ledolomilec, ko pade motivacija: z igro »vislice« utrjujejo podjetniške pojme.

Namen vaje: s ponavljanjem besed se novi pojmi vtisnejo v spomin, poglobi se razumevanje.





3. **PODIJETNIK**
PODIJETJE



3. PODJETNIK, PODJETJE

3.1. Spoznavanje osnovnih pojmov

Mentor se z udeleženci pogovarja o tem, kdo je podjetnik in kaj je to podjetje, kakšen naj bi bil podjetnik, kaj so to proizvodi in kaj storitve itd. V pomoč sta priložena delovna lista (priloga št. 2 in 3).

Namen vaje: to je prvo srečanje s poslovnim okoljem, zato naj mentor preprosto in na primerih razlaga nove pojme.

3.2. Podjetniški plakat

Mentor prinese velik list papirja, na katerega bodo **učenci** narisali podjetnika / podjetnico, ki bo na sredini miselnega vzorca. Razdeli naloge po skupinah, ki same izberejo vodje skupin. Dogovorijo se, kdo bo risal, pisal ... Spodbujamo jih, da sami ugotovijo posamezne sklope, ki jih bodo nizali okrog figure:

– lastnosti podjetnika: zaželenene lastnosti in tiste, ki to niso; vsako lastnost naj skupina zagovarja, lahko jih izrazijo tudi v obliki podob (nasmeh = prijaznost, zobje = jeza ipd.)

– dejavnost podjetnika oz. kaj lahko dela: tukaj mentor spodbuja, da ugotovijo kar najširši krog možnosti, s čim se podjetnik ukvarja in ustrezne poklice (avtomehanic, vrtnar, čebelar, frizer, zdravnik, programer, vzgojitelj, pek, kuhar, ribič, slaščičar, nogometaš, pokeraš, maser, trgovec itd.)

– kje dela podjetnik in kaj je to podjetje: ugotavljajo možnosti za delo, prodajo, proizvodnjo (delavnica, trgovina, pisarna, ordinacija, kmetija, učilnica, vozilo itd.)

– kje podjetnik prodaja: spoznavajo različne možnosti prodaje, od klasičnih (trgovina, prodajalna, po pošti, na sejmih, tržnice, razni dogodki in prireditve, katalogi, od vrat do vrat), do novejših (spletna prodaja – svoja stran, kuponi, oglasi, e-sporočila, facebook, twitter, ...)

– podjetja in podjetniki v lokalnem okolju: naštevajo trgovine, frizerske in kozmetične salone, prevoznike, kmete, gostince, gradbena podjetja, računalniške hiše itd.

– proizvod in storitev: ugotovijo in pripišejo, ali je neka dejavnost oz. delo proizvod ali storitev

Če obstaja možnost koriščenja računalniške učilnice na šoli, lahko namesto lista papirja oblikujejo lik podjetnika z uporabo računalniškega znanja.

Namen vaje: spodbuja razmišljanje o tem, kakšen mora biti človek, če želi uspeti kot podjetnik; ali je kakšna neprijetna lastnost, ki ni nujno, da je slaba za podjetnika, npr. trma, skopost





(varčnost) itd. Skozi vse vsebine mentor poudarja tudi pomen prodaje, saj se le na tak način podjetnik lahko preživlja, raste, investira, ...

Za skupine **učencev** naj se izpostavi pomen prodaje pred pomenom dobička, saj ima dobiček v sedanji gospodarski situaciji negativni prizvok. Zato se učencem poudarja, da je pomembno izdelek ali storitev prodati, saj še tako lepa torbica, kolo, aplikacija ... nimajo pomena, če ostanejo na skladiščni polici.

Mentor vsak nov pojem razloži, skupaj ga vpišejo v slovarček.

Če gre za skupino **drugih mladih** in ne osnovnošolcev, namesto risanja plakata mentor pripravi delovne liste, ki jih skupinsko ali individualno rešujejo. Teme si sledijo skozi štiri delovne liste tako, da udeležence vodijo od tega, da spoznajo svoje lastnosti, ki so podjetniški potencial, da določijo svoj cilj v življenju, ki ga znajo ovrednotiti in preveriti s SWOT analizo, osvojijo pa tudi nekaj osnov iz komuniciranja in kako se pripravi dobro predstavitev. Mentor spodbuja udeležence, da se je potrebno za vsak cilj potruditi. Seveda so nekateri koraki težji od drugih, zato z njimi odlašamo. In prav zato obstanemo na mestu. Strah nas je neznanih stvari, ker ne vemo, kaj nas čaka.

Rešitev: naredimo korak in odkrijmo, česa se bojimo! Saj veste: strah je okrog votel, notri ga pa nič ni.

Teme in delovni listi (vsak ima tudi pripravo za mentorja so naslednji:

- prepoznavanje sebe in svojih sposobnosti (priloga št. 4 in št. 5)
- določimo svoj cilj v življenju (priloga št. 6 in št. 7)
- preverjanje cilja (priloga št. 8 in št. 9)
- komuniciranje in javno nastopanje (priloga št. 10 in št. 11)

Mentor spomni: **komunikacija in sposobnost prodaje nista prirojene sposobnosti, ampak veščini, ki se ju da naučiti!**

3.3. Zgodba znanega podjetnika

Mentor pripravi / prebere besedilo, zgodbo, nato se o njej pogovorijo (priloga št. 12). Opredelijo lastnosti podjetnika, ki so botrovale uspehu. Podčrtajo procesne besede, to so besede, ki so bistvene za razumevanje zgodbe in ji dajo težo. Morda tudi sami poznajo kakšno zanimivo zgodbo o podjetniku – mentor jih spodbudi, da o tem govorijo, tudi o neuspešnih zgodbah, saj so ravno tako del vsakdana.

Namen vaje: približati resnične zgodbe podjetnikov, ki jih udeleženci spoznajo kot uresničljive, spoznajo jih kot ljudi iz mesa in krvi, ki imajo svoje slabosti, a vendar nekaj odločilnih lastnosti za uspeh.





3.4. Obisk pri podjetniku

Mentor pove, da je naslednja naloga obisk pri uspešnem podjetniku. Poteka burna razprava, koga bodo izbrali, argumenti za in proti. Končno mora priti do konsenza. Razdelijo si naloge: kdo ga bo poklical in se dogovoril za obisk, kdo bo postavljaj vprašanja, katera vprašanja itd. Mentor pripravi delovni list kot pripomoček za obisk in za vprašanja (priloga št. 13). To je tudi priložnost, da mentor vključi spoznavanje poklicev. Učenci naj tudi povedo, kaj zanima njih in na osnovi česa se odločajo za nadaljnje izobraževanje (priloga št. 14).

Namen vaje: to bo praktična izkušnja in spoznavanje resničnega podjetniškega okolja. Mentor pomaga z vprašanji, če se zatakne, sicer naj razgovor vodijo čim bolj samostojno. Povzetek naj napišejo vsi udeleženci.

Pri obravnavi poklicev je pomembno, da mentor spodbuja odločanje za poklic, ki nekoga veseli, ne pa zato, ker obstaja večja verjetnost zaposlitve. V življenju je idealno, da opravljamo poklic, ki nas izpolnjuje, da z veseljem delamo, kajti tudi plača ni prvo merilo zadovoljstva s službo. Največ šteje veselje do dela in pozitivno delovno okolje.





4. **PODJETNIŠKE** **IDEJE**



4. PODJETNIŠKE IDEJE

4.1. Iskanje idej

Mentor izpostavi, da se začenja možganska nevihta, v kateri bodo iskali novo, svežo idejo, ki jo bodo poskušali spraviti v življenje, jo prodati in s tem tudi zaslužiti. Vse ideje se sprejmejo, vsi predlogi se zapišejo, nikomur se ne posmehuje. Glasno naj predlagajo, se dopolnjujejo. Ideje lahko mentor sam zapisuje na tablo oz. liste, lahko pa določi enega ali dva pomočnika (glede na velikost skupine). Če se skupina ne opogumi, mentor pomaga tako, da izpostavi določeno področje, npr.: problem lokalnega prevoza, preživljanje prostega časa na podeželju, segrevanje ozračja, lokalna oskrba s hrano, tematska pot, vključitev v bližnje zdravilišče, ... Za vse te predloge naj najprej iščejo problem, nato izboljšanje in rešitev. Namesto listkov ali pisanja na tablo, lahko mentor pripravi liste, na katere se v razpredelnici zapišejo na eni strani ideje, nato izboljšanje le-teh oz. rešitev, nato pa še izbrano rešitev. Primer:

ideja	Izboljšanje/rešitev 1	Izboljšanje/rešitev 2	Izboljšanje/rešitev 3	Izbrana rešitev
-------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------

Namen vaje: mentor poudari pomembnost tega dela delavnice: ideje se rojevajo vsak dan, vsako stvar lahko izboljšamo, najpogosteje dobre ideje rešujejo neke probleme, rodijo se iz hobijev, družinske tradicije, izziv so lahko trendi v hrani, oblačenju, pristočasnih dejavnostih, lahko posnemamo že uveljavljeno idejo itd. Dober nabor idej je splet, kjer iščemo probleme, ki težijo ali jezijo ljudi in iščemo rešitve zanje.

To je ključni del, ker predstavlja nabor idej za končni izbor ene od njih.

4.2. Zorenje idej

Vse ideje se nato smiselno razvrsti po tematiki: če so uporabljali lepilne lističe, jih sedaj združujejo po tematiki, na osnovi argumentov izločajo najmanj zanimive in izpostavljajo najboljše. Idejam dodajajo zamisli, jih ocenjujejo glede na izvirnost, posebnost, vsečnost. Če so uporabljali liste za iskanje idej, sedaj mentor pripravi tudi delovni list za zorenje idej, grupiranje. Delo lahko poteka v eni ali več skupinah. Na koncu ostane npr. 3 do 5 idej (iz vsake tematike po ena), ki se začnejo preverjati.

Namen vaje: mentor pomaga udeležencem tako, da sproti zastavlja vprašanja za lažje odločitve, ali je ideja zrela ali ne, ali se bo prodala ali ne ipd. Z metodo izločanja tako sami delajo selekcijo, ko odpadajo nezanimive ideje in se naprej prebijajo tiste, ki nosijo v sebi podjetniški potencial.





4.3. Preverjanje idej

Mentor z delovnim listom (priloga št. 15) pomaga udeležencem, da preverijo ideje z več plati, in sicer:

- imajo potrebno znanje za izdelavo
- potrebujejo poslovne prostore
- bodo potrebovali pomoč drugih ljudi
- kdo bodo kupci in kje bo potekala prodaja
- ali je potrebno raziskati trg (anketa, spletni oglas)
- kako je s konkurenco
- koliko denarja bo treba imeti za zagon itd.

Skozi sito preverjanja gredo ideje, ki so postale najzanimivejše v postopku zorenja idej.

Namen vaje: skoraj vsaka ideja je lahko na papirju povsem realna; skozi preverjanje pa se lahko pokažejo tudi slabosti in celo nevarnosti. Rezultat preverjanja je, ali bo ideja našla svoj prostor na trgu in se prodala, saj je le takšna ideja tudi poslovna priložnost.



5.

POSLOVNI
NAČRT





5. POSLOVNI NAČRT (PN)

5.1. Predstavitev izbrane ideje in delitev nalog

Poslovni načrt (PN) je pisni dokument, v katerega podjetnik zapiše svoje cilje in način, kako bo te cilje dosegel. Ima določeno strukturo, ki jo zahtevajo npr. banke pri najemanju kreditov. Podjetniki se izogibajo pisanju PN, vendar bi ga moral vsak znati napisati sam. Je zelo koristen pripomoček, saj podjetnik v njem razdeli podjetniško idejo tako vsebinsko kot finančno.

V PN skupina obdela tisto idejo, ki so jo izbrali kot podjetniško priložnost.

Mentor pozove skupino, da med sabo določijo odgovorne za posamezna področja:

- vodja projekta (koordinacija skupin, nadzor, kritična tveganja, terminski načrt, kje dobiti denar, kdo piše poslovni načrt)
- vodja trženja in prodaje (tržna raziskava, analiza, vrste prodaje, kupci, oglaševanje)
- vodja proizvodnje (material, delovna sila, znanja, prostor)
- vodja ekonomskega dela oz. financ (prihodki, stroški, kalkulacije, popusti, cene).

Vodja področij ob pomoči mentorja izbere sodelavce, vsakega udeleženca vključimo, nihče ne ostane brez zadolžitev.

Namen vaje: predstaviti in poudariti pomen PN, našteje nekaj primerov uspešnih poslovnih načrtov (iz spleta, natečaj za najboljši PN), sodeluje pri oblikovanju skupin, saj sedaj že dobro pozna udeležence in njihove sposobnosti.

5.2. Vodja poslovnega načrta

Ob pričetku tega dela v skupini izberemo vodjo poslovnega načrta. To naj bo razgledan, povezovalen, z idejami navdahnjen udeleženec. Takšen udeleženec ima tudi veliko predispozicij za bodočega podjetnika. On v nadaljevanju izbere vodje skupin. Njegova naloga je tudi skrb, da vse ekipe delajo, skupaj z mentorjem pomaga pri dilemah in vprašanjih. Vodi razpravo o kritičnih tveganjih, predlaga terminski načrt, načrt za pridobitev denarja in določi, kdo piše PN. Pisec PN naj uporablja tudi slike, tako da je vsebina zanimivejša. Učenci naj si izberejo tudi ime, ki je pravzaprav ime njihovega podjetja, v katerem bodo uresničili svojo podjetniško idejo.





5.3. Skupina za trženje in prodajo

Vodja in sodelavci odločajo o tržni raziskavi in oblikujejo vprašanja za anketo (priloga št. 16 in št. 17), dogovorijo se o načinu izvedbe ter naredijo njeno analizo. Iz analize ankete mora izhajati, kdo bodo kupci, okvirna cena izdelka / storitve in obseg ter vrste prodaje. Obdelajo tudi konkurenco in načrt oglaševanja. Mentor prinese več primerov oglaševanja iz časopisa, plakat, reklamna pošta, ob izpolnjevanju priloge št. 18 pa se pogovorijo tudi o oglaševanju in trženju na splošno.

5.4. Skupina za proizvodnjo

Vodja in sodelavci skrbijo, da se idejni izdelek izdela. Določijo material, proizvedo za dobavitelje in cene, preverijo potrebna znanja, ustrezen prostor za izdelavo, sodelujejo s skupino za ekonomiko (podatki o cenah materiala, najemnini, stroških dela).

5.5. Skupina za ekonomiko oz. finance

Vodja ekonomskega dela s sodelavci bedi nad prihodki in stroški, izdela kalkulacijo in ceno, se odloča o popustih. Tesno sodeluje z vodjo PN in vsemi vodji skupin, saj se v vsaki skupini pojavijo tudi stroški. Pomembno je, da mentor opozori tudi na tveganje, ki se vedno pojavi v procesu nastajanja neke ideje in ko jo po preverjanju pripravljamo za prodajo. Zato se mora podjetnik na to pripraviti in tveganja zmanjšati na minimum (priloga št. 19).

5.6. Zaključek poslovnega načrta

Ko vse skupine zaključijo z delom in je PN napisan, smo opravili glavnino dela. Iz finančnih podatkov je razvidno, ali bo ideja lahko zaživela v praksi – se bo lahko prodala, ali bo prinašala dobiček.

Namen vaje: skozi delo izdelave poslovnega načrta udeleženci spoznajo vse faze, na katere naleti podjetnik tudi v resničnem poslovnem okolju in to ne le na začetku; vedno, ko ima podjetnik novo idejo, jo mora najprej testirati. Najbolje skozi enostaven poslovni načrt (priloga št. 20).



6. ZABAVNO
IN
RAZGIBANO





6. ZABAVNO IN RAZGIBANO

Mentor razbije monotonost s pomočjo različnih iger. S pomočjo slednjih si pomagamo tudi v trenutkih, ko popusti koncentracija ali ko ni idej. Igre povežejo skupino, so pa tudi poučne. Za vsako srečanje pripravi vsaj eno, najbolje za začetek in za konec. Glede na situacijo pa tudi med samim izvajanjem.

6.1. Igra parov

Mentor ustvari pare, jim naroči, da se med seboj pogovarjajo med pet in deset minut. Nato prekine njihovo komuniciranje in iz vsakega para pozove po enega, ki obnovi, kaj je povedal njegov sogovornik.

Namen vaje: vzpostaviti stik med udeleženci, poslušanje in pomnjenje, vživljanje v drugo osebo, vključevanje posameznikov v proces, razbijanje zadržanosti. Če je dovolj časa, se vloge zamenjajo in vaja se ponovi; naslednjič so v parih drugi udeleženci.

Mentor lahko da iztočnico za pogovor, npr. kakšen aktualni dogodek, športa tekma, prazniki, nesreča, lokalni dogodek itd.





6.2. Preživetje v nenavadnih okoliščinah

Ladja, s katero potuješ na počitnice, se potopi, rešiš se na samotni otok, ki ni obljuden, raste le nekaj kokosovih dreves. Iz ladje si rešil nahrbtnik, v katerem so kopalke, čokolada, potni list, nož, odeja, zavitek mleka v prahu, 5 m vrvi, knjigo, CD-player in svetilka. Pomoč bo prišla šele čez en mesec. Razporedi predmete od najbolj (10 točk) do najmanj pomembnega (1 točka), da preživiš.

Št.	predmet	Moja razvrstitev	Razvrstitev naše skupine	Razvrstitev cele skupine
1	Čokolada			
2	Kopalke			
3	Potni list			
4	Nož			
5	Odeja			
6	Mleko v prahu			
7	Vrv			
8	Knjiga			
9	CD player			
10	Svetilka			

6.3. Igra z žogo

V krogu si podajajo žogo, vsak mora vsaj enkrat oddati in enkrat sprejeti žogo. Vsako podajo žoge naj spremlja vesel vzklik.

6.4. Spoznavanje skupine

Mentor večkrat uporabi igro, ki je opisana pod 1.2. s tem, da uporabi različne možnosti spoznavanja posameznikov.





6.5. Igra zaupanja »slepec«

V paru eden zapre oči, drugi ga prime za roko in vodi po prostoru. S tem se ustvari zaupanje, saj je »slepec« prepuščen partnerju, le-ta pa je zanj odgovoren. Pari krožijo po prostoru tako, da se ne dotikajo. Čez nekaj minut pari zamenjajo vloge.

6.6. Spuščanje v znak

Zopet delo v paru: eden v paru se spusti vznak, partner ga pravočasno ujame. Nato vloge zamenjata. S tem se krepi odgovornost in zaupanje.

6.7. Metanje na koš

Iz odpadnega papirja naredijo žogo, ki jo mečejo v koš (za smeti, zaboj) iz različnih razdalj. Met iz najbližje črte prinese 2 točki, iz naslednje 4 točke itd. Položaj vsak izbere sam, vsak ima tri mete. To je igra tveganja. Vsak se tudi sam odločil ali bo metal od blizu – s točke, ki zagotavlja uspeh, a prinaša manj točk, ali bo tvegala in metal od daleč in s tem povečal tveganje za zadetek, vendar dobil več točk, če bo uspešen.

6.8. Dihalne vaje

Priporočajo se na vsakem srečanju. Stojimo v krogu, ob vdihu dvigujemo roke tako, da delamo krog in jih staknemo nad glavo. Ob izdihu jih spuščamo. Tako razširimo pljuča, da dobimo več kisika in zbistrimo um. Odpremo tudi okno, najbolje pa je iti na svež zrak.

6.9. Povežemo se v krog

Ta igra je najbolj primerna ob koncu vsakega srečanja. Udeleženci se postavijo v krog, tako da je med njimi še prostor. Nato delajo počasne premike proti sredini kroga in s tem so vedno bolj skupaj. Na koncu se tesno stikajo, se nagnejo naprej, tako da so še z glavami čisto skupaj. In se pozdravijo do naslednjega srečanja. Igra zelo poveže skupino, ustvari tovarištvo.

6.10. Kviz o podjetništvu

Za popestritev lahko mentor vključi tudi kviz o podjetništvu; s tem preveri znanje, lahko pa je tudi izziv za tekmovanje več skupin (priloga št. 21).



7. LITERATURA IN VIRI





7. Seznam uporabljene in priporočljive literature in virov

- Stephen Covey, 'Sedem navad zelo uspešnih ljudi.' Mladinska knjiga, Ljubljana 2006.
- Davčna uprava RS (www.durs.si).
- Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo (www.mgrt.gov.si)
- Obrtni zakon (ObrZ-UPB1). Uradni list RS 2004.
- Pridelava kmetijskih pridelkov in storitev na kmetijah. KGZ, Celje 2011.
- Zakon o gospodarskih družbah (ZGD-1). Uradni list RS 2006.
- Zavod mlad podjetnik (mladipodjetnik.si)

PRIPOROČLJIVA LITERATURA

- Irena Bačič Vrečar idr., Delam za sebe. Center RS za poklicno izobraževanje, Ljubljana 2003.
- Andrej Dvoršak, 'Postati & ostati podjetnik: priročnik za vse, ki sanjarijo o podjetništvu, a ne vedo, kako sanje uresničiti. SAD, Ljubljana 1997.
- Zlatko Erlih, 'Kako pričeti z delom na domu? Priročnik za preveritev utemeljenosti svoje podjetniške odločitve.' Pospeševalni center za malo gospodarstvo, Gornja Radgona 2002
- Peter Fatur idr., 'Ustvarjalni in podjetni: od ustvarjalnega učitelja do inovativnega učenca. Korona plus, Ljubljana 2004.
- Gibb Allan idr., 'Razumevanje podjetniškega načina življenja: priročnik za učitelje. Center RS za poklicno izobraževanje, Ljubljana 2006.
- Podjetniški priročnik, 'Od ideje do uspešnega podjetnika.' Ljubljanski univerzitetni inkubator.
- Robnik Lidija, 'Podjetniški priročnik za mlade. Grunf, Maribor 2011. Elektronski vir: <http://mladipodjetnik.si/datoteke/podjetniski-prirocnik-za-mlade-postani-podjetnik>.
- Borut Stražišar, 'Od ideje do uspešnega podjetja: priročnik za svetovalce in podjetnike.' Pospeševalni center za malo gospodarstvo, Ljubljana 2002.
- Nataša Štirn, 'Postal bom mojster.' Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije. Grosuplje 2009.



8.

PROLOGUE





SEZNAM PRILOG

PRILOGA 1: PODJETNIŠKI SLOVAR	28
PRILOGA 2: PODJETJE – KAJ SE V NJEM DOGAJA?	31
PRILOGA 3: PODJETNIK – PROIZVODI - STORITVE	33
PRILOGA 4: PREPOZNAVANJE SEBE IN SVOJIH LASTNOSTI	35
PRIPRAVA ZA MENTORJA	35
PRILOGA 5: PREPOZNAVANJE SEBE IN SVOJIH SPOSOBNOSTI	37
DELOVNI LIST	37
PRILOGA 6: DOLOČIMO SVOJ CILJ V ŽIVLJENJU	38
PRIPRAVA ZA MENTORJA	38
PRILOGA 7: DOLOČIMO SVOJ CILJ V ŽIVLJENJU	40
DELOVNI LIST	40
PRILOGA 8: PREVERJANJE CILJA	42
PRIPRAVA ZA MENTORJA	42
PRILOGA 9: PREVERJANJE CILJA	44
DELOVNI LIST	44
PRILOGA 10: KOMUNICIRANJE IN JAVNO NASTOPANJE	45
PRIPRAVA ZA MENTORJA	45
PRILOGA 11: KOMUNICIRANJE IN JAVNO NASTOPANJE	47
DELOVNI LIST	47
PRILOGA 12: ZGODBA PODJETNIKA	48
PRILOGA 13: OBISK PRI PODJETNIKU	49
PRILOGA 14: POKLICI	51
PRILOGA 15: PREVERJANJE IDEJE	53
PRILOGA 16: RAZISKAVA TRGA	54
PRILOGA 17: OGLAŠEVANJE	56
PRILOGA 18: TVEGANJE	58
PRILOGA 19: POSLOVNI NAČRT	59





PRILOGA 1: **PODJETNIŠKI SLOVAR**

NOV POJEM	RAZLAGA POMENA
POSLUŠANJE	Pozorno spremljanje sogovornika brez vpadanja v besedo
INFORMACIJA	Pomembno sporočilo, ki nam lahko danes ali kasneje koristi
SPOŠTOVANJE	Sprejemanje posameznika takšnega, kot je
VIZITKA	Kartica velikosti 8 x 5 cm, na kateri so zapisani podatki njenega lastnika
OPTIMIZEM	Način razmišljanja, ko na življenje gledamo z radostjo, veselo
POZITIVNI MEDSEBOJNI ODNOSI	Pomembna sestavina uspešnega dela v skupini, tovariško in spodbudno vzdušje
PODJETJE	Organizacija, ki opravlja storitve ali izdeluje proizvode (npr. Izletnik, Mercator, Avtomehanika, Zdravstveni dom, Cvetličarna)
PODJETNIK	Oseba, ki si upa uresniči svojo idejo
PROIZVOD ALI IZDELEK	Predmet, ki je rezultat materialov, surovin in uporabe strojev; ljudje s svojim znanjem rokujejo s stroji in tako prispevajo h končni podobi izdelka
STORITEV	Delo ljudi z namenom zadovoljevanja potreb drugih ljudi (npr. čiščenje, strežba, popravila, delo bank in pošte, prevozi)
POGAJANJE	Postopek prepričevanja nasprotne stranke
DOGOVOR	Rezultat uspešnega pogajanja
TAKTIKA	Način, s katerim skušamo doseči rezultat
ARGUMENT	Dokaz, pojasnilo, potrditev za svoj prav
SUPINSKO DELO	Oblika dela, pri katerem sodeluje skupina ljudi, ki se zavedajo, da lahko le skupaj uresničijo cilj, ki so si ga zastavili. Pri tem izkoristimo znanje in spretnosti vsakega sodelujočega v skupini.
PRILAGAJANJE	Sprejemanje in upoštevanje zahtev drugih
SPORAZUM ALI KONSENZ	Skupni dogovor dveh pogajalskih strani
PRIORITETA	Vrsti red pomembnosti
KADROVSKA SLUŽBA	Hrani podatke o zaposlenih v podjetju, jih napoti na zdravniški pregled, na izobraževanje, beleži napredovanje, razporeditve na delo
PROIZVODNJA	Postopek, v katerem nastane izdelek
DENAR	Sredstvo, s katerim plačamo izdelek ali storitev
NABAVA	Nakup materiala, da izdelamo izdelek





PRODAJALNA	Mesto, kjer prodajalec proda izdelke in storitev kupcu ali potrošniku
KUPEC	Oseba ali podjetje, ki kupi blago, proizvod, storitev
POTROŠNIK ALI UPORABNIK	Oseba, ki je izdelek ali storitev kupila in ga tudi uporablja
PRODAJALEC	Oseba, ki ponuja oz. prodaja izdelke ali blago oz. storitve kupcem
PRODAJA	Trenutek, ko prodajalec kupcu proda zahtevano blago ali storitev in za to prejme plačilo
KONKURENCA	So različni prodajalci, ki kupcem ponujajo enak ali podoben izdelek ali storitev
POSLOVNA IDEJA	Zamisel, kako bi rešili določen problem ali nalogo, to prodali in pri tem ustvarili dobiček
POSLOVNA PRILOŽNOST	Je tista ideja, ki se jo da prodati in prinaša dobiček
DOBIČEK	Zaslужek, ki nam ostane po prodaji potem, ko poravnamo vse dolgove
POSLOVNE OVIRE	Stanja, ki nam preprečujejo izvedbo ideje
RIZIKO	Nevarnost, ki lahko ogrozi naše življenje ali premoženje
TRGOVINA	Prostor, kjer se kupuje in prodaja
KREDIT	Denar, ki si ga moramo izposoditi, da bi lahko izvedli neko idejo, a ga moramo kasneje vrniti
STROŠKI	Vrednost, porabljen za nakup potrebnih stvari (npr. materiala, hrane)
PRIHODKI	Vrednost, ki jo ustvarimo s prodajo (npr. denar, ki smo ga dobili za prodajo rabljene šolske knjige).
POSLOVNI NAČRT	Pisni dokument, v katerega podjetnik zapiše svoje cilje in način, kako bo te cilje dosegel.
NAČRTOVANJE	Ali planiranje je pridobivanje informacij o bodočih dogodkih, aktivnostih. Načrtovati mora vsak podjetnik!
RAZISKAVA TRGA	Način pridobivanja informacij na trgu, na podlagi katerih lahko zmanjšamo tveganja
DOBAVITELJ	Prodajalec blaga, ki ga potrebujemo, da bomo lahko naredili naš izdelek ali opravili storitev
ANKETIRANJE	Način pridobivanja podatkov, informacij
PRODAJNA CENA	vrednost, po kateri podjetje proda svoj izdelek ali storitev
NABAVA	nakup materiala ali surovin, ki jih potrebujemo za izdelavo izdelka ali storitve
NABAVNA CENA	Tista vrednost, po kateri kupimo material ali surovine, da lahko izdelamo izdelek ali storitev
ANALIZA ANKETE	obdelava podatkov, ki smo jih pridobili z anketo





OBSEG PRODAJE	količina izdelkov ali storitev, ki jih bomo predvidoma prodali v nekem obdobju
NAČRTOVANI PRIHODEK	Skupna vrednost prodaje naših izdelkov ali storitev v nekem obdobju
EMBALAŽA	Del izdelka, ki ga varuje pred okvarami, razsutjem ipd. in mu daje zunanjo podobo
REKLAMA	Je način seznanjanja kupcev z našimi izdelki ali storitvami
LETAK - OGLAS - KATALOG	Sredstvo za oglaševanje izdelkov ali storitev
TRŽNICA – TRGOVINA OD VRAT DO VRAT	Možni načini in mesta za prodajo izdelkov ali storitev
SREDSTVA	Je celota vsega materiala ali denarja, ki ga potrebuje podjetnik, da lahko prične s proizvodnjo izdelkov ali izvajanje storitev





PRILOGA 2: PODJETJE – KAJ SE V NJEM DOGAJA?

1. Kaj je podjetje?

2. Naštej podjetja, ki jih poznaš:

3. Razdeli naštetja podjetja na proizvodna podjetja in na storitvena podjetja:

PROIZVODNA PODJETJA

STORITVENA PODJETJA

4. Naštej »domača« podjetja:

PROIZVODNA PODJETJA

STORITVENA PODJETJA





5. Kaj vse delajo v podjetju:

– DIREKTOR

– TAJNICA / POSLOVNA SEKRETARKA

– KADROVSKA SLUŽBA

– RAČUNOVODJA

– VODJA PROIZVODNJE

– SKLADIŠČNIK

– NABAVNI REFERENT

– PRODAJNI REFERENT

– ČISTILKA

– VOZNIK

– DELAVEC V PROIZVODNJI

6. Sestavi svojo lestvico pomembnosti v podjetju: na vrhu je delovno mesto, ki je najpomembnejše, na koncu pa tisto, ki je najmanj pomembno.





PRILOGA 3: PODJETNIK – PROIZVODI - STORITVE

1. Naštej podjetnike, ki jih poznaš v svojem okolju.

2. Lastnosti podjetnika

POZITIVNE LASTNOSTI

NEGATIVNE LASTNOSTI

3. Proizvodi in storitve

NAŠTEJ PROIZVODE

čevlji

pismo

ledeni čaj

roža

računalnik

CD

**NAŠTEJ STORITVE, KI JIH LAHKO
POVEŽEŠ S TEM PROIZVODOM.
POIMENUJ, KAKO SE IMENUJE
PODJETNIK, KI PONUJA TE STORITVE:**

Popravila čevljev / čevljar





4. Kdo kupuje proizvode in storitve?

PROIZVOD / STORITEV

KUPEC

nož

stol

šampon

vžigalice

kolo

silicij

voda

bombaž





PRILOGA 4: PREPOZNAVANJE SEBE IN SVOJIH LASTNOSTI

PRIPRAVA ZA MENTORJA

MISEL DNEVA: "MISLI IN ČUSTVA V SEDANJOSTI KREIRAJO NAŠO PRIHODNOST."

1. SAMOPREDSTAVITEV – MOJA SAMOPODOBA – kako vidimo sebe

- ime
- okolje, v katerem živim (družina, hiša ali blok, mesto ali podeželje)
- najljubši predmet +
- predmet, ki mi je najmanj všeč –
- aktivnosti v prostem čas – hobiji, hišni ljubljenci
- prevladujoča lastnost, s katero se najbolj poistovetim

2. MOJE DOBRE ZNAČAJSKJE LASTNOSTI

Pomembno je osredotočanje na pozitivne stvari, ker misli postanejo stvari, se materializirajo.

Naloga: naštejejo in zapišejo svoje lastnosti, ki jih smatrajo za dobre, pozitivne

3. LASTNOSTI, KI JIH NIMAM, PA BI JIH RAD(A) IMEL(A)

Nekatere lastnosti se da pridobiti, privzgojiti (redoljubnost, natančnost, vztrajnost), lastnosti, ki nas motijo, pa lahko zmanjšamo, da nas ne obvladujejo več (površnost, lenoba). Bodimo hvaležni za vse, kar se nam dogaja (kamen hvaležnosti). Osredotočimo se na tisto, kar želimo, da se zgodi, ne na tisto, česar ne želimo, da se zgodi (zakon privlačnosti).

Naloga: zapišejo te lastnosti.





4. DEJAVNOSTI, KI JIH OBVLADAJO IN BI LAHKO VPLIVALE NA NJIHOVO OSEBNO / POSLOVNO ŽIVLJENJE

Vsak človek ima v sebi sposobnosti, ki jih lahko razvije do te mere, da postanejo prevladujoče v smislu, da na njih gradimo v življenju:

- izpostavijo tisto značajsko lastnost, ki je prevladujoča v pozitivnem smislu
- izpostavijo tisto značajsko lastnost, ki je prevladujoča v negativnem smislu
- talent
- vprašanje: Ker zadenete milijon dolarjev, vam ni več potrebno skrbeti za preživetje. Kaj bi storili s tem denarjem? Katero željo bi si izpolnili? Kaj bi počeli?

Naloga: zapišejo lastnosti in odgovorijo na vprašanje.

5. POGOVORI PAROV – POMEN POSLUŠANJA

Poslušanje je **vrlina in nuja**. Zapomnimo si ime človeka, ki se nam predstavi – tehnike predstavitve, vendar ne smemo postati dežurni psihiater.

Naloga: Razvrstijo se v pare, drug drugemu pripovedujejo 3 minute o sebi. Nato se zamenjajo. Vsak na kratko obnovi izpoved partnerja.





PRILOGA 5: PREPOZNAVANJE SEBE IN SVOJIH SPOSOBNOSTI

DELOVNI LIST

MISEL: "KAR VIZUALIZIRAŠ, TO MATERIALIZIRAŠ."

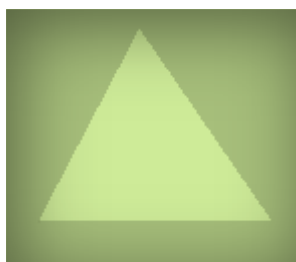
1. Moje dobre značajske lastnosti:

2. Lastnosti, ki jih nimam, pa bi jih rad(a) imel(a):

3. Dejavnosti, ki jih obvladam in bi lahko vplivale na moje osebno / poslovno življenje:

TRIKOTNIK USKLAJENOSTI

jaz



kariera

družina





PRILOGA 6: DOLOČIMO SVOJ CILJ V ŽIVLJENJU

PRIPRAVA ZA MENTORJA

MISEL: "KDOR HOČE USPETI IN BITI SREČEN, MORA POČETI TO, KAR GA VESELI."

1. MOJ ŽIVLJENJSKI CILJ

Udeleženci naj si zamislijo svoj cilj v življenju, ki bi ga radi uresničili. Naj sanjajo, nič ni nedosegljivo.

Moj življenjski cilj je:

2. PREVERJANJE CILJA PO METODI SAMRT:

Opredelijo ga jasno, konkretno, tako da bo preverljiv po SMART:

- S** – (specific) specifičen, točno določen
- M** – (measurable) merljiv, da se ga ovrednotiti s št. ur, v kg, v nekem pavšalu
- A** – (agreed) v skladu z vrednotami
- R** – (realistic) realen, ni v oblakih, je dosegljiv
- T** – (timely) časovno se ga da opredeliti, določiti moramo roke

3. KORAKI ZA DOSEGO CILJA

- zapišejo naj korake, ki jih morajo storiti do cilja
- najtežji korak na poti do cilja
- zakaj tega še nisem storil(a), pa bi moral(a)?

Narediti je potrebno spremembo, kajti samo norec dela na enak način in pričakuje drugačen rezultat!

4. CENA ZA DOSEGO CILJA IN SPREMEMBE, KI JIH POVZROČI DOSEŽEN CILJ

- ocenimo čas, ki ga moramo nameniti dosegu cilja
- pomisleki
- odstranimo negativne učinke
- odgovorimo si na vprašanja: kaj se bo zgodilo, če bom uresničil svoj cilj? (izpolnitev načrtov, zadovoljstvo); kaj bi se zgodilo, če ne bi uresničil svojega cilja? (razočaranje, iskanje novega izziva).





Ključne točke: ceni svoj čas in tudi drugi ga bodo cenili

- vedi, kaj hočeš
- uporablaj tehnike
- ena stvar naenkrat
- imej načrt
- drži se **Parkinsonovega zakona**: delo se razširi ali skrči glede na čas, ki mu ga nameniš – če nameniš 6h, delaš 6h ali več, če nameniš 3h, delo dokončaš v 3h itd.

5. AKCIJSKI NAČRT IN TERMINSKI PLAN

Za vsak cilj si naredimo akcijski načrt, kjer se po korakih približujemo cilju. Temu sledi terminski plan, ko vsak korak v akcijskem načrtu terminsko (časovno) določimo.

6. ZGODBA: EN DAN MOJEGA CILJA

Zapišejo naj kratek spis, v katerem si predstavljajo en dan v življenju svojega cilja.





PRILOGA 7: DOLOČIMO SVOJ CILJ V ŽIVLJENJU

DELOVNI LIST

MISEL: "KDOR HOČE USPETI IN BITI SREČEN, MORA POČETI TO, KAR GA VESELI."

1. MOJ ŽIVLJENJSKI CILJ JE:

2. SVOJ CILJ PREVERIM PO METODI SMART:

S – (specific) specifičen, določljiv:

M – (measurable) merljiv, lahko ga ovrednotim:

A – (agreed) v skladu z mojimi vrednotami:

R – (realistic) realen, dosegljiv:

T – (timely) časovno se ga da opredeliti:

3. KORAKI ZA DOSEGO CILJA

a) Naštej korake do cilja.

b) Najtežji korak na poti do cilja:





c) Zakaj tega še nisem storil(a), pa bi moral(a)?

4. CENA ZA DOSEGO CILJA IN SPREMEMBE, KI JIH POVZROČI DOSEŽEN CILJ

a) Kaj se bo zgodilo, če bom uresničil svoj cilj?

b) Kaj bi se zgodilo, če ne bi uresničil svojega cilja?

5. AKCIJSKI NAČRT IN TERMINSKI PLAN

akcijski načrt

terminski plan

<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>

6. ZGODBA: EN DAN MOJEGA CILJA

Na kratko zapiši en dan, ko živiš svoj cilj.





PRILOGA 8: PREVERJANJE CILJA

PRIPRAVA ZA MENTORJA

MISEL: "ČE BOŠ DELAL, KAR SI DELAL, BOŠ DOBIL, KAR SI DOBIVAL!"

1. VAJA ZA SPOMIN

Vaja, ki nam pomaga k boljšemu spominu, je vizualizacija: v mislih prehodimo cel dan od jutra, ko se zbudimo, nato pa preko vseh podrobnosti do trenutka, ko ležemo k počitku.

2. POMEN STRAHU

Strah nas blokira. Rešitev je izven okvira. **Najboljša rešitev za strah je AKCIJA!**

Problem ----- iskanje rešitve ----- korak v neznano ----- strah ----- blokada

Iskanje rešitev za probleme je lahko avantura. Možnosti:

- ostanem, kjer sem
- počakam, da je bolečina večja od strahu
- stopim / skočim v neznano

Kdo odloča V našem življenju?

Kdo odloča O našem življenju?

Naloga: iščemo rešitve za svoj cilj; naj povedo, česa jih je strah.

3. ZA SVOJ CILJ NAREDI ANALIZO SWOT

(Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats = prednosti, slabosti, priložnosti, nevarnosti). Izpostavim situacijo, kjer skupaj iščemo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti. Vsaka nevarnost ali slabost je lahko tudi priložnost!

Naloga: za svoj cilj naredimo analizo SWOT.





4. SEDEM NAVAD ZELO USPEŠNIH LJUDI

S preučevanjem zelo uspešnih ljudi so ugotovili, da imajo nekaj skupnih značajskih lastnosti. Če razvijamo te lastnosti, nam pomagajo na poti do uspeha:

I. Bodite odzivni in aktivni

Napovedati prihodnost je najbolj smiselno tako, da jo ustvarjamo sami.

II. Dolgoročni cilji

Pomembno je, da si postavimo dolgoročne cilje, ki so usklajeni z našimi vrednotami.

III. Pomembne stvari na prvo mesto

Vse opravke in sestanke razdelimo v štiri skupine:

- pomembno** – nujno (stres): krize, neodložljivi problemi itd.
- pomembno** – ne nujno (ravnotežje): grajenje odnosov, rekreacija, načrtovanje itd.
- nepomembno** – nujno (žrtev): usluge, odvisnost itd.
- nenujno** – nepomembno (zapravljjanje časa): gledanje TV, lenarjenje itd.

Cilj je, da imamo čim več opravil pomembno – nenujno, kjer je ravnotežje, zato je pomembno, da se naučimo delegirati.

IV. Mislite zmagam / zmagaš

Na dolgi rok smo lahko uspešni le, če si prizadevamo za enakopraven odnos, da nihče nima občutka, da je izgubil, ampak da je vsak nekaj pridobil.

V. Najprej poskusite razumeti, nato iščite razumevanje

Pomembno je, da smo v odnosih empatični (obrnjeni navzven) in da poslušamo sogovornika.

VI. Deluj sinergično

Sinergično delovanje se izraža v izjemnih rezultatih, ki morajo biti mnogo boljši, kot pa če bi sešteli dela posameznega člana določenega tima, ki bi delal individualno; sinergija pomeni:

1 + 1 = vsaj 3.

VII. Brušenje žage

Zgodba, ki ponazarja pomembnost brušenja žage, govori o dveh drvarjih. Starejši drvar in mlajši vajenec sta tekmovala, kdo bo našagal več drv. Mladi drvar je takoj pograbil žago in začel brez premora žagati, z vso silo in z vsemi močmi. Čez nekaj časa je opazil starejšega drvarja, ki se je vsake toliko časa usedel in počival. Na koncu je mladi drvar presenečeno opazil, da je našagal manj. Starejšega možaka je vprašal, kako je to možno, če pa je on vmes počival. Modro odgovori, da je vmes, ko je počival, tudi brusil svojo žago.

Brušenje žage pomeni, da dejansko ponovno »nabrusimo« del naše osebnosti in tako dobimo zopet potrebno ostrino, da učinkovito funkcioniramo skozi življenje in dosegamo svoje cilje:

- fizični nivo (ohranjamo naše telo zdravo in v kondiciji; ljudje, ki so v boljši fizični pripravljenosti, so manj pod stresom).
- mentalni nivo (treniranje možganov – beremo knjige, rešujemo križanke, rišemo, slikamo)
- čustven nivo (pozitivna čustva nas napajajo z energijo, negativna pa jo blokirajo – koga osrečimo, izkažemo ljubezen, se nasmejemo).
- duhovni nivo (meditacija, se oddaljimo od sebe in z distanco pogledamo na to, ali se premikamo v smeri lastne vizije in ciljev).

Naloga: komentiramo posamezne navade.





PRILOGA 9: PREVERJANJE CILJA

DELOVNI LIST

MISEL DNEVA: "ČE BOŠ DELAL, KAR SI DELAL, BOŠ DOBIL, KAR SI DOBIVAL!"

1. VAJA ZA SPOMIN

Vizualizirajmo celoten dan od jutra do noči.

2. NALOGA: POMEN STRAHU

Najboljša rešitev za strah je AKCIJA!

Kdo odloča V našem življenju?

Kdo odloča O našem življenju?

3. ZA SVOJ CILJ NAREDI ANALIZO SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats = prednosti, slabosti, priložnosti, nevarnosti):

PREDNOSTI	SLABOSTI
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI





PRILOGA 10: KOMUNICIRANJE IN JAVNO NASTOPANJE

PRIPRAVA ZA MENTORJA

MISEL DNEVA: "KO JE UČENEC PRIPRAVLJEN, PRIDE UČITELJ."

1. KOMUNICIRANJE

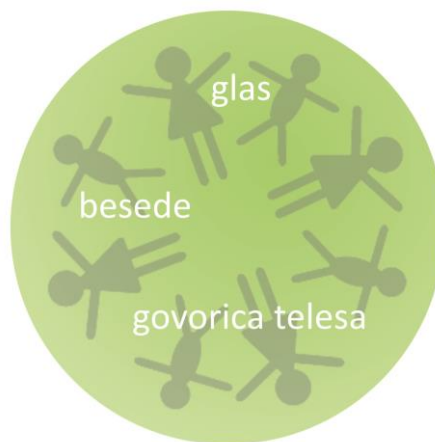
Komuniciramo z družinskimi člani, prijatelji, sošolci, sodelavci, kupci.

Pomembno:

- osredotočanje
- pozitivnost
- energija sledi misli

Malo je ljudi, ki radi nastopajo. **To ni prirojena veščina, ampak se je da naučiti!**

- besede 7%
- glas 38%
- govorica telesa 55%



BESEDNO (VERBALNO) KOMUNICIRANJE

- gladkost govora
- bogat besedni zaklad – berite!
- govorimo brez mašil (aaa, mh, bom rekla, a ne ...), nekdo bi se bolj osredotočil na štetje mašil kot na snov)
- na projekcijah naj bo podanih 7 + - 2 informacij (toliko, kot napišemo na majhen listek)
- temna barva besedila
- čitljiva pisava, ustrezen font črk
- kombinirajmo besede, slike, grafe
- jasni stavki
- govorimo v jeziku poslušalcev (kupcev)
- govorimo z navdušenjem, s srcem – smo prepričljivi
- procesne besede – so ključne za razumevanje, dajo težo in vtis, da smo poznavalci snovi





NEBESEDNO (NEVERBALNO) KOMUNICIRANJE

Je nezavedno in zavedno obnašanje človeka v prostoru. Nebesedno sporočamo v svojo okolico z obleko, obutvijo, modnimi dodatki, pričesko, barvo glasu, kretnjami ...

Zapomnimo si slike: 70 % ljudi sprejema informacije na vizualnem kanalu (skozi oči) in na čustvenem kanalu (ali človeka sprejmemo); zato se tudi npr. pri učenju objemamo, stiskamo ..., ker si snov lažje prikličemo skozi prijazne slike pri učenju.

- **gestika** (kretnje rok, nog, glave ...): z gestami podkrepimo sporočilo, govor; pri izvajanju nastopa ne držimo rok v žepu; ne kažemo s prstom, drgnjenje dlan ob dlan: hitro – veselo pričakovanje, počasi – potuhnjenost; ob roki prekržani na prsih – obramba
- **mimika** (izraz obraza): težko nadziramo obrazne mišice; pogosto drža obraza preide v videz – to povedo gube – smejalne, nazadovoljstvo
- **oči** – očesni stik je zelo pomemben: povešene oči – potuhnjenost, neiskrenost, zavist; pogled naravnost – odprtost, čista vest; umikanje pogleda: laž, slaba vest, prikrivanje
- **nasmeh** – »Kdor se ne zna smejati, naj ne odpre trgovine!«; ne pretiravajmo
- **glas** – ne pretiho, ne preglasno, vsak človek ima svoj glas, po katerem je prepoznaven (pevci, igralci, prepoznamo glas po telefonu)
- **gibanje po prostoru** – intimni pas, osebni pas, socialni pas, javni pas
- **dotik, vonj**
- **obleka** – skladnost in urejenost, ko človek prihaja, ga sodimo po obleki; ko odhaja, po njegovem srcu – to velja za zasebno sfero, za javno sfero so pravila; pomen barv
- urejenost pričeske, brade, nohtov, zob
- vonj
- izogibamo se skrajnostim (super mini, dekolte, izzivalna obleka, ...)

2. KAKO PRIPRAVIMO DOBRO PREDSTAVITEV

- nastop
- vrste informacij (največje število informacij na projekciji je 7 +/- 2)
- ena slika je 1000 besed
- očesni stik
- uvod, jedro, zaključek

Trema je običajno stanje pred nastopom (potne dlani, drhtenje, tresenje, vročica ...). Lahko je tudi pozitivna (pozitivni stres), premočna trema ohromi telo in glas.

- sprostitvene tehnike
- dihalne tehnike
- avtogeni trening (vizualizacija)

3. PREDSTAVITEV SVOJEGA CILJA

- miselni vzorec, plakat – cilj: koraki na poti do cilja, ovire na poti do cilja, prioritete
- ocena predstavitve

Naloga: vsak dijak na list izpostavi svoj cilj in opredeli korake do cilja in ovire, ki ga na tej poti čakajo.





PRILOGA 11: KOMUNICIRANJE IN JAVNO NASTOPANJE

DELOVNI LIST

MISEL DNEVA: "KO JE UČENEC PRIPRAVLJEN, PRIDE UČITELJ."

1. KOMUNICIRANJE

Komuniciramo z družinskimi člani, prijatelji, sošolci, sodelavci, kupci. Malo je ljudi, ki radi nastopajo. To ni prirojena veščina, ampak se je da naučiti.

Naloga: določi razmerja med glasom, besedami in govorico telesa.



a) BESEDNO (VERBALNO) KOMUNICIRANJE

Besedno komuniciranje pomeni sporazumevanje z besedami; pri tem so pomembni: gladkost govora, bogat besedni zaklad, govorjenje brez mašil, jasni stavki, procesne besede, ki so ključne za razumevanje in dajo težo in vtis, da smo poznavalci snovi.

Naloga: preberi tekst in izpostavi procesne besede.

b) NEBESEDNO (NEVERBALNO) KOMUNICIRANJE

Je nezavedno in zavedno obnašanje človeka v prostoru. Nebesedno sporočamo v svojo okolico z obleko, obutvijo, modnimi dodatki, pričesko, barvo glasu, kretnjami ... Zapomnimo si slike: 70 % ljudi sprejema informacije na vizualnem kanalu (skozi oči) in na čustvenem kanalu (ali človeka sprejmemo). Neverbalno komuniciranje so zlasti: gestika, mimika, gibanje oči, nasmeh, glas, gibanje po prostoru, dotik, obleka, urejenost.

Naloga: izpostavi barve in določi njihov pomen.

2. PRIKAŽI SVOJ CILJ

Naloga: Na list papirja izpiši svoj cilj ter določi korake na poti do cilja in ovire na tej poti.





PRILOGA 12: ZGODBA PODJETNIKA

STEVEN SPIELBERG

V vseh filmih Stevena Spielberga je njegovo otroštvo v ospredju. Ravno tukaj tiči skrivnost njegovega genija, ki mu je pomagala, da je postal eden največjih režiserjev hollywoodskega filma in mu je tudi omogočil, da si je pridobil bogastvo in slavo, tako da je opravljal le tisto delo, ki ga je vedno veselilo.

Rodil se je v državi Ohio v ZDA l. 1947. O svojem otroštvu pravi: »Mislim, da so me začele nenavadne stvari zanimati, ko sem šele odraščal. Takrat je bilo veliko zvezdnatih noči. Rad sem opazoval meteorite, bral o letočih krožnikih in razmišljal, kako bi bilo, če bi se polastili tudi mene in če bi eden od njih priletel na naše dvorišče ...«.

V Spielbergovem življenju je igralo glavno vlogo družinsko življenje. Oče in mati sta imela malo skupnega, neprenehoma sta se prepirala. Dejal je: »Mislim, da se nista zavedala, kako smo otroci poznali njuno nesrečo – ne nasilje, ampak nesrečo, ki je prodrla v vse pore mojega življenja in bi jo lahko vsak večer pri večerji rezal z nožem. Zvok je potoval od spalnice do spalnice, moji sestri in jaz pa smo ponoči večkrat bedeli in poslušali, kako se prepirata. Sestri sta obe planili v jok in vsi smo se držali za roke.«

Prvič se je seznanil s filmom, ko je oče dobil za darilo kamero. Takrat je bil star 12 let in kamera ga je dobesedno uročila. Postal je družinski fotograf in trdno odločen, da bo snemal filme. »Zame je bil to beg – velik beg!«

Film mu je odprl svet fantazije, stran od realnosti, stran od šole in preprirov, strahov pred temo in pred starši, saj je vse kazalo, da se ločujeta.

Vendar je med željami in uresničenjem vedno precejšen razkorak.

Pravil je, da je kot otrok poznal vse otroške strahove in nezemeljska bitja, ki so se skrivala pod posteljo. Čarobno oko njegove kamere pa je bilo tisto, ki je Spielbergu omogočilo, da izžene svoje demone in jih spremeni v zaveznike, ki so mu tlakovali pot k uspehu.

»Svoje sanje sem spremenil v resničnost. «

Pri 36 letih si je nabral že ogromno premoženje. Pri 16 letih je posnel svoj prvi komercialni film *Ognjena luč*, ki je dosegel lep finančni uspeh. Pot navzgor mu je omogočilo naključno srečanje z več pomembnimi ljudmi iz sveta filma, ki so prepoznali njegov talent. Dobil je delo, a se je moral na začetku zadovoljiti s snemanjem TV reklam, ki so bile slabo plačane in nihče ni vedel za avtorja. Prebil se je do snemanja TV filmov in šele po finančnem uspehu enega izmed njih je dobil priložnost za snemanje »pravega« filma.

Svetovni uspeh je dosegel s filmsko grozljivko *Žrelo*, za katero se je izkazalo, da je najbolj zastrašujoča grozljivka vseh časov. Komaj 80 dni potem, ko so film začeli predvajati v 1000 kinematografih, je po številu prodanih vstopnic potolkel vse rekorde. Med velikane filma pa se je zapisal z znanstvenofantastičnim filmom *E.T.*, ki je postal uspešnica brez primere.

Spielberg je dejal: »Ta film mi je bližji kot katerikoli drug moj film, so moje otroštvo in moji strahovi.« Sledile so uspešnice o Indiana Jonesu, Jurski park, Vijoličasta barva.

V prostorih filmskega podjetja ima razkošen in ultra moderen studio, kjer poseda s svojimi sodelavci; to ni le delovni prostor, temveč kraj za izmenjavo idej in prijateljsko kramljanje.

Ljubezen do umetnosti je bila tista, ki je Spielberga vzpodbudila, da je prispeval veliko denarja za ustanovitev filmske šole, v kateri se nadarjeni mladi režiserji lahko učijo svoje obrti.

»Delaj samo tisto, kar najbolj obvladaš in govori samo o tistem, kar zares veš!«

Povzeto po biografiji o Stevenu Spielbergu





PRILOGA 13: OBISK PRI PODJETNIKU

Obiskali bomo podjetje

ki proizvaja

in spoznali poklice

Kaj delavci v teh poklicih delajo?

Po obisku podjetnika napiši:

Zakaj se je odločil za podjetništvo?

Kdo so njegovi kupci?

Težave, ki jih je imel na svoji poti:

Kako si pomaga v težavah?





Kako oglašuje svojo dejavnost?

Kako / kam se bo razvijal v prihodnje?

Kako rešuje probleme med ali z zaposlenimi?

Svoj vtis po obisku





PRILOGA 14: POKLICI

Napiši razlog, zakaj si se/ se boš odločil za vpis na izbrana šolo.

Kdo je odločilno vplival na tvojo odločitev?

Na kratko napiši, kaj boš delal v svojem poklicu.

Napiši, kako se bo tvoj poklic spreminjal z razvojem tehnologije.

Naštej poklice, ki so sorodni tvojemu.

Naštej poklice v storitveni dejavnosti.

Opiši delo enega izmed njih.





Naštej poklice v lesni industriji.

Opiši delo enega izmed njih.

Naštej poklice v avtomobilski industriji.

Opiši delo enega izmed njih.

Naštej poklice v svetu mode.

Opiši delo enega izmed njih.





PRILOGA 15: PREVERJANJE IDEJE

1. PREVERJAMO IDEJO:

	DA	NE	REŠITEV
Ali imamo potrebno znanje za izdelavo?			
Potrebujejo poslovne prostore?			
Bomo potrebovali pomoč drugih ljudi?			
ali je potrebno raziskati trg (anketa, spletni oglas)?			
Imamo konkurenco?			

2. DENAR

Koliko denarja bo treba imeti za zagon:

3. PRODAJA

Kdo bodo kupci:

Kje bo potekala prodaja ?





PRILOGA 16: RAZISKAVA TRGA

1. ŠOLSKI MEGA ŽUR

8. razred vas vabi na zabavo, ki bo dne,....., ob uri. Zabava bo trajala do ure. Dobimo se v telovadnici, kjer se bo zabava pričela. Vstopnina je 2 €. Za hrano in pijačo bo poskrbljeno, prav tako pa tudi za dobro zabavo. S seboj prinesite veliko dobre volje in ta listek kot vstopnico. Se vidimo!

ANKETA 1

Če želimo imeti dober žur, moramo vedeti, kaj najraje poslušate, zato smo naredili to anketo. Izpolnite jo tako, da obkrožite odgovor, ki ste ga izbrali. Anketo oddajte dežurnemu še danes!

Katero zvrst glasbe najraje poslušate?	
Katera je tvoja najljubša brezalkoholna pijača?	
Se ti zdi zabava dobra ideja?	
Ali bi kaj spremenili?	
Če da, napiši svoj predlog.	

Hvala, da si sodeloval/a v tej anketi. S tvojo pomočjo bo žur boljši.

ZABAVO BODO OMOGOČILI

s.p.M





ANKETA 2

NAČIN IZVAJANJA ANKETE: ulično

ČAS ANKETIRANJA: dne _____ od _____ do _____ ure

KRAJ IZVAJANJA ANKETE: _____

ANKETIRANCI: starejši mimoidoči

NAMEN ANKETIRANJA: smo učenci OŠ _____,

v okviru podjetniških delavnic krožka smo si izbrali podjetniško idejo: *POMOČ STAREJŠIM*. Z anketo želimo ugotoviti, ali bi naša podjetniška ideja lahko postala tudi podjetniška priložnost. Prosimo vas, da odgovorite na spodnja vprašanja.

1. ALI POTREBUJETE POMOČ PRI RAZLIČNIH OPRAVILIH? V primeru da potrebujete, navedite tudi kolikokrat.

	DA	NE	KOLIKOKRAT?
Prinašanje stvari iz trgovine?			
Iz lekarne?			
Na pošto?			
Spremstvo k zdravniku?			
Pospravljanje stanovanja?			
Druženje?			
Sprehajanje psa?			

2. ALI STE ZA TAKŠNO DELO PRIPRAVLJENI PLAČATI? a) DA b) NE

3. KOLIKO BI BILI PRIPRAVLJENI PLAČATI ZA ENO URO TAKŠNEGA DELA?

4. KJE BI ŠE POTREBOVALI POMOČ, PA VAS NISMO VPRAŠALI?

Za sodelovanje v anketi se vam najlepše zahvaljujemo.

s.p.M





PRILOGA 17: OGLAŠEVANJE

1. Zakaj oglašujemo?

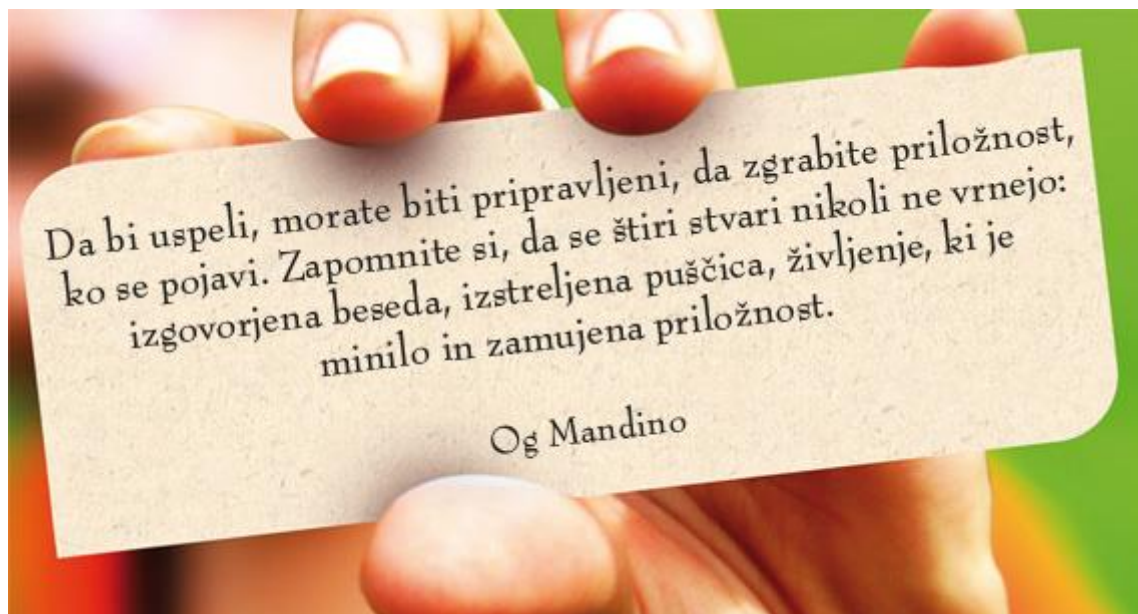
Vrste reklamnih sporočil:

OBLIKA: REKLAMNI OGLAS LETAK

SPOROČILO:

ZVOČNO BESEDNO SLIKOVNO KOMBINIRANO

ZAPOMNI SI: slika je več kot 1000 besed!



To je





2. Kje oglašujemo?

Naštej, kje vse lahko podjetnik objavi oglas.

Napiši reklamno sporočilo, če bi bil sam podjetnik.

ŽELIM POSTATI

TO JE MOJ PRVI OGLAS!





PRILOGA 18: TVEGANJE

1. Kaj pomeni tveganje?

2. Kakšne nevarnosti prežijo na podjetnika in kako se jim izogniti?

NEVARNOST

REŠITEV

3. Kaj je naloga zavarovalnic?

4. Naštej zavarovalnice, ki jih poznaš.





PRILOGA 19: POSLOVNI NAČRT

POSLOVNI NAČRT

Ime podjetja:

.....

Osnovna šola:

.....

Mentor-ica:

.....

Kraj, datum:

.....





1. Predstavitev izbrane teme

2. Kdo je za kaj odgovoren?

Vodja projekta

Trženje in prodaja

Ekonomika in finance

Proizvodnja

3. Trženje in prodaja

3a) Kdo so predvideni kupci (od kod, koliko jih je ...)





3b) Kako smo izvajali anketo (če smo jo), koliko ljudi smo zajeli in kakšni so rezultati?

3c) Konkurenca (kdo je, njene prednosti in slabosti, kako se bomo z njo spopadli)

3č) Kako, koliko in komu bomo prodajali? Kakšen obseg prodaje načrtujemo, količinsko in vrednostno?

Vrsta izdelka	Količina	Cena	Vrednost prodaje

3d) Oblike prodaje (kje, kdo in kako bomo prodajali)

3e) Ekonomska propaganda (oglaševanje); kje bomo oglaševali





4. Kaj potrebujemo za izvedbo

4a) Poslovni prostor ali prireditveni prostor

4b) Oprema (stroji, naprave)

4c) Materiali in surovine in njihove cene

<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>

4d) Moramo plačati najemnino (komu in koliko)?

5. Ekonomika in finance

5a) Koliko bomo prodali (prihodki) in kje še lahko pričakujemo denar (sponzorji?)

vrste prihodkov	količina	vrednost
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
	SKUPAJ	





5b) Kakšne stroške bomo imeli?

vrste stroška	vrednost
SKUPAJ	

5c) Kje so viri, da bomo dobili denar?

vrste vrednost	vrednost
SKUPAJ	

5d) Finančni izid (razlika med prihodki in stroški)

POSTAVKA	ZNESEK
Prihodki	
od prodaje	
od sponzorjev	
od drugih	
SKUPAJ PRIHODKI	
Stroški	
material	
oprema	
najemnina	
pisarniški material	
oglaševanje	
plačilo za delo	
splošni stroški (telefon, papir, ...)	
SKUPAJ PRIHODKI	

FINANČNI IZID (razlika med prihodki in stroški):





6. Kritična tveganja

6a) Kaj je največji riziko in kako se lahko zavarujemo?

7. Terminski načrt

7a) Določimo posamezna dela in čas, v katerem bo delo opravljeno.

vrste dela	časovni plan

8. Zaključek

Kako je nastala naša ideja, kako smo jo uresničevali, katere težave smo imeli in kako smo jih reševali; kako smo se razumeli in kaj smo se iz vsega naučili? Še besede zahvale tistim, ki so nam pri uresničevanju ideje pomagali.



