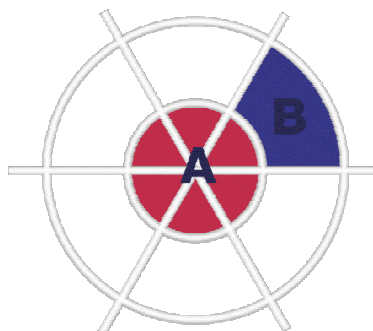




Katalog učnih ciljev

za EBC*L izpit

Stopnja B



Cilji, metode in orodja oblikovanja poslovnega načrta

Trženje in prodaja

Investicijska analiza in finančno načrtovanje





Katalog učnih ciljev EBC*L stopnja B obsega naslednje splošne teme:

- Cilji, metode in orodja oblikovanja poslovnega načrta
- Trženje in prodaja
- Investicijska analiza in finančno načrtovanje

Učni cilji pogosto uporabljajo izraz "**znati**", kar pomeni, da mora biti posameznik sposoben:

- opredeliti tehnične izraze in prikazati njihove možne vzroke, posledice in kontekste, v katerih se pojavijo;
- dokazati razumevanje strokovnih izrazov, v povezavi z realnimi poslovnimi primeri in situacijami.

Z drugimi besedami, posameznik mora biti zmožen uporabiti pridobljeno znanje in ne le ponoviti, kar je bilo naučeno.

Primer:

Operativni učni cilj: Znati pojasniti strateške cilje podjetja.

Primerno izpitno vprašanje: Pojasnite štiri možne strateške cilje vegetarijanske restavracije.

Pozor: Vsebina kataloga učnih ciljev EBC*L stopnja A se upošteva kot osnovno znanje in se ne bo izrecno ponavljala na ravni stopnje B.

Primer:

Tehnični izraz "amortizacija" ni natančno pojasnjena v poglavju "projekcija izkaza poslovnega izida", vendar je kljub temu pomemben za izpit stopnje B.

V primeru izpita stopnja B si lahko ogledate tipe vprašanj, ki se pojavljajo v izpitu stopnje B.



CILJI, METODE IN ORODJA OBLIKOVANJA POSLOVNEGA NAČRTA

GLOBALNI UČNI CILJI

- Znati pojasniti cilje, vsebino in zgradbo poslovnega načrta.
- Znati razložiti analitične in planske instrumente poslovnega upravljanja in jih utemeljiti s primeri.

OPERATIVNI UČNI CILJI

Osnove poslovnega načrta

- ❖ Znati razložiti cilje poslovnega načrta in naštet primeri, kdaj ga je potrebno narediti.
- ❖ Znati naštet potencialne uporabnike poslovnega načrta, njihove interese in cilje.
- ❖ Znati odgovoriti na vprašanja in teme, ki se pojavijo, ter razložiti osnovno strukturo in elemente poslovnega načrta.
- ❖ Znati razložiti kriterije, ki jih uporabljajo odločevalci pri ocenjevanju poslovnega načrta. Poznati pravila, ki jim je potrebno slediti in možne napake, ki nastajajo pri oblikovanju poslovnega načrta.
- ❖ Znati razložiti izraz »kritični dejavniki uspeha«.
- ❖ Znati razložiti kako narediti jasn in privlačen poslovni načrt.
- ❖ Znati razložiti težave in ovire, ki lahko nastajajo pri podjetniškem načrtovanju.

Analitični in planski instrumenti

- ❖ Znati razložiti cilje in strukturo analize prednosti/slabosti.
- ❖ Znati razložiti cilje in strukturo analize priložnosti/nevarnosti.
- ❖ Znati pojasniti cilje in strukturo SWOT analize.
- ❖ Znati pojasniti cilje in strukturo analize scenarijev.
- ❖ Znati pojasniti cilje in strukturo analize portfelja.
- ❖ Znati pojasniti cilje in strukturo analize življenjskega cikla.
- ❖ Znati pojasniti cilje in strukturo ABC analize.
- ❖ Znati razložiti izraz »ustvarjalne tehnike«.
- ❖ Znati razložiti izraz »brainstorming – nevihta možganov«



PROJEKTNO NAČRTOVANJE

GLOBALNI UČNI CILJI

- Znati razložiti cilje in zgradbo projektnega načrta, kakor tudi ključne izraze pri načrtovanju.

OPERATIVNI UČNI CILJI

Osnove

- ❖ Znati razložiti cilje in zgradbo projektnega načrtovanja.

Koraki pri načrtovanju

- ❖ Znati razložiti izraz »ciljno načrtovanje«.
- ❖ Znati razložiti izraz »načrtovanje virov«.
- ❖ Znati razložiti izraz »projektna skupina«.
- ❖ Znati razložiti izraz »načrtovanje izvedbe projekta«.
- ❖ Znati razložiti izraz »mejniki«.
- ❖ Znati razložiti izraz »načrtovanje projektnih dejavnosti«.
- ❖ Znati razložiti izraz »(projektne) čas za načrtovanje«.
- ❖ Znati razložiti metode predstavitve projektnega načrta.

Napake pri načrtovanju

- ❖ Znati razložiti katere napake lahko nastanejo pri izdelavi projektnega načrta.



ANALIZA STANJA (POSLOVNA ANALIZA, ANALIZA OKOLJA, ANALIZA PODJETJA)

GLOBALNI UČNI CILJI

- Znati razložiti in analizirati svoje trenutne razmere kot izhodišče poslovnega načrta.
- Znati pojasniti cilje in metode, ki se nanašajo na analizo podjetja.
- Znati pojasniti cilje in metode, ki se nanašajo na analizo zunanjega poslovnega okolja, vključno z analizo industrije in konkurenčno analizo.

OPERATIVNI UČNI CILJI

Analiza podjetja

- ❖ Znati razložiti poslovno idejo in strateška področja poslovanja podjetja.
- ❖ Znati razložiti izraz USP (edinstvene prodajne prednosti)
- ❖ Znati razložiti izraz »celostna podoba«
- ❖ Znati razložiti izraz »vizija«.
- ❖ Znati naštet in razložiti strateške cilje podjetja.
- ❖ Znati naštet in razložiti finančne cilje podjetja.
- ❖ Znati razložiti merila, ki jih je potrebno upoštevati pri določanju ciljev.
- ❖ Znati razložiti izraz »vrednost za delničarje«.
- ❖ Znati razložiti izraz »deležnik«.
- ❖ Znati razložiti pojem »družbena odgovornost podjetij«.
- ❖ Znati identificirati različne pravne oblike poslovnih organizacij in tistih, ki jih lahko zastopajo in imajo pravico odločanja.
- ❖ Znati naštet in razložiti dejavnike, ki so pomembni za opis podjetniških in projektnih timov.
- ❖ Znati naštet in razložiti dejavnike, pomembne za analizo lokacije.

Analiza panoge

- ❖ Znati naštet in razložiti razvoj dogodkov in trendov, katerim je panoga izpostavljena.
- ❖ Znati naštet in razložiti dejavnike, pomembne za analizo panoge.
- ❖ Znati razložiti izraze »tržni potencial«, »velikost trga«, »prodor na trg« in »tržni delež«.
- ❖ Znati razložiti izraz »tržna niša«.
- ❖ Znati razložiti izraz »ovire za vstop na trg«.
- ❖ Znati razložiti izraz »nadomestni izdelek«.

Konkurenčna analiza

- ❖ Znati razložiti izraze »monopol«, »oligopol« in »polipol«.
- ❖ Znati naštet in razložiti dejavnike pomembne za analizo konkurence.
- ❖ Znati pojasniti cilje in metode za ovire pri benchmarkingu.



TRŽENJE

GLOBALNI UČNI CILJI

- Znati razložiti izraz »trženje« in pomen trženja za podjetja, projekt, proizvod ali storitev, kot tudi za posameznika.
- Znati razložiti osnovne pogoje trženjskih aktivnosti, ki so odvisne od kupcev, konkurence in stroškov.
- Znati razložiti in uporabiti instrumente trženja.

OPERATIVNI UČNI CILJI

Osnove trženja

- ❖ Znati razložiti izraz »trženje« in cilje trženja.
- ❖ Znati naštet in razložiti orodja trženja.
- ❖ Znati razlikovati med »zunanjim trženjem« in »notranjim trženjem«.
- ❖ Znati razložiti izraz »samopromocija«.
- ❖ Znati razložiti izraz »trženjski splet«.
- ❖ Znati razložiti strukturo in obliko načrta trženja.

Kupci

- ❖ Znati naštet in razložiti nakupne motive kupcev.
- ❖ Znati razložiti hierarhijo potreb po Maslow-u.
- ❖ Znati razložiti izraza »potreba« in »povpraševanje«.
- ❖ Znati razložiti različne stopnje v procesu odločanja kupca.
- ❖ Znati razložiti izraz »kognitivna disonanca«.
- ❖ Znati razložiti izraz »segmentacija kupcev«.
- ❖ Znati naštet različne kategorije kupcev.
- ❖ Znati razložiti izraz »upravljanje odnosov s kupci (CRM)«.
- ❖ Znati razložiti izraz »glass-consumer«.
- ❖ Znati razložiti izraz »rudarjenje podatkov«.
- ❖ Znati naštet in razložiti orodja ohranitve kupca.
- ❖ Znati razložiti izraz »upravljanje s pritožbami«.
- ❖ Znati razložiti izraz »križna prodaja«.
- ❖ Znati razložiti izraz »full-range customer«.

Tržna raziskava

- ❖ Znati razložiti cilje tržne raziskave.
- ❖ Znati razložiti merila kakovosti veljavnosti, zanesljivosti in objektivnosti za tržne raziskave.
- ❖ Znati razložiti izraz »vzorec/vzorčenje«.
- ❖ Znati razložiti različne faze procesa tržne raziskave.
- ❖ Znati razložiti izraza »primarne tržne raziskave« in »sekundarne tržne raziskave«.
- ❖ Znati razložiti osnovne raziskovalne metode: anketa, opazovanje, testiranje.



- ❖ Znati razložiti probleme in omejitve tržnih raziskav.
- ❖ Znati razložiti dejavnike, ki se nanašajo na analizo konkurence.

Izdelek

- ❖ Znati razložiti pojem »izdelek« in možne strategije izdelkov.
- ❖ Znati razložiti izraz »življenjski cikel izdelka«.
- ❖ Znati razložiti izraze »politika prodajnega programa«, »širina prodajnega programa« in »globina prodajnega programa«.
- ❖ Znati razložiti izraze »inovacije proizvodov«, »spreminjanje proizvodov«, »diverzifikacije proizvodov« in »odprava izdelka«.
- ❖ Znati razložiti analizo portfelja izdelkov.

Cenovna politika

- ❖ Znati razložiti osnovne pogoje za cenovno politiko v podjetju.
- ❖ Znati razložiti izraz »krivulja cena - povpraševanje« (ali funkcija).
- ❖ Znati razložiti izraz »signalen učinek cen«.
- ❖ Znati razložiti izraz »cenovna elastičnost povpraševanja« in jo znati izračunati.
- ❖ Znati razložiti različne strategije politike določanja cen.
- ❖ Znati razložiti izraza »strategija posnemanja« in »strategijo popustov ali prodora«.
- ❖ Znati razložiti izraz »diferenciacija cen«.

Politika pogojev poslovanja

- ❖ Znati razložiti izraz »politika pogojev poslovanja«.
- ❖ Znati razložiti pojem »popust« ter naštet in razložiti različne vrste popustov.
- ❖ Znati razložiti izraz »gotovinski popust«.
- ❖ Znati razložiti izraz »zamudne obresti«.
- ❖ Znati razložiti pogoje dostave »brezplačno na naslov kupca« ali »franko tovarna«.

Distribucija

- ❖ Znati razložiti izraz »distribucija«.
- ❖ Znati razložiti izraz »neposredna (direktna) prodaja«, načine neposredne prodaje, kot tudi njene prednosti in slabosti.
- ❖ Znati razložiti izraz »posredna prodaja«, metode posredne prodaje, kot tudi njene prednosti in slabosti.
- ❖ Znati razložiti izraz »franšizing«.

Komunikacija

- ❖ Znati razložiti izraz »komunikacija«.
- ❖ Znati razložiti izraz »podoba podjetja«.
- ❖ Znati razložiti izraze »blagovna znamka«, »logotip« in »slogan« ter njihovo vlogo pri komunikacijski politiki podjetja.
- ❖ Znati razložiti izraz »celostna podoba«.



Oglaševanje

- ❖ Znati razložiti izraz »oglaševanje« in orodja za oglaševanje.
- ❖ Znati naštetiti in razložiti različne korake oglaševalske akcije.
- ❖ Znati naštetiti in razložiti cilje oglaševanja.
- ❖ Znati razložiti izraza »oglaševalski proračun« in »stroškovni dejavniki oglaševanja«.
- ❖ Znati razložiti izraz »oglaševalska orodja« in »oglaševalski mediji«.
- ❖ Znati razložiti pomen stroškov oglaševanja na stranko.
- ❖ Znati razložiti izraz »izguba zaradi neselektivnega oglaševanja«.
- ❖ Znati razložiti pomen merjenja uspešnosti promocije.
- ❖ Znati razložiti izraza »učinkovitost oglaševanja« in »spominsko oglaševanje«.
- ❖ Znati razložiti osnove psihologije oglaševanja.
- ❖ Znati naštetiti in razložiti strategije oglaševalskega oblikovanja.
- ❖ Znati naštetiti in naštetiti kritike oglaševanja.

Posebne metode in instrumenti komunikacijske politike

- ❖ Znati naštetiti in razložiti osnovna pravila za in najpogostejše napake pri direktni pošti.
- ❖ Znati razložiti formulo AIDA.
- ❖ Znati razložiti izraz »telefonsko trženje«.
- ❖ Znati razložiti izraz »klicni center«.
- ❖ Znati razložiti izraz »pospeševanje prodaje«.
- ❖ Znati razložiti izraz »event marketing – trženje dogodkov«.
- ❖ Znati razložiti izraz »odnosi z javnostmi (PR)«.
- ❖ Znati razložiti izraz »sponzorstva«.
- ❖ Znati razložiti izraz »internetno oglaševanje«.
- ❖ Znati razložiti izraz »merchandising«.



PRODAJA

GLOBALNI UČNI CILJI

- Znati razložiti najpomembnejša osnovna pravila za uspeh v prodaji projektov, izdelkov in storitev.

OPERATIVNI UČNI CILJI

Osnove prodajnega uspeha

- ❖ Znati razložiti prodajne aktivnosti vsakdanjih poslovnih procesov, ki se nanašajo na vsakega posameznika.
- ❖ Znati razložiti izraz »prodajna etika«.
- ❖ Znati razložiti »win-win situacijo«.
- ❖ Znati naštet in razložiti zahteve in kompetence, ki so potrebne za prodajo.

Osnove prodajno – komunikacijskega procesa

- ❖ Znati naštet in razložiti različne faze prodajno-komunikacijskega procesa.
- ❖ Znati naštet in razložiti pomembne korake pri pripravi prodajno – komunikacijskega procesa.
- ❖ Znati razložiti pomembne vidike, ki se nanašajo na začetek prodajno – komunikacijskega procesa.
- ❖ Znati razložiti razliko med komunikacijo na osebni ravni in na poslovni ravni.
- ❖ Znati naštet in razložiti pomembne vidike ankete potreb kupcev.
- ❖ Znati razložiti razliko med »potrebo« in »povpraševanjem«.
- ❖ Znati naštet in razložiti pomembne vidike, ki se nanašajo na spraševanje ali intervju.
- ❖ Znati razložiti izraza »odprta« in »zaprta vprašanja«.
- ❖ Znati razložiti izraz »vodilno vprašanje«.
- ❖ Znati razložiti izraz »aktivno poslušanje«.
- ❖ Znati razložiti pomembne vidike prodajnih argumentov.
- ❖ Znati razložiti razliko med funkcijami proizvoda oziroma njihovimi lastnostmi in prednostmi proizvodov.
- ❖ Znati razložiti izraz »vizualizacija«.
- ❖ Znati razložiti razliko med ugovorom in izgovorom ter opisati, kako se pravilno odzvati na njiju.
- ❖ Znati razložiti pomembne vidike cenovne argumentacije.
- ❖ Znati naštet in razložiti pomembne vidike, ki se nanašajo na sklepanje posla v prodaji.
- ❖ Znati naštet in razložiti nakupne signale.

Prodaja poslovnim subjektom

- ❖ Znati razložiti posebna merila, ki se nanašajo na prodajo poslovnim uporabnikom.
- ❖ Znati razložiti izraz »vodenje ključnih kupcev«.



INVESTICIJSKA ANALIZA

GLOBALNI UČNI CILJI

- Znati razložiti cilje investicijske analize in pripraviti konkretne analize.
- Znati razložiti omejitve investicijske analize.

OPERATIVNI UČNI CILJI

Osnove

- ❖ Znati razložiti namen investicijske analize.
- ❖ Znati razložiti glavne metode investicijske analize.

Metode investicijske analize

- ❖ Znati izvesti izračun točke preloma in ga razložiti.
- ❖ Znati narediti povrnitveni (pay-back) izračun.
- ❖ Znati izračunati prodajno točko preloma in razložiti metodo izračuna.
- ❖ Znati razložiti izraza »prispevek za kritje« in »marža« in ju izračunati.
- ❖ Znati izpeljati in razložiti primerjavo stroškov za nove in nadomestne investicije.
- ❖ Znati izpeljati in razložiti izračun primerjave dobičkov.
- ❖ Znati izračunati donosnost investicije (ROI) in pojasniti metodo izračuna.
- ❖ Znati izpeljati analizo donosnosti in jo razložiti.
- ❖ Znati razložiti izraz »vhodne spremenljivke investicijske analize« in razložiti posledice sprememb spremenljivk.
- ❖ Znati razložiti razliko med statičnimi in dinamičnimi metodami investicijske analize.

Omejitve in problemi investicijske analize

- ❖ Znati razložiti omejitve in probleme investicijske analize.
- ❖ Znati razložiti izraz »oportunitetni stroški«.



FINANČNO NAČRTOVANJE

GLOBALNI UČNI CILJI

- Znati pojasniti cilje, strukturo in instrumente finančnega načrtovanja.
- Znati razložiti cilje in izdelati projekcije izkaza poslovnega izida, bilance stanja in načrta likvidnosti.
- Znati izračunati ciljne kazalnike (donosnost, likvidnost in produktivnost) ter izpeljati zaključke na podlagi teh kazalnikov.

OPERATIVNI UČNI CILJI

Pregled finančnega načrtovanja

- ❖ Znati razložiti namen finančnega načrtovanja.
- ❖ Znati razložiti razliko med zakonsko določenim finančnim računovodstvom, stroškovnim računovodstvom in (notranjim) finančnim načrtovanjem podjetja.
- ❖ Znati razložiti postopek finančnega načrtovanja.
- ❖ Znati razložiti večje težave finančnega načrtovanja.

Instrumenti finančnega načrtovanja

- ❖ Znati razložiti namen, strukturo in ključne pogoje pri projekciji izkaza poslovnega izida (ki temelji na znanju, določenem v katalogu učnih ciljev EBC*L stopnja A).
- ❖ Znati razložiti namen, strukturo in ključne pogoje pri projekciji bilance stanja (ki temelji na znanju, določenem v katalogu učnih ciljev EBC*L stopnja A).
- ❖ Znati izračunati in razložiti ključna finančna razmerja, navedena v katalogu učnih ciljev EBC*L stopnja A, na podlagi projekcije bilance stanja in projekcije izkaza poslovnega izida.
- ❖ Znati razložiti namen, strukturo in ključne izraze načrtovanja likvidnosti.
- ❖ Znati razložiti razliko med prihodki in prilivi.
- ❖ Znati razložiti razliko med stroški in odlivi.
- ❖ Znati razložiti izraz »denarni tok«.
- ❖ Znati razložiti izraza »likvidnostni presežek« in »kapitalska vrzel« (ali likvidnostno ozko grlo) v okviru načrtovanja likvidnosti.



FINANCIRANJE

GLOBALNI UČNI CILJI

- Znati razložiti različne možnosti financiranja podjetij.

OPERATIVNI UČNI CILJI

Osnove

- ❖ Znati razložiti osnovne razlike med lastniškimi in dolžniškimi viri.

Lastniško financiranje

- ❖ Znati naštetiti in razložiti različne možnosti financiranja z lastniškim kapitalom.
- ❖ Znati razložiti izraz »delnice« in »nove delnice«.
- ❖ Znati razložiti izraz »nerazkrito partnerstvo« (tihan družbenik).

Dolžniško financiranje

- ❖ Znati naštetiti in razložiti različne možnosti financiranja z dolžniškim kapitalom.
- ❖ Znati razložiti izraza »kreditna ocena« in »bonitetna ocena«.
- ❖ Znati razložiti izraz »bančno posojilo«.
- ❖ Znati razložiti izraz »nominalna obrestna mera« in »efektivna obrestna mera«.
- ❖ Znati razložiti izraz »dovoljena prekoračitev«.
- ❖ Znati razložiti izraz »dobaviteljev kredit«.
- ❖ Znati razložiti izraz »obveznica«.
- ❖ Znati razložiti izraz »lizing«.
- ❖ Znati razložiti izraz »faktoring«.