

# MODEL ZADATKA ZA NATJECATELJSKU DISCIPLINU

Poduzetništvo

# UVOD

Naziv discipline: *Poduzetništvo*

Tema: **UVODENJE NOVOG PROIZVODA / PRUŽANJE NOVE USLUGE**

Poštovana natjecateljice, poštovani natjecatelju,

pred tobom je opis zadatka koji te vodi u svijet poduzetništva. Pažljivo pročitaj sadržaj zadatka i upute za rad.

Republika Hrvatska je zemlja prilika, zemlja s puno prednosti – prirodnih resursa i bogatstva, dobrim geografskim položajem, kulturnim nasljeđem, obrazovanim ljudima, ali s druge strane zemlja koja se suočava s problemom iseljavanja ljudi (posebice mladih).

U ovom zadatku ti si poduzetnik/ca koji vjeruje da svoje snove može pretvoriti u uspješan poduzetnički pothvat te rješavanju problema pristupaš na način da ga pretvaraš u priliku ili izazov kojim doprinosiš razvoju grada/mjesta odnosno naše države.

Vodeći se krilaticom „**Mi stvaramo dobre prilike**“ namjeravaš proširiti svoje poslovanje uvođenjem novog proizvoda / pružanjem nove usluge radeći zajedno s članom svoga tima. Predstavljajući ključne elemente vašeg poduzetničkog pothvata svjesni ste izazova na tržištu. Najvažniji uvjet za održivost vašeg pothvata, ali i rješenje ovog zadatka, jeste postojanje kupaca koji su spremni platiti novi proizvod / ili pruženu uslugu. Svjesni ste da je za održivost vašeg pothvata važno imati motiviranog i kvalificiranog zaposlenika spremnog uspješno obavljati poslove i postizati planirane ciljeve. Važno je upoznati se s mogućim izvorima financiranja mikro i malih poduzeća u RH. Svi planirani koraci moraju se usredotočiti na etičke aspekte te moraju imati na umu ekološku, socijalnu, pravnu i ekonomsku održivost vaše poslovne ideje.

Koristi svoju inovativnost, kreativnost i raznovrsnost u tehnikama i načinima izlaganja, predstavljanja i iznošenja informacija o donesenim poslovnim odlukama.

Zadatak je natjecateljski. Osim pobjede, natjecanje ti omogućuje i obogaćivanje tvoga dosadašnjeg znanja, razmjenu dobre prakse s drugim natjecateljima, stjecanje novih iskustava i novih prijatelja, novo radno okruženje i još mnoga toga dobrog – izgradnju samopouzdanja, mogućnost iznošenja vlastitih stavova, vježbu javnog nastupa, obogaćivanje stručnog vokabulara.

Vjerujemo da **ti možeš** osmisliti mnogo dobrih, gospodarski opravdanih poduzetničkih ideja pri čemu ti želimo uspješan rad.

Vjerujemo da Republika Hrvatska ima potencijal za održivi razvoj, da je možemo nazvati „malom zemljom s velikim brojem prilika“ .

Vaš zadatak je da razradite temu: *Uvođenje novog proizvoda/pružanje nove usluge* prema sljedećim modulima. Sretno!

Povjerenstvo za provedbu natjecanja

# OPIS MODELA I ZADAĆA

Ovaj model zadatka uključuje 6 različitih modula:

Prije natjecanja:

- **dio Modula 1. Predstavljanje tvrtke / izrada video uratka natjecateljske tvrtke**

Tijekom natjecanja:

- **dio Modula 1. Predstavljanje tvrtke / Predstavljanje natjecateljske tvrtke i rasprava za okruglim stolom**
- **Modul 2. Ideja o uvođenju novog proizvoda / usluge**
- **Modul 3. Istraživanje tržišta / Određivanje ciljne skupine**
- **Modul 4. Marketinški splet**
- **Modul 5. Financiranje poduzetničkog pothvata**
- **Modul 6. Organizacija poslovanja i ljudski potencijali**

# UPUTE NATJECATELJIMA

## 1. DAN

### MODUL 1 - PREDSTAVLJANJE TVRTKE

**Trajanje: 2 sata (120 min)**

Sudionici državnog natjecanja izrađuju video uradak tvrtke koja uvodi novi proizvod ili novu uslugu te ga šalju Prosudbenom povjerenstvu 7 dana prije početka natjecanja.

Napomena: Natjecateljski timovi će pravovremeno dobiti mail adresu na koju će poslati video uradak.

#### Upute:

Izraditi kratki video uradak u kojem će se predstaviti tvrtka čiji je cilj uvođenje novog proizvoda/nove usluge u trajanju od 1,5 min do 2,00 min.

U video uratku učenici trebaju predstaviti tvrtku čiji je cilj uvođenje novog proizvoda ili nove usluge vodeći računa o usklađenosti s krilaticom zadatka „*Mi stvaramo dobre prilike*“. Izradom video uratka učenici predstavljaju svoja postignuća te razvijaju poduzetničke osobine koje će im biti važne u budućem životu – školovanju, zaposlenju, pokretanju vlastitog poduzetničkog pothvata.

Učenici samostalno odabiru digitalne alate u kojima će izraditi promotivni video materijal (mogu se koristiti i web 2.0 alati).

*Vrsta uređaja za snimanje nije definirana, niti je određen format i rezolucija video materijala. Pri izradi istog treba poštovati Zakon o autorskim pravima.*

1. Predstavljanje tvrtke (tim učenika)	
<b>Video uradak tvrtke</b>	podatci iz sudskog registra, mjesto obavljanja poduzetničke djelatnosti, poslovna banka
	vizija i misija
	proizvodni/prodajni asortiman (opis postojećih proizvoda ili usluga tvrtke)
	povezivanje trendova s poslovnom prilikom
	razlog donošenja odluke o uvođenju novog proizvoda ili pružanju nove usluge
	usklađenost s temom zadatka (tema je smisleno integrirana u video uradak)
	primjena propisa o zaštiti autorskih prava
<b>Sudjelovanje za okruglim stolom</b>	verbalna i neverbalna komunikacija za okruglim stolom
	predstaviti sigurnost i samouvjerenost u komunikaciji
	odgovarati na postavljena pitanja
	poticati raspravu konstruktivnim pitanjima postavljenim sudionicima okruglog stola

#### Na samom natjecanju:

- Timovi predstavljaju tvrtku i sebe, a zatim najave kreirani video uradak u kojem će predstaviti svoju tvrtku i uvođenje novog proizvoda/nove usluge.
- Prosudbeno povjerenstvo, nakon predstavljanja video uratka tvrtke, okuplja sve timove za okrugli stol te otvara raspravu o načinima praćenja aktualnih trendova i noviteta koji utječu na konkurentnu prednost njihovog poslovanja i razloge uvođenja novih proizvoda/novih usluga. Aktivnim sudjelovanjem za okruglim stolom (odgovaranjem na postavljena pitanja i postavljanje pitanja sugovornicima) timovi predstavljaju svoje komunikacijske vještine.

## 2. DAN

### MODUL 2 - IDEJA O UVOĐENJU NOVOG PROIZVODA / USLUGE

Trajanje: 1 sat (60 min)

2. Ideja o uvođenju novog proizvoda/usluge (tim učenika)	
Generiranje ideje	primijeniti kreativne tehnike generiranja ideja
	predstaviti način generiranja ideje za novi proizvod/uslugu
	predstaviti novi proizvod /uslugu temeljen na konceptu održivog razvoja

Planirano vrijeme za izradu zadatka je 20 min. Nakon protoka vremena od 20 minuta javno izložiti ideju članovima prosudbenog povjerenstva. Odabrana tehnika kojom se generirala ideja za novi proizvod/uslugu određuje način javnog izlaganja. Izlaganje svakog tima traje najviše 3 minute.

### MODUL 3 - ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA / ODREĐIVANJE CILJNE SKUPINE

Trajanje: 2 sata (120 min)

3. Istraživanje tržišta / Određivanje ciljne skupine (tim učenika)	
Istraživanje tržišta	definirati cilj istraživanja
	odabrati metode istraživanja tržišta
	koristiti različite vrste izvora podataka
	digitalno evidentirati prikupljene podatke
	obraditi prikupljene podatke
	statistički analizirati prikupljene podatke
	objaviti dobivene informacije u digitalnom obliku
	uskладiti prikupljene informacije s definiranim ciljevima istraživanja
	definirati kriterije segmentacije tržišta ovisno o novom proizvodu ili novoj usluzi
	opisati potencijalne tržišne segmente
	odrediti ciljno usmjeravanje
odabrati marketinške strategije za pozicioniranje	
Sigurnost u nastupu	verbalna komunikacija
	neverbalna komunikacija
	odgovarati na postavljena pitanja

Planirano vrijeme za izradu zadatka je 90 min. Nakon protoka vremena od 90 minuta javno izložiti dobivene rezultate u digitalnom obliku pred članovima povjerenstva te odgovarati na postavljena pitanja. Izlaganje svakog tima traje najviše 3 minute.

## MODUL 4 - MARKETINŠKI SPLET

Trajanje: 2 sata (120 min)

4. Marketinški splet (tim učenika)	
<b>Marketinški splet</b>	odabrati kombinaciju elemenata svake sastavnice marketinškog spleta za novi proizvod/uslugu
	odabrati marketinšku strategiju za uvođenje novog proizvoda/usluga
	odabrati i opisati konkretnu aktivnost društvenog marketinga prilikom uvođenja novog proizvoda/usluge
	motivirati željeno ponašanje kupca cijenom
	izraditi kalkulaciju maloprodajne cijene novog proizvoda/usluge sa svim elementima
	odabrati distribucijske kanale za novi proizvod/uslugu
	odabrati promotivnu aktivnost za novi proizvod/uslugu
	komunicirati s potencijalnim kupcima
	komunicirati s dobavljačima
<b>Sigurnost u nastupu</b>	verbalna komunikacija
	neverbalna komunikacija
	odgovarati na postavljena pitanja

Planirano vrijeme za izradu zadatka je 100 min. Nakon protoka vremena od 100 minuta javno predstaviti razmišljanja i rješenja marketinškog spleta u svezi uvođenja novog proizvoda/usluge u digitalnom obliku pred članovima povjerenstva te odgovarati na postavljena pitanja. Izlaganje svakog tima traje najviše 3 minute.

## MODUL 5 - FINANCIRANJE PODUZETNIČKOG POTHVATA

Trajanje: 2 sata (120 min)

5. Financiranje poduzetničkog pothvata (tim učenika)	
<b>Financiranje poduzetničkog pothvata</b>	opisati izvore financiranja pothvata koji su planirani za uvođenje novog proizvoda/usluge
	koristiti sve moguće izvore financiranja (obavezno uključiti kredit)
	opisati načine njihovog korištenja
	prikazati strukturu izvora financiranja
	prikazati godišnji plan otplate kredita
	opisati odabrani otplatni plan
	uključiti državnu potporu i poticaje razvoju poduzetništva (poduzetničke zone, slobodne zone, subvencije i sl.)
	navesti konkretne mjere državne potpore koje su aktualne, a koje će se koristiti kao mogući izvori financiranja
<b>Sigurnost u nastupu</b>	verbalna komunikacija
	neverbalna komunikacija
	odgovarati na postavljena pitanja

Javno predstaviti razmišljanja i rješenja financiranja pothvata u svezi uvođenja novog proizvoda/usluge. Način predstavljanja po izboru tima. Izlagati pred članovima povjerenstva i odgovarati na postavljena pitanja. Radno vrijeme za izradu zadatka je 90 minuta. Izlaganje svakog tima traje najviše 3 minute.

## MODUL 6 - ORGANIZACIJA POSLOVANJA I LJUDSKI POTENCIJALI

Trajanje: 4 sata (240 minuta)

6. Organizacija rada i ljudski potencijali (tim učenika)	
<b>Organizacija rada i ljudski potencijali</b>	izraditi plan potrebnih ljudskih potencijala radi uvođenja novog proizvoda/usluge
	opisati radna mjesta
	izraditi natječaj za zapošljavanja novih zaposlenika
	kreirati motivacijsko pismo i životopis u europass formatu (u ulozi potencijalnog zaposlenika)
	izraditi novi organigram nakon zapošljavanja novih zaposlenika
	definirati liniju odgovornosti unutar svake pojedine organizacijske jedinice poslovnog odjela
	opisati tehnike motivacije i nagrađivanja zaposlenika u novopostavljenoj organizaciji poslovanja
	opisati oblike kompenzacija (izuzev plaća)
	opisati metode i tehnike edukacije novih zaposlenika
	opisati načine izgradnje zajedništva (team building) u organizaciji
<b>Sigurnost u nastupu</b>	verbalna komunikacija
	neverbalna komunikacija
	odgovarati na postavljena pitanja

Javno predstaviti razmišljanja i rješenja u digitalnom obliku uz potrebna objašnjenja. Radno vrijeme za izradu zadatka traje 170 minuta. Izlagati pred članovima povjerenstva i odgovarati na postavljena pitanja. Izlaganje svakog tima traje najviše 5 minuta.

# OPREMA, STROJEVI, INSTALACIJE I POTREBNI MATERIJALI

Svaki natjecateljski tim ima na raspolaganju:

- PC računalo/ ili laptop (instalirani Windows 10 i Microsoft Office 2013 ili noviji)
- tablet
- printer
- kalkulator
- bunt papira A4
- post it naljepnice
- škare
- spajalice
- bušilicu za papir
- flomastere
- selotejp
- papir i markeri za pisanje po flipchart-u

Detaljan opis infrastrukture nalazi se u dokumentu Tehnički opis natjecateljske discipline Poduzetništvo.

Organizacijsko povjerenstvo osigurava prostor izvan natjecateljske zone za održavanje rasprave natjecateljskih timova za okruglim stolom.



# MATERIJALI, OPREMA I ALATI KOJI DONOSE NATJECATELJI

- memorijski stik s video uratkom tvrtke natjecateljski timovi donose na školsku, međužupanijsku i državnu razinu natjecanja

## **MATERIJALI, OPREMA I ALATI KOJI SU ZABRANJENI NA RADNOM MJESTU**

Svi materijali bit će osigurani od strane organizatora natjecanja – škole domaćina. Natjecatelju je sve osigurano na radnom mjestu te mu nije dozvoljeno donošenje literature, opreme, elektroničkih uređaja i bilo kojih drugih pomagala na radno mjesto.

## TABLICA OCJENJIVANJA

Pri ocjenjivanju na natjecanjima obično se upotrebljavaju dvije metode:

- mjerenje
- prosudba

Tijekom procesa vrjednovanja i bodovanja mjerenjem moguće je dodijeliti samo maksimalni broj bodova ili nulu.

Bodovanje prosudbom koristi se sljedećim rasponom bodova:

- 0 bodova: izvedba je na bilo koji način ispod industrijskog standarda/standarda struke što uključuje i nedostatak truda da se postigne
- 1 bod: izvedba koja zadovoljava industrijski standard/standard struke
- 2 boda: izvedba koja zadovoljava i do određene mjere nadilazi industrijski standard/standard struke
- 3 boda: izvrsna ili izvanredna izvedba u odnosu na očekivanje industrijskog standarda/standarda struke

Napomena: U slučaju da natjecatelji prilikom vrjednovanja ostvare isti broj bodova:

- bolje je rangiran natjecateljski tim koji je ostvario više bodova u modulu MARKETINŠKI SPLET
- ako natjecatelji i dalje imaju jednak broj bodova, bolje je rangiran natjecateljski tim koji je ostvario više bodova u modulu IDEJA O UVOĐENJU NOVOG PROIZVODA / USLUGE

U nastavku je prikazana okvirna tablica vrednovanja po modulima.

MODUL 1 - PREDSTAVLJANJE TVRTKE				
Element ocjenjivanja	Opis elementa	Bodovi		Kriteriji
Predstavljanje tvrtke	podatci iz sudskog registra, mjesto obavljanja poduzetničke djelatnosti, poslovna banka	navedeni svi podatci iz sudskog registra, mjesto obavljanja poduzetničke djelatnosti, poslovna banka	1	predstavljanje tvrtke organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan
		nisu navedeni svi podatci iz sudskog registra, mjesto obavljanja poduzetničke djelatnosti, poslovna banka	0	
	vizija i misija	jasno definirana vizija i misija tvrtke	1	predstavljanje tvrtke organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan
		djelomično / nepotpuno navedena vizija i misija	0	
	proizvodni/prodajni asortiman (opis postojećih proizvoda ili usluga tvrtke)	opisan proizvodni/prodajni asortiman	1	predstavljanje tvrtke marketinški splet poslovni plan
		nije opisan / djelomično opisan proizvodni / prodajni asortiman	0	
	povezivanje trendova s poslovnom prilikom tvrtke	navedene su i opisane prilike povezivanja trendova s poslovnom prilikom	1	predstavljanje tvrtke

		nisu navedene / djelomično navedene i opisane prilike povezivanja trendova s poslovnom prilikom	0	
razlog donošenja odluke o uvođenju novog proizvoda/ili pružanju nove usluge		naveden je i opisan razlog donošenja odluke o uvođenju novog proizvoda/ili pružanju nove usluge	1	predstavljanje tvrtke istraživanje tržišta poslovni plan
		nije naveden i opisan razlog donošenja odluke o uvođenju novog proizvoda/ili pružanju nove usluge	0	
usklađenost s temom zadatka		tema je smisljeno integrirana u video uradak	1	predstavljanje tvrtke
		tema nije smisljeno integrirana u video uradak	0	
voditi računa o autorskim pravima		poštuje se Zakon o autorskim pravima	1	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija predstavljanje tvrtke
		ne poštuje se Zakon o autorskim pravima	0	
dizajn video uratka		originalan dizajn video uratka	1	predstavljanje tvrtke
		manje originalan ili neoriginalan dizajn video uratka	0	
kreativnost video uratka		izražena kreativnost u izradi video uratka	1	predstavljanje tvrtke
		manje izražena kreativnost ili neizražena kreativnost video uratka	0	
sigurnost i samouvjerenost u komunikaciji i predstavljanju novog proizvoda/nove usluge za okruglim stolom		korištena stručna terminologija i argumentiranje stavova za okruglim stolom	1	predstavljanje tvrtke organizacija rada izgradnja tima i komunikacija
		nije korištena stručna terminologija i argumentiranje stavova za okruglim stolom	0	
odgovarati na postavljena pitanja moderatora za okruglim stolom		jasno odgovaranje na postavljena pitanja moderatora	1	predstavljanje tvrtke organizacija rada izgradnja tima i komunikacija
		nejasno i dvosmisleno odgovaranje na postavljena pitanja moderatora	0	
verbalna i neverbalna komunikacija za okruglim stolom		primjerena verbalna i neverbalna komunikacija	1	predstavljanje tvrtke organizacija rada izgradnja tima i komunikacija
		loša verbalna i neverbalna komunikacija	0	

	poticanje rasprave konstruktivnim pitanjima sudionicima okruglog stola	postavljanje konstruktivnih pitanja sudionicima i odgovaranje na postavljena pitanja	<b>1</b>	predstavljanje tvrtke organizacija rada izgradnja tima i komunikacija
		nepoticanje rasprave	<b>0</b>	
<b>UKUPNO:</b>			<b>13</b>	

### MODUL 2 - IDEJA O UVOĐENJU NOVOG PROIZVODA/USLUGE

Element ocjenjivanja	Opis elementa	Bodovi		Kriteriji
<b>Generiranje ideje</b>	primijeniti kreativne tehnike generiranja ideja	u potpunosti su primijenjene kreativne tehnike generiranja ideja	<b>2</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan
		djelomično su primijenjene kreativne tehnike generiranja ideja	<b>1</b>	
		nisu primijenjene kreativne tehnike generiranja ideja	<b>0</b>	
	predstaviti način generiranja ideje za novi proizvod/uslugu	u potpunosti je predstavljen način generiranja ideje za novi proizvod/uslugu	<b>2</b>	poslovni plan
		djelomično predstavljen način generiranja ideje za novi proizvod/uslugu	<b>1</b>	
		nije predstavljen način generiranja ideje za novi proizvod/uslugu	<b>0</b>	
	novi proizvod /usluga temeljiti na konceptu održivog razvoja	novi proizvod/usluga temeljen na konceptu održivog razvoja u potpunosti	<b>2</b>	održivi razvoj poslovni plan
		novi proizvod/usluga djelomično temeljen na konceptu održivog razvoja	<b>1</b>	
		novi proizvod/usluga nije temeljen na konceptu održivog razvoja	<b>0</b>	
<b>UKUPNO:</b>			<b>6</b>	

### MODUL 3 - ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA / ODREĐIVANJE CILJNE SKUPINE

Element ocjenjivanja	Opis elementa	Bodovi		Kriteriji
	definirati cilj istraživanja	jasno su definirani ciljevi istraživanja	<b>2</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine

<b>Istraživanje tržišta</b>		djelomično su definirani ciljevi istraživanje	<b>1</b>	poslovni plan
		nisu definirani ciljevi istraživanja	<b>0</b>	
	odabrati metode istraživanja tržišta	koristi odabranu (zadanu) metodu za istraživanje tržišta	<b>1</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan
		ne razumije značenje odabrane (zadane) metode u istraživanju tržišta te se ne koristi	<b>0</b>	
	koristiti različite vrste izvora podataka	koristi različite vrste podataka	<b>1</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine
		ne razlikuju vrste podataka	<b>0</b>	
	digitalno evidentirati prikupljene podatke	koristi digitalne alate za evidentiranje prikupljenih podataka	<b>1</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine organizacija rada izgradnja tima i komunikacija
		ne koristi digitalne alate za evidentiranje prikupljenih podataka	<b>0</b>	
	obraditi prikupljene podatke	prikupljene podatke pravilno obrađuje i tabelarno prikazuje	<b>1</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine
		prikupljene podatke ne obrađuje i ne prikazuje tabelarno	<b>0</b>	
	statistički analizirati prikupljene podatke	statistički analizira podatke / izračunava postotne udjele i grafički prikazuje	<b>2</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine
		djelomično statistički analizira podatke / izračunava postotne udjele i grafički prikazuje	<b>1</b>	
		statistički ne analizira podatke / izračunava postotne udjele i grafički prikazuje	<b>0</b>	
	objaviti dobivene informacije u digitalnom obliku	objavljuje dobivene informacije u nekom digitalnom obliku	<b>1</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine
		ne objavljuje dobivene informacije u nekom digitalnom obliku	<b>0</b>	
	uskладiti prikupljene informacije s definiranim ciljevima istraživanja	prikupljeni podatci su usklađeni s ciljevima istraživanja	<b>2</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine
prikupljeni podatci su djelomično usklađeni s ciljevima istraživanja		<b>1</b>		
prikupljeni podatci nisu usklađeni s ciljevima istraživanja		<b>0</b>		
definirati kriterije segmentacije tržišta	pravilno su odabrani kriteriji i provodi se segmentacija tržišta	<b>2</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine	

	ovisno o novom proizvodu ili novoj usluzi	djelomično su odabrani kriteriji i djelomično se provodi segmentacija tržišta	<b>1</b>	
		nisu pravilno odabrani kriteriji za segmentaciju tržišta	<b>0</b>	
	opisati potencijalne tržišne segmente	pravilno uočava i opisuje tržišni segment	<b>1</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine poslovni plan
		ne uočava tržišni segment	<b>0</b>	
	odrediti ciljno usmjeravanje	pravilno opisati način ciljnog usmjeravanje	<b>1</b>	
		ne uočava načine ciljnog usmjeravanja	<b>0</b>	
	odabrati marketinške strategije za pozicioniranje	pravilno su odabrane marketinške strategije za pozicioniranje	<b>2</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine marketinški splet
		djelomično su odabrane marketinške strategije za pozicioniranje	<b>1</b>	
		nisu odabrane marketinške strategije za pozicioniranje	<b>0</b>	
	verbalna komunikacija	korištena stručna terminologija uz argumentiranje	<b>1</b>	istraživanje tržišta / ciljne skupine organizacija rada, izgradnja tima i komunikacija
		nije korištena stručna terminologija i argumentiranje	<b>0</b>	
	neverbalna komunikacija	uvjerljiv i siguran nastup tijekom izlaganja	<b>1</b>	
		neuvjerljiv i nesiguran nastup tijekom izlaganja	<b>0</b>	
	odgovaranje na postavljena pitanja	potpuno odgovara na pitanja povjerenstva	<b>1</b>	
		netočno odgovara na pitanja povjerenstva	<b>0</b>	
		<b>UKUPNO:</b>	<b>20</b>	

<b>MODUL 4 - MARKETINŠKI SPLET</b>			
<b>Element ocjenjivanja</b>	<b>Opis elementa</b>	<b>Bodovi</b>	<b>Kriteriji</b>
<b>Marketinški splet</b>	odabrati i opisati kombinaciju elemenata svake sastavnice	u potpunosti je odabrana kombinacija elemenata marketinškog spleta za novi	<b>3</b> organizacija rada izgradnja tima i komunikacija

	marketinškog spleta za novi proizvod/uslugu	proizvod/uslugu s potpunim opisom		marketinški splet
		u potpunosti je odabrana kombinacija elemenata marketinškog spleta za novi proizvod / uslugu s djelomičnim opisom	<b>2</b>	
		djelomično je odabrana kombinacija elemenata marketinškog spleta za novi proizvod/uslugu, bez opisa	<b>1</b>	
		nije odabrana kombinacija elemenata marketinškog spleta za novi proizvod/uslugu	<b>0</b>	
	odabrati i opisati marketinšku strategiju za uvođenje novog proizvoda/usluga	odabrana je marketinška strategija za uvođenje novog proizvoda/usluge s potpunim opisom	<b>3</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija  marketinški splet
		odabrana je marketinška strategija za uvođenje novog proizvoda/usluge s djelomičnom opisom	<b>2</b>	
		odabrana je marketinška strategija za uvođenje novog proizvoda/usluge, bez opisa	<b>1</b>	
		nije odabrana marketinška strategija za uvođenje novog proizvoda/usluge	<b>0</b>	
	odabrati i opisati konkretnu aktivnost društvenog marketinga prilikom uvođenja novog proizvoda / usluge	odabrana je konkretna aktivnost društvenog marketinga prilikom uvođenja novog proizvoda/usluge s potpunim opisom	<b>3</b>	marketinški splet  održivi razvoj
		odabrana je konkretna aktivnost društvenog marketinga prilikom uvođenja novog proizvoda/usluge s djelomičnim opisom	<b>2</b>	
		odabrana je konkretna aktivnost društvenog marketinga prilikom uvođenja novog proizvoda/usluge, bez opisa	<b>1</b>	
		nije odabrana konkretna aktivnost društvenog marketinga prilikom uvođenja novog proizvoda/usluge	<b>0</b>	
			navedeni su oblici motivacije (prilike) vezane za odluke o cijeni	<b>1</b>



	motivirati željeno ponašanje kupca cijenom	nisu navedeni oblici motivacije (prilike) vezane za odluke o cijeni	<b>0</b>	
	izraditi kalkulaciju maloprodajne cijene novog proizvoda/usluge sa svim elementima	točno izrađena kalkulacija maloprodajne cijene novog proizvoda/usluge sa svim elementima	<b>2</b>	marketinški splet financije
		djelomično točno je izrađena kalkulacija maloprodajne cijene novog proizvoda/usluge	<b>1</b>	
		nije točno izrađena kalkulacija maloprodajne cijene novog proizvoda/usluge sa svim elementima	<b>0</b>	
	odabrati i obrazložiti/argumentirati distribucijske kanale za novi proizvod/uslugu	odabrani su distribucijski kanali za novi proizvod / uslugu s potpunim obrazloženjem	<b>3</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija  marketinški splet
		odabrani su distribucijski kanali za novi proizvod/uslugu s djelomičnim obrazloženjem	<b>2</b>	
		odabrani su distribucijski kanali za novi proizvod / uslugu bez obrazloženja	<b>1</b>	
		nisu odabrani distribucijski kanali za novi proizvod/uslugu	<b>0</b>	
	odabrati i obrazložiti/argumentirati promotivnu aktivnost za novi proizvod/uslugu	odabrana je promotivna aktivnost za novi proizvod / uslugu s potpunim obrazloženjem	<b>3</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija  marketinški splet
		odabrana je promotivna aktivnost za novi proizvod / uslugu s djelomičnim obrazloženjem	<b>2</b>	
		odabrana je promotivna aktivnost za novi proizvod/uslugu bez obrazloženja	<b>1</b>	
		nije odabrana promotivna aktivnost za novi proizvod/uslugu	<b>0</b>	
	način komunikacije s potencijalnim kupcima	naveden je način komunikacije s potencijalnim kupcima	<b>1</b>	poslovni plan
		nije naveden način komunikacije s potencijalnim kupcima	<b>0</b>	
	način komunikacije s dobavljačima	naveden je način komunikacije s dobavljačima	<b>1</b>	poslovni plan
		nije naveden način komunikacije s dobavljačima	<b>0</b>	

	verbalna komunikacija	korištena stručna terminologija uz argumentiranje	1	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija
		nije korištena stručna terminologija i argumentiranje	0	
	neverbalna komunikacija	uvjerljiv i siguran nastup tijekom izlaganja	1	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija
		neuvjerljiv i nesiguran nastup tijekom izlaganja	0	
	odgovaranje na postavljena pitanja	potpuno odgovara na pitanja povjerenstva	2	
		djelomično odgovara na pitanja povjerenstva	1	
ne odgovara na pitanja povjerenstva		0		
		<b>UKUPNO:</b>	<b>24</b>	

#### MODUL 5 - FINANCIRANJE PODUZETNIČKOG POTHVATA

Element ocjenjivanja	Opis elementa	Bodovi	Kriteriji	
<b>Financiranje poduzetničkog pothvata</b>	opisati izvore financiranja pothvata koji su planirani za uvođenje novog proizvoda/usluge	izvori financiranja su pravilno opisani	2	financije poslovni plan
		izvori financiranja su djelomično opisani	1	
		izvori financiranja nisu opisani ili opis postoji, ali ne zadovoljava	0	
	koristiti različite moguće izvore financiranja/ obavezno uključiti kredit	u opisu su korišteni različiti mogući izvori financiranja uključujući kredit	1	financije poslovni plan
		u opisu nisu korišteni različiti mogući izvori financiranja	0	
	opisati načine njihovog korištenja	pravilno su opisani načini korištenja izvora financiranja	1	financije poslovni plan
		nisu opisani načini korištenja izvora financiranja ili su opisani, ali nepravilno ili djelomično	0	
	prikazati strukturu izvora financiranja	struktura je prikazana	1	financije poslovni plan
		struktura nije prikazana	0	
	opisati vrstu kredita planiranog za	pravilno je opisana vrsta kredita sa svim zadanim elementima	1	financije poslovni plan

	financiranje uvođenja novog proizvoda/usluge i navesti osnovne elemente (iznos kredita, valutu, visinu kamatne stope, rok otplate, iznos kamata i iznos glavnice plus kamate)	nije opisana vrsta kredita sa svim zadanim elementima	<b>0</b>	
	prikazati informativni otplatni plan kredita za prvu i zadnju godinu korištenja kredita (otplata uz nominalno jednake otplatne kvote - „otplata u ratama“) uz pretpostavku da neće doći do povećanja kamatne stope/planirati mjesečnu otplatu	pravilno je prikazan informativni otplatni plan	<b>3</b>	financije poslovni plan
djelomično je prikazan otplatni plan		<b>2</b>		
prikaz otplatnog plana zadovoljava minimalne zahtjeve struke		<b>1</b>		
nije prikazan otplatni plan		<b>0</b>		
	objasniti elemente prikazanog otplatnog plana i specifičnosti prikazanog načina otplate	objašnjenje u potpunosti zadovoljava	<b>2</b>	financije poslovni plan
objašnjenje djelomično zadovoljava		<b>1</b>		
objašnjenje ne zadovoljava		<b>0</b>		
	uključiti državnu potporu i poticaje razvoju poduzetništva (poduzetničke zone, slobodne zone, subvencije i sl.) u financiranje pothvata	uključena je državna potpora razvoju poduzetništva	<b>2</b>	financije poslovni plan održivi razvoj
državna potpora razvoju poduzetništva je uključena, ali nije konkretno definiran način primjene u pothvatu		<b>1</b>		
nije uključena državna potpora razvoju poduzetništva		<b>0</b>		
	navesti konkretne mjere državne potpore koje su aktualne, a koje će se koristiti kao mogući izvori financiranja i opisati njihovu primjenu u pothvatu	navedene su konkretne aktualne mjere državne potpore i pravilno je opisana njihova primjena	<b>2</b>	financije poslovni plan održivi razvoj
konkretne mjere su navedene, ali nije jasno definirana njihova primjena u pothvatu		<b>1</b>		
nisu navedene konkretne aktualne mjere državne potpore ili su navedene, ali nisu primjenljive u pothvatu		<b>0</b>		
<b>Sigurnost u nastupu</b>	verbalna komunikacija	korištena je stručna terminologija uz argumentiranje dobivenih rezultata	<b>1</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija

		nije korištena stručna terminologija uz argumentiranje	0	financije
	neverbalna komunikacija	uvjerljiv i siguran nastup tijekom izlaganja	1	poslovni plan
		neuvjerljiv i nesiguran nastup tijekom izlaganja	0	održivi razvoj
	odgovaranje na postavljena pitanja	potpuno odgovara na pitanja povjerenstva	2	
		djelomično odgovara na pitanja povjerenstva	1	
		ne odgovara na pitanja	0	
		<b>UKUPNO:</b>	<b>19</b>	

### MODUL 6 - ORGANIZACIJA POSLOVANJA I LJUDSKI POTENCIJALI

Element ocjenjivanja	Opis elementa	Bodovi		Kriteriji
<b>Organizacija rada i ljudski potencijali</b>	izraditi plan potrebnih ljudskih potencijala radi uvođenja novog proizvoda/usluge	plan je pravilno izrađen	1	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan održivi razvoj
		plan nije izrađen ili je izrađen, ali ne zadovoljava	0	
	opisati radna mjesta	opis je pravilno izrađen	1	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan organizacijska struktura ljudski potencijali održivi razvoj
		opis nije izrađen ili je izrađen, ali ne zadovoljava	0	
	izraditi natječaj za zapošljavanje novih zaposlenika	natječaj je pravilno izrađen i u potpunosti zadovoljava	1	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan organizacijska struktura ljudski potencijali održivi razvoj
		natječaj nije izrađen	0	
	kreirati motivacijsko pismo i životopis u europass formatu (u ulozi potencijalnog zaposlenika)	dokumenti su pravilno izrađeni	3	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan organizacijska struktura ljudski potencijali održivi razvoj
		dokumenti su izrađeni u zadovoljavajućoj formi	2	
		izrađen je samo jedan dokument ili su izrađena obadva, ali nepravilno	1	
		dokumenti nisu izrađeni	0	

izraditi novi organigram nakon zapošljavanja novih zaposlenika	organigram je pravilno izrađen	<b>1</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan organizacijska struktura ljudski potencijali održivi razvoj
	organigram nije pravilno izrađen ili uopće nije izrađen	<b>0</b>	
definirati liniju odgovornosti unutar svake pojedine organizacijske jedinice (odjela)	linija odgovornosti je pravilno definirana	<b>1</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan organizacijska struktura ljudski potencijali održivi razvoj
	linija odgovornosti je nepravilno definirana ili uopće nije definirana	<b>0</b>	
opisati tehnike motivacije i nagrađivanja zaposlenika u novopostavljenoj organizaciji poslovanja	opis u potpunosti zadovoljava	<b>2</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan organizacijska struktura ljudski potencijali održivi razvoj
	opis djelomično zadovoljava	<b>1</b>	
	opis ne zadovoljava ili ga nema	<b>0</b>	
opisati oblike kompenzacija (izuzev plaća)	opis u potpunosti zadovoljava	<b>1</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan organizacijska struktura ljudski potencijali održivi razvoj
	opis ne zadovoljava ili ga nema	<b>0</b>	
opisati metode i tehnike edukacije novih zaposlenika	opis u potpunosti zadovoljava	<b>1</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan organizacijska struktura ljudski potencijali održivi razvoj
	opis ne zadovoljava ili ga nema	<b>0</b>	
opisati načine izgradnje zajedništva (team building) u organizaciji (navesti	opis u potpunosti zadovoljava	<b>2</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija poslovni plan organizacijska
	opis djelomično zadovoljava	<b>1</b>	
	opis ne zadovoljava ili ga nema	<b>0</b>	

	konkretno primjenjive primjere)			struktura ljudski potencijali održivi razvoj
<b>Sigurnost u nastupu</b>	verbalna komunikacija	korištena je stručna terminologija uz argumentiranje dobivenih rezultata	<b>1</b>	organizacija rada izgradnja tima i komunikacija
		nije korištena stručna terminologija uz argumentiranje	<b>0</b>	
	neverbalna komunikacija	uvjerljiv i siguran nastup tijekom izlaganja	<b>1</b>	poslovni plan organizacijska struktura
		neuvjerljiv i nesiguran nastup tijekom izlaganja	<b>0</b>	
	odgovaranje na postavljena pitanja	potpuno odgovara na pitanja povjerenstva	<b>2</b>	ljudski potencijali održivi razvoj
		djelomično odgovara na pitanja povjerenstva	<b>1</b>	
		ne odgovara na pitanja	<b>0</b>	
		<b>UKUPNO:</b>	<b>18</b>	
		<b>SVEUKUPNO :</b>	<b>100</b>	

# DODATNE UPUTE ZA PROVEDBU NATJECANJA U DISCIPLINI PODUZETNIŠTVO

Poštovani,

molimo vas da poštujuete ove dodatne upute, kako slijedi:

1. Dozvoljena je upotreba Interneta u svrhu kreiranja zadatka. Natjecatelji koriste dozvoljene aplikacije na Internetu koje im mogu poslužiti za samostalno kreiranje potrebnih sadržaja.
2. Svaka uporaba Interneta u nedozvoljene svrhe, kao npr., korištenje tuđih promidžbenih materijala i skica s Interneta, kontaktiranje s mentorom posredstvom Interneta i korištenje drugih pomagala za vrijeme natjecanja, dovodi do diskvalifikacije tima.
3. U slučaju tehničkih poteškoća tim će produžiti rad za toliko vremena koliko je bilo potrebno za otklanjanja tih poteškoća.
4. Rješenja zadataka se pohranjuju u mapu na računalu.
5. Redoslijed timova određuje povjerenstvo.
6. Ukoliko dva ili više timova osvoji isti broj bodova, konačni plasman timova u natjecanju određuje se na temelju broja bodova iz Modula 4. Marketinški splet.
7. Ukoliko i tada neki timovi budu jednaki po osvojenom broju bodova, prednost će imati tim koji je osvojio više bodova iz Modula 2.
8. Povjerenstvo je dužno nadzirati rad timova tijekom natjecanja.

## PREPORUKA:

Nakon svakog odrađenog modula Prosudbena povjerenstva vrjednuju uratke natjecateljskih timova.

Povjerenstvo za provedbu natjecanja

# SADRŽAJ

<b>UVOD .....</b>	<b>2</b>
<b>OPIS MODELA I ZADAĆA .....</b>	<b>3</b>
<b>UPUTE NATJECATELJIMA.....</b>	<b>4</b>
1. DAN .....	4
<i>Modul 1 - Predstavljanje tvrtke .....</i>	<i>4</i>
2. DAN .....	5
<i>Modul 2 - Ideja o uvođenju novog proizvoda / usluge.....</i>	<i>5</i>
<i>Modul 3 - Istraživanje tržišta / određivanje ciljne skupine.....</i>	<i>5</i>
<i>Modul 4 - Marketinški splet.....</i>	<i>6</i>
<i>Modul 5 - Financiranje poduzetničkog pothvata.....</i>	<i>6</i>
3. DAN .....	7
<i>Modul 6 - Organizacija poslovanja i ljudski potencijali.....</i>	<i>7</i>
<b>OPREMA, STROJEVI, INSTALACIJE I POTREBNI MATERIJALI.....</b>	<b>8</b>
<b>MATERIJALI, OPREMA I ALATI KOJI DONOSE NATJECATELJI.....</b>	<b>9</b>
<b>MATERIJALI, OPREMA I ALATI KOJI SU ZABRANJENI NA RADNOM MJESTU.....</b>	<b>10</b>
<b>TABLICA OCJENJIVANJA .....</b>	<b>11</b>
<i>Modul 1 - Predstavljanje tvrtke .....</i>	<i>11</i>
<i>Modul 2 - Ideja o uvođenju novog proizvoda/usluge (tim učenika).....</i>	<i>13</i>
<i>Modul 3 - Istraživanje tržišta.....</i>	<i>13</i>
<i>Modul 4 - Marketinški splet.....</i>	<i>15</i>
<i>Modul 5 - Financiranje poduzetničkog pothvata.....</i>	<i>18</i>
<i>Modul 6 - Organizacija poslovanja i ljudski potencijali.....</i>	<i>20</i>
<b>SADRŽAJ.....</b>	<b>24</b>





Agencija za  
strukovno obrazovanje  
i obrazovanje odraslih



## IZVRSNOST I ZNANJE ZASLUŽUJU PRIZNANJE!

Promocija učeničkih kompetencija i strukovnog  
obrazovanja kroz strukovna natjecanja i smotre



Europska unija  
"Zajedno do fondova EU"



EUROPSKI STRUKTURNI  
I INVESTICIJSKI FONDOVI



EUROPSKI  
SOCIJALNI  
FOND  
UČINKOVITI  
LJUDSKI  
POTENCIJALI

Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.