

Název školy: Sportovní a podnikatelská střední škola, s.r.o.
Název vyučovacího předmětu: **Ekonomika, management**
Celková hodinová dotace: **12 hodin**
Platnost učební osnovy: **od 1.9. 2022, počínaje 1. ročníkem**

Pojetí vyučovacího předmětu

Obecný cíl vyučovacího předmětu

Předmět vede k získávání znalostí z ekonomie, firemní ekonomiky a z problematiky managementu a hospodaření podnikatelských subjektů a jejich okolí. Žák se učí základní podnikové činnosti, získává výchozí marketingové a manažerské znalosti a dovednosti. Výuka je orientována pro potřeby podnikání (nebo zaměstnaneckého poměru) s důrazem na uplatnění v řízení činností a provozu malých a středních firem, podnikatelskou filozofii, na znalosti metod vedení lidí, technik vedení firmy a získávání praktických dovedností v této oblasti.

Charakteristika učiva

Předmět je stěžejním odborným předmětem, na který navazují ostatní ekonomické předměty, zejména účetnictví a daně, statistika, hospodářské výpočty, je úzce propojen s předmětem právní nauka a poskytuje žákům širokou základnu pro další prohlubování vědomostí a dovedností v praxi nebo při dalším odborném studiu. Znalosti předmětu jsou osovými pro aplikační ekonomické předměty odborného zaměření firemní management a marketing a zaměření personalistika a psychologie managementu.

Směřování výuky v oblasti citů, postojů, hodnot a preferencí

Výuka ekonomiky a marketingu směřuje k tomu, aby žáci:

- vysvětlili základní ekonomické kategorie, modelové tržní situace, postavení, fungování a úlohu firmy v tržním hospodářství, členění majetku firmy, jednotlivé druhy nákladů, vypočítali základní ukazatele podnikové efektivnosti;
- pojmenovali okolí podnikatelského subjektu, objasnili fungování makroekonomického systému včetně nástrojů a cílů hospodářské politiky vlády a základní pojmy mezinárodní ekonomiky;
- zpracovali s využitím výpočetní techniky případové studie a samostatné práce;
- aplikovali teoretické znalosti pro praxi;
- analyzovali úskalí ekonomického myšlení a rozhodování;
- používali manažerské metody a formy práce;
- dokázali komunikovat se spolupracovníky;
- získávali schopnosti a dovednosti pro výkon manažerské funkce v malých a středních firmách;
- popsali a vytvořili organizační strukturu podniku;
- vypracovali marketingové studie, marketingový mix;
- používali marketingové znalosti a dovednosti v činnosti podniku;
- prováděli propočty zásobování, řešili zásobovací činnosti s ohledem na kvalitu a efektivnost firmy;

- stylizovali hospodářské písemnosti a komunikovali v rámci firmy i s jejím okolím pomocí moderních technických prostředků;
- orientačně řešili agendu zahraničního obchodu;
- dokázali komunikovat s bankou, zajistit úvěr a využívat zprostředkovatelské služby v bance;
- dovedli jednat s finančními úřady, odváděli sociální a zdravotní pojištění apod.;
- byli schopni založit soukromý podnik, vést jej v souladu s nástroji racionálního hospodaření s cílem maximalizace zisku.

Výukové strategie (pojetí výuky)

Výuka předmětu je koncipována pragmaticky pro potřeby manažerské praxe. Důsledně je využíván problémový přístup k výuce, řízený rozhovor, týmová práce aj. aktivizační metody práce. Žáci poznávají i seminární formu práce, učí se zpracovávat samostatné práce a vybrané manažerské a marketingové případové studie, tyto řeší a hodnotí závěry zejména z hlediska bezprostředních aplikací v praktickém životě jednotlivců - podnikatelů, manažerů či širších podnikatelských subjektů. Ve výuce ekonomiky a marketingu se hodnotí též závěry a praktické poznatky z odborné ekonomické praxe žáků. Výuka je doplňována manažerskými kurzy, tématickými exkurzemi, projektem fiktivní firmy apod.

Hodnocení výsledků žáků

Žáci jsou hodnoceni standardními metodami (ústní zkoušení, testování, samostatné práce apod.). Důraz se klade na používání získaných vědomostí v logických souvislostech, schopnost vysvětlovat, komentovat, zobecňovat a věcně argumentovat. Při výuce se hodnotí aktivita žáka a jeho schopnost aplikovat získané poznatky na ekonomickou situaci. Kritéria hodnocení jsou dána klíčovými kompetencemi a klasifikačním řádem.

Přínos k rozvoji klíčových kompetencí

Kompetence k učení

Žák by měl umět:

- číst s porozuměním, vyhledávat v textu klíčová slova;
- formulovat hlavní myšlenky textu;
- tvořit otázky, poznámky, výpisky, vyvozovat závěry ...

Kompetence k řešení problémů

Žák bude veden k:

- nacházení prostředků a způsobů ke splnění úkolů (aktivit);
- aplikaci získané vědomosti, zkušenosti, dovednosti;
- získávání informace z otevřených zdrojů;
- plánování svoji činnosti;
- kritickému hodnocení používané informace ...

Komunikativní kompetence

Žák by měl umět:

- rozebrat a interpretovat odborný ekonomický text;
- aktivně se účastnit diskuzí;

- formulovat, prezentovat a obhajovat své názory a stanoviska;
- vyjadřovat se v souladu se zásadami kulturního projevu;
- argumentovat;
- samostatně vytvářet písemný i ústní komunikát ...

Personální a sociální kompetence

Žák by měl být schopen:

- vyhodnocovat dosažené výsledky a pokrok;
- přijímat hodnocení svých výsledků a adekvátně na ně reagovat;
- přijímat rady i kritiku;
- přijímat a odpovědně plnit svěřené úkoly;
- spoluvytvářel pravidla ve skupině a dodržoval je;
- přijímat a poskytovat pomoc;
- aktivně se podílet na životě skupiny;
- respektovat názor druhých ...

Občanská kompetence a kulturní povědomí

Žák bude veden k:

- zodpovědnosti za své chování k sobě samému a ke skupině;
- plnění povinností a uplatňování svých práv;
- uvědomování si kulturních hodnot evropského kulturního prostoru a jejich ochraně;
- respektu a toleranci vůči ostatním kulturám ...

Kompetence k pracovnímu uplatnění a podnikatelským aktivitám

U žáků bude rozvíjena:

schopnost týmové práce;

- sebedůvěra, zdravé sebeprosazování, sebe prezentace;
- schopnost řešit běžné pracovní i mimopracovní problémy;
- schopnost využívat informačních a komunikačních technologií...

Učební předmět ekonomika a marketing přispívá k aplikaci zejména následujících průřezových témat:

Občan v demokratické společnosti:

- rozvoj korektního myšlení;
- úcta k hodnotám;
- rozvoj schopnosti vyhledávat informace a pracovat s nimi;
- rozvoj komunikačních a interpersonálních kompetencí...

Informační a komunikační technologie:

- práce s PC a moderními komunikačními prostředky, vyhledávání potřebných informací;
- získávání a analýza a prezentace ekonomických informací z firmy i z okolí ...

Člověk a svět práce

- vyhledávání a posuzování informací o profesních záležitostech;
- verbální a neverbální komunikace v oblasti obchodu a podnikání;
- komunikace s potencionálními klienty;

- spoluutváření obrazu firmy na veřejnosti...

Mezipředmětové vztahy

- dějepis;
- cizí jazyky;
- právní nauka;
- psychologie v ekonomické praxi;
- hospodářský zeměpis;
- základy společenských věd;
- výpočetní technika;
- český jazyk a literatura;
- hospodářské výpočty;
- účetnictví a daně;
- finanční gramotnost.

Rozpis učiva – 1. ročník, ekonomika, management

Výsledky vzdělávání a kompetence	Tematické celky	Hod. dotace
Žák: - správně používá a aplikuje základní ekonomické pojmy; - vyjádří formou grafu určení rovnovážné ceny; - posoudí správně vliv ceny na nabídku a poptávku; - na příkladu popíše fungování tržního mechanismu.	1. Podstata fungování tržní ekonomiky - potřeby, statky, služby, spotřeba, vzácnost; - výroba, výrobní faktory, hospodářský proces; - trh, tržní subjekty, nabídka, poptávka, zboží, rovnovážná cena, racionální chování spotřebitele.	40
Žák: - rozliší základní druhy oběžného majetku; - na příkladu uvede možnosti pořízení zásob; - vypočítá plánovanou spotřebu materiálu; - vypočítá ukazatele obratu zásob; - provede jednoduchý výběr dodavatele.	2. Zabezpečení hlavní činnosti oběžným majetkem - členění oběžného majetku; - zásoby, pořízení zásob, oceňování zásob; - optimalizace zásob a nákupu; - spotřeba materiálu; - rychlost obratu zásob.	12
Žák: - rozliší oběžný a dlouhodobý majetek a jejich základní druhy; - provádí běžné výpočty – odpisů, kapacity a jejího využití, efektivnosti investic a komentuje výsledky.	3. Zabezpečení hlavní činnosti dlouhodobým majetkem - dlouhodobý majetek, členění, opotřebení, odpisy, kapacita.	12
Žák: - rozliší typické náklady podle probíraného členění; - na příkladu ukáže náklady obětované příležitosti a utopené náklady; - posoudí a na příkladu ukáže vzájemné souvislosti ceny, zisku a velikosti prodeje; - uvede příklady zvyšování výnosů; - vypočte zvýšení nebo snížení výnosů vzniklé změnou prodeje nebo ceny.	4. Náklady a výnosy - členění nákladů; - možnosti snižování nákladů; - náklady obětované příležitosti, utopené náklady; - nákladový a marketingový přístup k ceně; - členění výnosů; - možnosti zvyšování výnosů.	15

Žák: - uveďte příklady korporací ve vybraných odvětvích národního hospodářství; - vysvětlí hodnotu ukazatelů národního hospodářství; - vysvětlí příčiny a druhy nezaměstnanosti; - vysvětlí podstatu inflace a její důsledky na finanční situaci obyvatel a na příkladu ukáže, jak se bránit jejím nepříznivým důsledkům; - vysvětlí význam platební bilance a charakterizuje její jednotlivé složky; - srovná úlohu velkých a malých subjektů v ekonomice státu; - na příkladech vysvětlí příjmy a výdaje státního rozpočtu.	5. Národní hospodářství - činitele ovlivňující úroveň národního hospodářství; - hrubý domácí produkt, nezaměstnanost, inflace, platební bilance; - subjekty působící v národním hospodářství - státní rozpočet.	20
	6. Opakování	9

Rozpis učiva – 2. ročník, ekonomika, management

Výsledky vzdělávání a kompetence	Tematické celky	Hod. dotace
Žák: - na příkladech charakterizuje průběh výrobní činnosti; - na příkladu ukáže význam řízení jakosti v moderní výrobě; - v typovém příkladu vypočítá úspory z rozsahu; - posoudí ekologické souvislosti výrobní činnosti; - popíše model podnikání založený na pronájmu, - sestaví předběžnou kalkulaci úplných nákladů metodou přírážkovou, - srovná údaje předběžné a výsledné kalkulace, - sestaví kalkulaci s neúplnými náklady, - doporučí na základě výsledků obou kalkulací případné přijetí zakázky, vhodnou výši ceny, - přebírá údaje z kalkulace do rozpočtu, - zpracuje jednoduchý rozpočet.	1. Výrobní činnost obchodního závodu - výroba, jakost; - úspory z rozsahu; - ekologie; - výrobní činnosti obchodních závodů v daném zaměření; - společenská odpovědnost firem, - kalkulace – druhy, rozdělení, - druhy rozpočtů, - vazby mezi normami, rozpočtnictvím a kalkulacemi.	30
Žák: - vysvětlí souvislost segmentu trhu, pozice produktu a nástrojů marketingu; - provede samostatně nebo ve skupině jednoduchý průzkum nebo zpracuje jednoduchý marketingový plán; - určí u konkrétních produktů fázi jejich životního cyklu; - stanoví cenu jako součet nákladů, zisku a DPH a vysvětlí, jak se cena liší podle zákazníků, místa a období; - uvede příklady současných marketingových technik, např. guerilla marketing; - rozpozná běžné cenové triky a klamavé nabídky; - na příkladu ukáže rabat, obchodní marži a stanovení prodejní ceny výrobku; - na příkladu ukáže stanovení ceny služby - na příkladech objasní typické cenové taktiky, popř. navrhne vhodnou taktiku pro konkrétní produkt; - na příkladu ukáže prodejní cesty, vysvětlí důvody použití mezičlánků;	2. Marketing - marketingový plán; - průzkum trhu; - cenová politika; - distribuce zboží; - reklamní činnosti – publicita; - péče o zákazníka; - digitální komunikační techniky.	35

Žák: - na příkladu ukáže průběh obchodního jednání; - na příkladu charakterizuje postup při realizaci dodávky, pracuje s příslušnými doklady; - na příkladu vysvětlí druhy prodeje a jejich použití v závislosti na prodávané komoditě nebo službě; - na příkladu ukáže rozdíly mezi obchodováním s členskými a nečlenskými zeměmi EU; - ovládá zásady obchodního styku přes internet.	3. Prodejní činnost podniku - průběh prodejní činnosti; - realizace dodávky - druhy prodeje; - prodej do zahraničí; - e-commerce, e-banking.	32
	4. Opakování	5

Rozpis učiva – 3. ročník, ekonomika, management

Výsledky vzdělávání a kompetence	Tematické celky	Hod. dotace
Žák: - charakterizuje jednotlivé části procesu řízení a jejich funkci; - provede jednoduché propočty při sestavení plánu a kontrole jeho plnění; - na typovém příkladu navrhne organizační strukturu firmy; - na příkladu popíše rozhodovací metody; - zhodnotí vhodnost a účinnost motivačních nástrojů; - na vzorovém příkladu provede kontrolní činnosti a navrhne případná opatření.	1. Management - plánování; - organizování; - rozhodování; - motivace a vedení lidí; - kontrola.	58
Žák: - porovná vhodnost užití vlastních a cizích zdrojů financování; - sestaví platební kalendář; - charakterizuje cash-flow firmy; - posoudí možnost užití peněz s ohledem na výnos a riziko.	2. Zdroje financování, finanční řízení - vlastní kapitál; - kapitálové fondy; - cizí kapitál; - krátkodobé a dlouhodobé financování; - cash-flow; - finanční řízení; - finanční technologie včetně kryptoměn.	35
	3. Opakování	6

Rozpis učiva – 4. ročník, ekonomika, management

Výsledky vzdělávání a kompetence	Tematické celky	Hod. dotace
Žák: - na příkladech ukáže výhodnost mezinárodního obchodu; - posoudí dopad restriktivních opatření na mezinárodní obchod; - popíše strukturu EU, aplikuje poznatky o společném trhu a uvede typické příklady; - uvede příklady organizací ovlivňujících mezinárodní ekonomiku – Světová banka, WTO, Mezinárodní měnový fond, OECD, OPEC ad.; - vyjmenuje nejvýznamnější korporace operující na mezinárodním poli v daném zaměření.	1. Světová ekonomika - mezinárodní obchod; - restrikce v mezinárodním obchodě; - Evropská unie, vztah EU – Česká republika; - další organizace ovlivňující mezinárodní ekonomiku; - mezinárodní obchod v daném zaměření – globalizace.	40
	2. Maturitní opakování	56