

## **KATALOG ZNANJA**

### **1. IME PREDMETA**

**MEDNARODNO OKOLJE**

### **2. SPLOŠNI CILJI PREDMETA**

**Splošni cilji predmeta so:**

- pridobiti sposobnost spremljanja dogajanja v mednarodnem poslovnem okolju;
- pridobiti sposobnost analizirati gospodarska dogajanja v mednarodnem okolju;
- pridobiti znanje s področja mednarodnih in drugih predpisov;
- ozavestiti medkulturno dimenzijo mednarodnega poslovanja;
- razviti odgovornost za samostojno delo komercialista v mednarodnem okolju.

Specifično strokovno usmerjeni cilji so:

- pridobiti sposobnost spremljanja, zbiranja in vrednotenja informacij o tujih trgih in predvidevanja trendov;
- pridobiti sposobnost priprave na vstop na tuje trge;
- spoznati evropsko podporno okolje za mala in srednja podjetja;
- izvajati nabavo oz. prodajo na tujih trgih;
- uporabljati špediterske, carinske in zunanjetrgovinske predpise.

### **3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE**

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo še naslednje kompetence:

1. analiziranje globalnega poslovnega okolja;
2. segmentiranje izvoznih aktivnosti;
3. načrtovanje, izvajanje, spremljanje in vrednotenje mednarodnih poslovnih projektov;
4. udejanjanje čezmejnega poslovanja.

## 4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<b>1. Analiziranje globalnega poslovnega okolja</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• razume nujnost mednarodnega poslovanja;</li> <li>• primerja in razume prednosti in slabosti različnih režimov nacionalnih gospodarstev v zgodovinskem razvoju;</li> <li>• razlikuje položaj razvitih in nerazvitih gospodarstev v globalnem gospodarstvu;</li> <li>• razume strukturo bruto domačega produkta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pojasni razloge, zaradi katerih se nacionalna gospodarstva vključujejo v globalno ekonomijo;</li> <li>• izračuna in razloži pogoje menjave na primeru določenega nacionalnega gospodarstva;</li> <li>• izračuna in analizira strukturo uporabe bruto domačega proizvoda in pojasni pomen mednarodne menjave;</li> <li>• presoja položaj nacionalnega gospodarstva v ekonomskih odnosih s tujino.</li> </ul>
<b>2. Segmentiranje izvoznih aktivnosti</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• utemelji nujnost raziskave tujih okolij;</li> <li>• razume segmentacijo izvoznih aktivnosti;</li> <li>• razlikuje različne oblike konkurence, pozna ovire za delovanje konkurence in slabosti mednarodnih monopolov;</li> <li>• spozna mednarodne organizacije za pospeševanje zunanjetrgovinske menjave;</li> <li>• spozna programe EU namenjene podjetjem;</li> <li>• spozna evropsko podporno okolje za mala in srednja podjetja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• analizira izbrano tuje okolje iz vidika ekonomskih, političnih, pravno-zakonodajnih, tehnoloških in ekoloških posebnosti;</li> <li>• izbere segment/trg za izbran produkt;</li> <li>• poišče informacije o delovanju mednarodnih organizacij in programih za pospeševanje menjave;</li> <li>• sodeluje pri pripravi strategije vstopa na tuji trg.</li> </ul>
<b>3. Načrtovanje, izvajanje, spremljanje in vrednotenje mednarodnih poslovnih projektov</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• utemelji procese načrtovanja mednarodnih projektov;</li> <li>• ozavesti posebnosti izvajanja mednarodnih projektov;</li> <li>• razume in upošteva medkulturne razlike in poslovne običaje pri načrtovanju projektov;</li> <li>• razlikuje instrumente spremljanja in vrednotenja mednarodnih projektov;</li> <li>• obvlada ustno in pisno poslovno komuniciranje v tujem jeziku.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• načrtuje, izvaja, spremlja in vrednoti mednarodne projekte;</li> <li>• ob upoštevanju medkulturnih razlik pisno in ustno komunicira s poslovnimi partnerji v tujem jeziku.</li> </ul>
<b>4. Udejanjanje čezmejnega poslovanja</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• razume pomen predprodajnih aktivnosti;</li> <li>• pozna postopke nabave in prodaje na tujem trgu;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pripravlja ponudbe in informira o produktih na tujem trgu;</li> <li>• analizira povpraševanje;</li> <li>• izvaja povpraševanja po produktih v tujini;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"><li>• razume pomen sejmskih prirediteljev;</li><li>• pozna načine distribucije produktov;</li><li>• pozna dokumentacijo in postopke izvoz/uvoza;</li><li>• utemeljuje plačilne instrumente in instrumente zavarovanja plačil v zunanji trgovini;</li><li>• razume pomen ponakupnih aktivnosti;</li><li>• razume pomen graditve dobrih poslovnih odnosov s partnerji v tujini;</li><li>• ozavešča medkulturne razlike in razlike v poslovnih običajih med državami;</li><li>• pozna instrumente zaščitne politike in njihovo uporabo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• analizira ponudbe, pripravi kriterije in predlog za izbor poslovnega partnerja;</li><li>• poišče najpomembnejše mednarodne sejme za izbran produkt ali panogo;</li><li>• izvaja predpogodbene aktivnosti in pripravlja pogodbe;</li><li>• izdelava kalkulacijo izdelka/storitve, ki je predmet prodaje;</li><li>• pripravi izvozno/uvozno dokumentacijo in izbere najustreznejši način zavarovanja plačila;</li><li>• ob upoštevanju poslovnega bontona in poslovnih običajev pisno in ustno komunicira s poslovnimi partnerji v tujem jeziku;</li><li>• načrtuje obiske pri poslovnih partnerjih in organizira redna delovna srečanja z njimi;</li><li>• ukrepa v skladu s predpisi držav, iz katerih so poslovni partnerji.</li></ul>
--	---

## 5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 72 (36 ur predavanj, 36 ur seminarских vaj).

Število ur samostojnega dela študenta: 78 (študij literature in gradiv, študij primerov in reševanje praktičnih nalog).