



Hrvatska

EBC*L

Stupanj B

Katalog znanja

STRUKTURA KATALOGA ZNANJA

EBC*L Katalog znanja Stupanj B se sastoji od slijedećih općih tema:

- Poslovni plan - ciljevi, metode i instrumenti sastavljanja
- Marketing i prodaja
- Investicijska analiza i financijsko planiranje

Kada se govori o ciljevima učenja, često se spominje glagol **“objasniti”**, koji podrazumijeva da treba biti u stanju

- definirati stručne izraze i ukazati na njihove moguće uzroke i posljedice kao i na okolnosti u kojima nastaju
- pokazati razumijevanje stručnih izraza na realističnim primjerima iz poslovne prakse i raznim poslovnim situacijama

Drugim riječima, nije dovoljno samo reproducirati naučeno gradivo, već se traži primjena stečenog znanja.

Primjer:

Specifični cilj učenja: Znati objasniti strateške ciljeve poduzeća.

Pitanje na testu s tim u vezi: Objasni četiri moguća strateška cilja jednog restorana za vegetarijance.

Važna informacija: Sadržaj EBC*L Kataloga znanja stupnja A se smatra osnovnom razinom znanja i neće se eksplicitno ponavljati u stupnju B.

(Stručni izraz „amortizacija”, na primjer, se ne objašnjava detaljno u poglavlju o „planiranom Računu dobiti i gubitka”, ali je ipak vrlo važan za ispit stupnja B.)

POSLOVNI PLAN - CILJEVI, METODE I INSTRUMENTI SASTAVLJANJA

Opći ciljevi

- Znati objasniti ciljeve, sadržaj i strukturu poslovnog plana.
- Biti u stanju objasniti analitičke i planske instrumente s kojima raspolaže poslovni menadžment te dati primjere njihove primjene.

Posebni ciljevi

TEME	CILJEVI UČENJA
1. TEMELJ ZA SASTAVLJANJE POSLOVNOG PLANA	1.1. Znati objasniti svrhu poslovnog plana te definirati i poznavati prilike i situacije za koje treba sastaviti poslovni plan.
	1.2. Znati prepoznati potencijalne korisnike poslovnog plana, njihove interese i ciljeve.
	1.3. Biti u stanju dati odgovore na pitanja i objasniti problematiku u vezi poslovnog plana te objasniti temeljnu strukturu i izgled poslovnog plana.
	1.4. Znati objasniti kriterije po kojima donosioci odluka procjenjuju poslovni plan, pravila koja treba poštivati, kao i moguće greške prilikom sastavljanja poslovnog plana.
	1.5. Biti u stanju objasniti pojam kritični faktori uspjeha.
	1.6. Moći objasniti na koji način sastaviti jasan i atraktivan poslovni plan.
	1.7. Objasniti poteškoće i ograničenja povezana s poduzetničkim planiranjem.
2. ANALITIČKI I PLANSKI INSTRUMENTI	2.1. Znati objasniti ciljeve i strukturu analize snaga i slabosti (strength and weakness analysis).
	2.2. Znati objasniti ciljeve i strukturu analize prilika i prijetnji (opportunities / threats analysis).
	2.3. Moći objasniti ciljeve i strukturu analize snaga, slabosti, prilika i prijetnji (SWOT analiza)
	2.4. Moći objasniti ciljeve i strukturu scenario analize.
	2.5. Znati objasniti ciljeve i strukturu analize portfelja.
	2.6. Biti u stanju objasniti ciljeve i strukturu analize životnog ciklusa.
	2.7. Znati objasniti ciljeve i strukturu ABC analize.
	2.8. Moći objasniti izraz kreativne tehnike.
	2.9. Znati objasniti izraz brainstorming.

PLANIRANJE PROJEKTA

Opći ciljevi

- Znati objasniti ciljeve i strukturu projektnog plana kao i ključne izraze u vezi s planiranjem projekta.

Posebni ciljevi

TEME	CILJEVI UČENJA
1. OSNOVE	1.1. Biti u stanju objasniti ciljeve i strukturu projektnog plana.
2. KORACI U PLANIRANJU PROJEKTA	2.1. Znati objasniti izraz planiranje ciljeva (targeta).
	2.2. Biti u stanju objasniti izraz planiranje resursa.
	2.3. Znati objasniti izraz projektni tim. (Vidjeti također: Analiza stvarnog stanja – cilj učenja 1.12).
	2.4. Biti u stanju objasniti izraz planiranje realizacije projekta.
	2.5. Moći objasniti termine ključni događaji, ključni rokovi (milestones).
	2.6. Moći objasniti termin planiranje projektnih aktivnosti.
	2.7. Znati objasniti izraz planiranje vremena trajanja projekta.
	2.8. Biti u stanju objasniti načine prezentacije projektnog plana.
3. GREŠKE U PLANIRANJU PROJEKTA	3.1. Znati objasniti koje greške mogu nastati prilikom sastavljanja projektnog plana.

ANALIZA STVARNOG STANJA

Opći ciljevi

- Biti u stanju objasniti aktualnu situaciju kao polazišnu točku poslovnog plana
- Znati objasniti ciljeve i metode koje se odnose na poslovnu analizu
- Biti u stanju objasniti ciljeve i metode u vezi s analizom vanjskog poslovnog okruženja.

Posebni ciljevi

TEME	CILJEVI UČENJA
1. POSLOVNA ANALIZA	1.0. Biti u stanju objasniti poslovnu ideju i strateška područja poslovanja poduzeća.
	1.1. Biti u stanju objasniti marketinški koncept USP (unique selling proposition).
	1.2. Znati objasniti pojam identitet poduzeća (korporacije).
	1.3. Moći objasniti pojam korporacijska (poduzetnička) vizija.
	1.4. Biti u stanju navesti i objasniti strateške ciljeve poduzeća.
	1.5. Biti u stanju navesti i objasniti financijske ciljeve poduzeća.
	1.6. Znati objasniti kriterije prilikom definiranja ciljeva.
	1.7. Znati objasniti koncept shareholder value.
	1.8. Znati objasniti koncept stakeholder value.
	1.9. Znati objasniti pojam društvena odgovornost poduzeća.
	1.10. Biti u stanju prepoznati različite pravne oblike poslovnih subjekata kao i tijela ovlaštena za zastupanje i s pravom donošenja odluka.
	1.11. Znati nabrojati i objasniti čimbenike relevantne za opis poduzetničkih i projektnih timova.
1.12. Nabrojati i objasniti čimbenike relevantne za analizu lokacije.	
2. ANALIZA VANJSKOG POSLOVNOG OKRUŽENJA	2.1. Biti u stanju navesti i objasniti trendove i razvojna dostignuća s kojima se suočava gospodarska grana ili grane
	2.2. Biti u stanju navesti i objasniti čimbenike relevantne za analizu gospodarske grane.
	2.3. Znati objasniti pojmove: tržišni potencijal, veličina tržišta, tržišna penetracija i tržišni udio.
	2.4. Objasniti koncept tržišnih niša.
	2.5. Objasniti termin prepreka ulaska na tržište
	2.6. Objasniti pojam supstitut (zamjenski proizvod)
3. ANALIZA KONKURENTNOSTI	3.1. Objasniti pojmove: monopol, oligopol, polipol
	3.2. Navesti i objasniti relevantne čimbenike za analizu konkurentnosti
	3.3. Znati objasniti ciljeve, metode i ograničavajuće faktore kod benchmarkinga.

MARKETING

Opći ciljevi

- Znati objasniti pojam marketing i značaj marketinga za poduzeće, projekt, proizvod ili uslugu, ili za privatnu osobu.
- Objasniti temeljne parametre o kojima ovise vrste marketinških aktivnosti (kupci, konkurencija, troškovi)
- Biti u stanju objasniti i primijeniti marketinške instrumente.

Posebni ciljevi

TEME	CILJEVI UČENJA
1. OSNOVE MARKETINGA	1.1. Znati objasniti pojam marketinga i marketinške ciljeve.
	1.2. Znati navesti i objasniti marketinške instrumente (Pregled).
	1.3. Znati razlikovati interni i eksterni marketing.
	1.4. Moći objasniti pojam self marketing.
	1.5. Znati objasniti pojam marketing mix.
	1.6. Biti u stanju objasniti strukturu i izgled marketinškog plana.
2. KUPCI	2.1. Znati navesti i objasniti motive kupaca prilikom kupovine.
	2.2. Znati objasniti Maslowljevju hijerarhiju potreba.
	2.3. Biti u stanju objasniti pojmove potreba i potražnja
	2.4. Objasniti faze u odlučivanju kupca za kupovinu.
	2.5. Znati objasniti pojam spoznajna neusklađenost.
	2.6. Znati objasniti pojam segmentacija kupaca.
	2.7. Znati objasniti kriterije za kategorizaciju kupaca.
	2.8. Biti u stanju objasniti upravljanje odnosima s kupcima.
	2.9. Znati objasniti pojam glass customer.
	2.10. Biti u stanju objasniti pojam iskapanje podataka (data mining).
	2.11. Znati objasniti alate za zadržavanje kupaca.
	2.12. Znati objasniti pojam upravljanje reklamacijama.
	2.13. Biti u stanju objasniti pojam dvostrana prodaja (cross selling).
	2.14. Znati objasniti pojam full range customer.
3. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	3.1. Znati objasniti ciljeve i područja istraživanja tržišta.
	3.2. Znati objasniti kriterije kvalitete, valjanosti, pouzdanosti i objektivnosti u istraživanju tržišta.
	3.3. Biti u stanju objasniti pojmove uzorak i uzorkovanje.
	3.4. Biti u stanju objasniti faze u procesu istraživanja tržišta.
	3.5. Znati objasniti termine primarno i sekundarno istraživanje tržišta.

TEME	CILJEVI UČENJA
	<p>3.6. Znati objasniti metode primarnog istraživanja tržišta, anketiranja, opservacija i testiranja tržišta.</p> <p>3.7. Znati objasniti probleme i ograničavajuće faktore.</p> <p>3.8. Znati objasniti čimbenike koji su u vezi s analizom konkurentnosti (Vidjeti također: Analiza stvarnog stanja – cilj učenja 3.2).</p>
4. POLITIKA PROIZVODA	<p>4.1. Biti u stanju objasniti pojam politika proizvoda i moguće strategije politike proizvoda.</p> <p>4.2. Biti u stanju objasniti pojam životni ciklus proizvoda.</p> <p>4.3. Znati objasniti pojmove politika proizvodnog mixa, širina proizvodnog mixa i dubina proizvodnog mixa..</p> <p>4.4. Moći objasniti pojmove: inoviranje proizvoda, varijacije proizvoda, proizvodna diverzifikacija i diskontinuiranje proizvoda.</p> <p>4.5. Biti u stanju objasniti analizu portfelja (Vidjeti također: Poslovni plan – cilj učenja 2.5).</p>
5. POLITIKA CIJENA	<p>5.1. Znati objasniti temeljne uvjete za određivanje cjenovne politike poduzeća.</p> <p>5.2. Moći objasniti krivulju potražnje i cijene (funkciju).</p> <p>5.3. Znati objasniti “signalizirajući efekt cijene”.</p> <p>5.4. Znati objasniti pojam cjenovna elastičnost potražnje.</p> <p>5.5. Znati objasniti različite strategije cjenovne politike.</p> <p>5.6. Moći objasniti strategiju “pobiranja vrhnja” (skimming strategija) i politiku niskih cijena (strategija probijanja na tržište, penetracijska strategija).</p> <p>5.7. Znati objasniti pojam diferenciranje cijena.</p>
6. UVJETI PRODAJE I ISPORUKE	<p>6.1. Biti u stanju objasniti politiku uvjeta prodaje i isporuke.</p> <p>6.2. Znati objasniti pojam i različite vrste popusta (skonta)</p> <p>6.3. Objasniti pojam kasa skonta.</p> <p>6.4. Znati objasniti pojam neplaćenih, zaostalih kamata.</p> <p>6.5. Znati objasniti termine (uvjete isporuke)- dostava na adresu kupca, pri čemu troškove transporta plaća prodavatelj i franco tvornica.</p>
7. DISTRIBUCIJSKA POLITIKA	<p>7.1. Biti u stanju objasniti pojam distribucijska politika.</p> <p>7.2. Znati objasniti pojam izravne prodaje, metode izravne prodaje, kao i njene prednosti i nedostatke.</p> <p>7.3. Znati objasniti pojam neizravne prodaje, metode neizravne prodaje, kao i njene prednosti i nedostatke.</p> <p>7.4. Biti u stanju objasniti pojam franšizinga.</p>
8. KOMUNIKACIJSKA POLITIKA	<p>8.1. Znati objasniti pojam komunikacijska politika.</p> <p>8.2. Znati objasniti pojam imidža tvrtke.</p> <p>8.3. Moći objasniti pojmove: brand, logo i slogan te njihovu ulogu u komunikacijskoj politici tvrtke.</p> <p>8.4. Znati objasniti pojam korporacijskog dizajna.</p>

TEME	CILJEVI UČENJA
9. OGLAŠAVANJE	9.1. Znati objasniti pojam oglašavanje i njegove alate.
	9.2. Biti u stanju navesti i objasniti različite etape reklamne kampanje.
	9.3. Biti u stanju navesti i objasniti ciljeve oglašavanja.
	9.4. Znati objasniti pojam budžeta za oglašavanje i troškovne faktore u oglašavanju.
	9.5. Biti u stanju objasniti pojmove: alati za oglašavanje i mediji oglašavanja..
	9.6. Biti u stanju objasniti značaj troška reklamiranja po kupcu.
	9.7. Znati objasniti izraz 'gubici zbog neselektivnog oglašavanja'.
	9.8. Znati objasniti značenje mjerenja uspjeha promotivnih aktivnosti.
	9.9. Biti u stanju objasniti pojmove učinkovitost oglašavanja i pojam oglašavanja fokusiranog na podsjećanje na proizvod (reminder advertising).
	9.10. Biti u stanju objasniti osnove psihologije oglašavanja.
	9.11. Biti u stanju objasniti strategije u koncipiranju reklamne kampanje.
	9.12. Znati objasniti osnovne točke u procesu kritike oglašavanja i reklamne kampanje.
10. POSEBNE METODE I INSTRUMENTI KOMUNIKACIJSKE POLITIKE	10.1. Biti u stanju objasniti pojam izravno oglašavanje.
	10.2. Biti u stanju navesti i objasniti pravila i najčešće greške kod izravnog oglašavanja.
	10.3. Biti u stanju objasniti formulu AIDA.
	10.4. Znati objasniti telefonsko oglašavanje.
	10.5. Znati objasniti pojam pozivnog centra.
	10.6. Znati objasniti pojam unapređenje (promocija) prodaje.
	10.7. Biti u stanju objasniti pojam event marketing.
	10.8. Moći objasniti pojam odnosi s javnošću ili publicitet.
	10.9. Znati objasniti pojam sponzorstvo.
	10.10. Znati objasniti pojam internet.
	10.11. Znati objasniti pojam merchandising.

PRODAJA

Opći ciljevi

- Znati objasniti najznačajnija pravila za uspjeh u prodaji proizvoda i usluga.

Posebni ciljevi

TEME	CILJEVI UČENJA
1. OSNOVE USPJEŠNE PRODAJE	1.0. Znati objasniti prodajne aktivnosti kao svakodnevnu obvezu svakog pojedinca.
	1.1. Znati objasniti pojam prodajne etike.
	1.2. Znati objasniti situaciju u kojoj svi dobijaju (win-win).
	1.3. Biti u stanju navesti i objasniti sve potrebne preduvjete i stručnosti za uspješnu prodaju.
2. FAZE U PROCESU PREGOVARANJA U PRODAJI	2.0. Biti u stanju navesti i objasniti faze u procesu prodajnog pregovaranja.
	2.1. Biti u stanju navesti i objasniti sve što je potrebno u pripremi pregovora u prodaji.
	2.2. Znati objasniti najznačajnije aspekte u vezi s otvaranjem prodajnog pregovaranja.
	2.3. Znati objasniti razliku u načinu komunikacije na osobnoj razini i poslovne komunikacije.
	2.4. Znati navesti i objasniti najznačajnije aspekte u istraživanju potražnje kupaca.
	2.5. Znati objasniti razliku između potrebe i potražnje (Vidjeti također: cilj učenja 6.3).
	2.6. Znati navesti i objasniti najznačajnije aspekte u vezi s anketiranjem ili tehnikama intervjuiranja.
	2.7. Biti u stanju objasniti izraze otvorena i zatvorena pitanja.
	2.8. Znati objasniti termin sugestivno pitanje.
	2.9. Znati objasniti termin aktivno slušanje.
	2.10. Biti u stanju objasniti najvažnije aspekte raspravljanja oko prodaje.
	2.11. Biti u stanju objasniti razliku između karakteristika i osobina proizvoda i koristi tog proizvoda.
	2.12. Znati objasniti pojam vizualizacija proizvoda.
	2.13. Znati objasniti razliku između prigovora i izlike te kako pravilno reagirati na njih.
	2.14. Biti u stanju objasniti najznačajnije aspekte određivanja cijene i prezentiranja cijene.
	2.15. Biti u stanju navesti i objasniti najznačajnije aspekte u vezi s realizacijom prodaje.
2.16. Znati navesti i objasniti signale za kupnju.	
3. PRODAJA VELIKIM KUPCIMA (KORPORACIJAMA)	3.0. Znati objasniti posebne kriterije u vezi s prodajom velikim tvrtkama (korporacijama).
	3.1. Znati objasniti pojam upravljanje velikim, ključnim kupcima.

INVESTICIJSKA ANALIZA

Opći ciljevi

- Biti u stanju objasniti ciljeve investicijske analize, kao i napraviti konkretnu investicijsku analizu.
- Znati objasniti ograničenja koja nosi investicijska analiza.

Posebni ciljevi

TEME	CILJEVI UČENJA
1. OSNOVE	1.0. Znati objasniti svrhu investicijske analize.
	1.1. Znati objasniti glavne metode kojima se provodi investicijska analiza (pregled).
2. METODE INVESTICIJSKE ANALIZE	2.0. Biti u stanju napraviti i objasniti kalkulaciju pokrića troškova (break-even kalkulacija).
	2.1. Biti u stanju izraditi i objasniti kalkulaciju isplativosti (pay-back kalkulacija).
	2.2. Znati izračunati razinu prodaje na točki pokrića troškova i objasniti kalkulaciju (break-even sales kalkulacija).
	2.3. Znati objasniti pojmove: marža kontribucije i postotak marže kontribucije te postupak kalkulacije za izračun njihovih vrijednosti.
	2.4. Biti u stanju izraditi i objasniti usporednu kalkulaciju troškova novih i zamjenskih investicija.
	2.5. Biti u stanju izraditi i objasniti usporednu kalkulaciju dobiti.
	2.6. Biti u stanju izračunati povrat investicije (ROI) te objasniti kalkulaciju za izračun povrata od investicije.
	2.7. Znati izraditi i objasniti analizu profitabilnosti.
	2.8. Znati objasniti izraz "ulazne varijable investicijske analize" kao i efekte koji nastaju modifikacijom tih varijabli.
2.9. Znati objasniti razliku između statičkih i dinamičkih metoda investicijskih kalkulacija.	
3. OGRANIČENJA I PROBLEMI VEZANI UZ INVESTICIJSKU ANALIZU	3.0. Znati objasniti probleme i ograničenja vezana uz investicijsku analizu.
	3.1. Znati objasniti pojam oportunitetni troškovi.

FINANCIJSKO PLANIRANJE

Opći ciljevi

- Biti u stanju objasniti ciljeve, strukturu i instrumente financijskog planiranja ili budžetiranja.
- Znati objasniti ciljeve, izgled planskog (budžetiranog) Računa dobiti i gubitka, planske (budžetirane) bilance stanja i plana likvidnosti.
- Znati izračunati ciljne pokazatelje profitabilnosti, likvidnosti i produktivnosti te izvući zaključke na temelju tih pokazatelja.

Posebni ciljevi

TEME	CILJEVI UČENJA
1. FINANCIJSKO PLANIRANJE (PREGLED)	1.0. Znati objasniti svrhu financijskog planiranja ili budžetiranja.
	1.1. Znati objasniti razliku između zakonski utemeljenog obveznog financijskog računovodstva, računovodstva troškova i internog financijskog planiranja u poduzeću..
	1.2. Znati objasniti logičnu proceduru financijskog planiranja.
	1.3. Biti u stanju objasniti glavne probleme koji nastaju prilikom financijskog planiranja.
2. INSTRUMENTI FINANCIJSKOG PLANIRANJA	2.0. Biti u stanju objasniti svrhu, strukturu i ključne pojmove planskog (budžetiranog) Računa dobiti i gubitka (na osnovu znanja specificiranih u ciljevima učenja u sklopu kataloga znanja za stupanj A).
	2.1. Biti u stanju objasniti svrhu, strukturu i ključne pojmove planske (budžetirane) bilance stanja (na osnovu znanja specificiranih u ciljevima učenja u sklopu kataloga znanja za stupanj A).
	2.2. Znati izračunati i objasniti ključne financijske pokazatelje, specificirane u ciljevima učenja u Katalogu znanja za stupanj A na temelju planskog Računa dobiti i gubitka i planske bilance stanja (ciljani pokazatelji)
	2.3. Biti u stanju objasniti svrhu, strukturu i ključne pojmove u vezi planiranja likvidnosti.
	2.4. Znati objasniti razliku između dohotka (prihoda) i priliva sredstava.
	2.5. Znati objasniti razliku između izdataka (troškova) i odliva sredstava.
	2.6. Znati objasniti pojam novčani tok.
	2.7. Znati objasniti pojmove: višak likvidnosti i manjak likvidnosti u kontekstu planiranja likvidnosti.

FINANCIRANJE

Opći ciljevi

- Znati objasniti različite načine financiranja poduzeća.

Posebni ciljevi

TEME	CILJEVI UČENJA
1. OSNOVE FINANCIRANJA	1.0. Znati objasniti osnovnu razliku između financiranja s vlastitim kapitalom i pozajmljenim kapitalom (zaduživanjem).
2. FINANCIRANJE PUTEM VLASTITOG KAPITALA	2.0. Znati navesti i objasniti različite opcije financiranja putem vlastitog kapitala.
	2.1. Znati objasniti pojmove: dionice i nove dionice.
	2.2. Biti u stanju objasniti pojam tajno ortaštvo, tajni partner.
	2.3. Biti u stanju objasniti različite opcije financiranja putem zaduživanja.
3. FINANCIRANJE PUTEM ZADUŽIVANJA	3.0. Znati objasniti pojmove: kreditni rejting i procjena kreditnog rizika.
	3.1. Znati objasniti pojam bankovni zajam.
	3.2. Znati objasniti pojmove: nominalna i efektivna kamatna stopa.
	3.3. Znati objasniti pojam prekoračenje po računu.
	3.4. Moći objasniti pojam kredit od dobavljača.
	3.5. Znati objasniti pojam obveznica.
	3.6. Znati objasniti pojam lizing.
	3.7. Znati objasniti pojam faktoring.