

Predmet: **PREDUZETNIŠTVO I SAMOZAPOŠLJANJE**

Naziv programa	Program obuke	Trajanje obuke
Uvod u preduzetništvo	<p>Prvi dan: Biznis plan i preduzetnička perspektiva (Priroda i važnost preduzetništva (razvoj preduzetništva, definisanje, preduzetnički proces, uloga preduzetništva u privrednom razvoju, etika i društvena odgovornost, budućnost preduzetništva). preduzetnički način razmišljanja (kako preduzetnici misle, menadžersko nasuprot preduzetničkom razmišljanju))</p> <p>Drugi dan: Funkcije menadžmenta Funkcije savremenog menadžmenta, promjenjivo okruženje, namjera preduzetničkog djelovanja, podrška preduzetništvu, preduzetničke namjere u postojećim organizacijama)</p>	<p>5 školskih časova</p> <p>5 školskih časova</p>
Uvod u pisanje biznis plana	<p>Treći dan: Uloga samostalnog preduzetnika prilikom pisanja biznis plana (vizija, misija, strategija, ciljevi, osobine menadžera, lidera i preduzetnika)</p> <p>Četvrti dan: Osnivanje i početak poslovnog poduhvata (Orijentacija na korisnika, nove ideje, metode generisanja ideja, kreativno rješavanje problema, inovacije, prepoznavanje prilike, plan analize prilike, plan i proces razvoja novog proizvod)</p>	<p>5 školskih časova</p> <p>5 školskih časova</p>
Finansiranje poslovnog poduhvata i važnost odlučivanja	<p>Peti dan: Finansiranje poslovnog poduhvata (finansijski plan, izvori finansiranja, partnerstvo, korišćenje vanjskih izvora, pomoć države, finansiranje ni iz čega). (Strateško razmišljanje, ljudski potencijali, obezbjeđivanje sredstava i stvaranje uslova, ulazak na tržište, smanjenje rizika)</p> <p>Šesti dan: Uloga i važnost poslovnog odlučivanja u preduzetništvu (Interdisciplinovanost odlučivanja u preduzetništvu, proces odlučivanja, odluka i odlučivanje, modeli odlučivanja)</p>	<p>5 školskih časova</p> <p>5 školskih časova</p>
Marketing za samostalne preduzetnike	<p>Sedmi dan: Marketing i organizacioni plan u preduzetništvu (Analiza industrije, analiza konkurencije, marketing istraživanje za novi poduhvat, marketing plan Razvoj upravljačkog tima, pravni oblici poslovanja, struktuiranje organizacije, Izgradnja organizacione kulture)</p> <p>Osmi dan: Marketinška istraživanja u praksi (neophodnost za biznis plan) (definicije, okvir, izvori, vrste usluga marketinških istraživanja)</p>	<p>5 školskih časova</p> <p>5 školskih časova</p>

	<p>Deveti dan: Izvori podataka u marketinškim istraživanjima (primarni izvori, sekundarni izvori, zvanični izvori podataka, standardizovani izvori podataka)</p> <p>Deseti dan: Proces marketing istraživanja (svrha, cilj, vrijednost informacija, dizajn istraživanja, implementacija istraživanja)</p>	<p>5 školskih časova</p> <p>5 školskih časova</p>
Ponavljjanje gradiva		5 školskih časova
Testiranje		5 školskih časova
Ukupno		60 školskih časova