

Предмет: Понуда обуке незапослених лица за курс "Предузетништво"

Предвиђени фонд часова: 72 школска часа (12 седмица)

Напомена: За сваку седмицу предвиђено је по 6 школских часова

Програм обуке:

Анализа изводљивости и одрживости пословне идеје

1. седмица:

- Представљање програма обуке.
- Анализа предузетничког амбијента.
- Утврђивање динамике предузетничког процеса.

2. седмица:

- Анализа промјена значајних за покретање новог пословног подухвата у временском раздобљу.
- Процјена предузетничких прилика и предвиђање ефеката њихове експлоатације.

3. седмица:

- Методе утврђивања репрезентативности информација неопходних за покретање пословног подухвата.
- Одлучивање у условима неизвјесности и припрема операционализације идејног рјешења.

Стварање услова за успостављање предузетничког подухвата

4. седмица:

- Препознавање прилика и развој успјешних пословних идеја.
- Разлози и смјернице за писање пословног плана.
- Одређивање неопходне структуре пословног плана.

5. седмица:

- Презентација пословног плана заинтересованим странама.
- Стратегије уласка на тржиште.
- Стратегије умањивања ризика.

6. седмица:

- Предузетничке стратегије раста.
- Стратегије иновирања.
- Предузетничке стратегије стабилизације.

7. седмица:

- Извори финансирања с партиципацијом у капиталу.

- Ризични капитал.
- Формална и неформална пословна партнерства
- Пословни инкубатор.

Управљање и раст предузетничког подухвата

8. седмица:

- Маркетиншко истраживање за нове пословне подухвате.
- Успостављање контакта предузетника с крајњим потрошачима.
- Успостављање контакта с пословним потрошачима.

9. седмица:

- Идентификација тржишних сегмената и таргетирање.
- Стратегија позиционирања.
- Стварање вриједности бренда.

10. седмица:

- Предузетничке стратегије управљања производом.
- Предузетничке стратегије управљања услугама.
- Развој предузетничке стратегије и програма цијене.

11. седмица:

- Дизајн и предузетничко управљање каналима маркетинга.
- Малопродаја, велепродаја и логистика за предузетнике.

12. седмица:

- Предузетничке стратегије управљања масовним комуникацијама.
- Предузетничке стратегије управљања дигиталним и личним комуникацијама.