

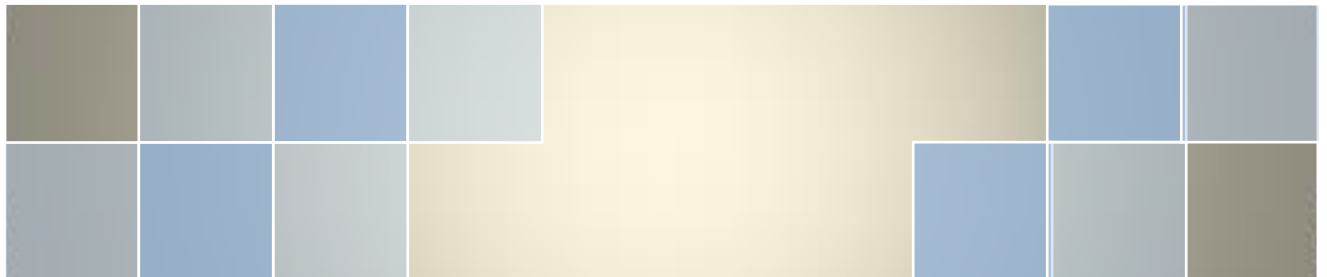


INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

METODICKÁ PŘÍRUČKA

Tvorba podnikatelského záměru v návaznosti na účast v mezinárodní ekonomické soutěži European Business Game

AKTIVITA KA02 - Rozvíjíme podnikatelské dovednosti a znalosti u žáků středních škol



INOVACE VE VÝUCE ODBORNÝCH EKONOMICKÝCH PŘEDMĚTŮ

CZ.1.07/1.1.00/54.0028

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



Název:	Metodická příručka
Vydání:	1. vydání 2015
Počet stran:	19 + 11 stran příloha
Určeno pro projekt:	Inovace ve výuce odborných ekonomických předmětů
Číslo projektu:	CZ.1.07/1.1.00/54.0028
Vypracoval:	Ing. Ivana Nováková
Vydavatel:	Obchodní akademie, Sokola Tůmy 12, Český Těšín, p. o.

Obsah

Úvod	3
Co je to EBG?	4
Charakteristika soutěže	4
Průběh práce nad projektem	4
Role učitelů a lektorů v projektu.....	4
Národní a evropské finále	5
Podmínky soutěže dle organizátorů EBG.....	6
Časový harmonogram realizace EBG 2014/2015	7
Obsahová náplň podnikatelského záměru	8
Titulní strana	8
Obsah	8
Úvod	9
Vstupní údaje	9
Marketing	10
Finanční plán – zakladatelský rozpočet	12
Mezinárodní spolupráce	14
Závěr.....	14
Zdroje	14
Přílohy	15
Význam zakládání fiktivních firem	16
Rizika a úskalí spojená s celoroční prací a návrhy na jejich eliminaci	17
Závěrem metodické příručky	18

Úvod

Před zahájením podnikání je nutné si zodpovědět spoustu otázek:

Chci podnikat? Proč chci podnikat? V jakém oboru bych chtěl podnikat? Kde budu podnikat? Jakou zvolím právní formu podnikání? Budu podnikat sám nebo nás bude víc? Mám dostatek finančních prostředků? Půjčí mi banka? Jaká je situace na trhu? Budu mít konkurenci? A mnoho dalších otázek...

Na všechny tyto a další otázky by měl zodpovědět kvalitně zpracovaný **podnikatelský záměr**.

Zpracování podnikatelského záměru je součástí klíčové aktivity 2 projektu **Inovace ve výuce odborných ekonomických předmětů**.

Žáci týmově v průběhu školního roku pod vedením lektora zpracovávají podnikatelskou myšlenku. Vzhledem k tomu, že podnikatelské záměry jsou zároveň přihlášeny do mezinárodní ekonomické soutěže **European Business Game /EBG/**, je třeba dodržet časový harmonogram a rámcový obsah zpracovaného záměru.

Při vypracovávání podnikatelského záměru žáci nejčastěji třetích ročníků vycházejí z teoretických znalostí získaných v dosavadní školní výuce.

Metodická příručka přináší návod, jak podnikatelský záměr zpracovat, které části by měl obsahovat. Záleží pak na jednotlivých žakovských týmech o co dalšího, inovativního svou práci rozšíří.

Dále lze v metodické příručce nalézt důvody a význam zakládání a vedení fiktivních firem a také výčet rizik, problémů a úskalí, se kterými je možné se v průběhu práce setkat a návrhy na jejich eliminaci.

Co je to EBG?

EBG - European Business Game - je podnikatelská hra 3-5 členných týmů středoškolských studentů pořádaná italskou firmou ECIPAR (dříve STEPRA spa) z Ravenny.

Soutěže se účastní tyto země: Česká republika, Skotsko, Dánsko, Faerské ostrovy, Chorvatsko, Itálie, Anglie, Slovenská republika, Francie, nově od roku 2014 Francouzská Guayna. Naše škola se pravidelně zúčastňuje této soutěže již od roku 1997.

Charakteristika soutěže

European Business Game je ekonomická soutěž, kde studenti středních škol různých evropských zemí soutěží v zakládání fiktivního podniku. Studenti spolupracují v projektových týmech (v rámci nebo mimo vyučování) a potýkají se s různými obtížemi a výzvami, které souvisejí se založením podniku. Protože se jedná o evropskou soutěž, je zde kladen důraz i na komunikaci v anglickém jazyce. Jde o jedinečnou příležitost pro studenty vyzkoušet si nabyté teoretické ekonomické vědomosti a konfrontovat je s vědomostmi svých vrstevníků před porotou složenou z „neučitelů“ (odborníků z praxe).

Průběh práce nad projektem

Úkolem studentů je vytvořit tým (3-5 osob) s určitou organizační strukturou a zpracovat podnikatelskou myšlenku formou podnikatelského záměru. Tým prezentuje sebe a svou myšlenku na mezinárodních internetových stránkách soutěže s cílem získání obchodních partnerů (družstev z ostatních evropských států). Pomocí e-mailu se pak pokouší navázat kontakty s ostatními týmy jiných zúčastněných zemí (nebo se ostatní týmy pokouší navázat kontakt s nimi) a vytvořit s nimi smlouvu o spolupráci. Jednotlivé týmy své podnikatelské nápady a záměry prezentují ve školních kolech před odbornou porotou. Ze školních kol vybrané týmy postupují do kola národního /celostátního/. Z toho pak jeden tým postupuje do finále evropského.

Role učitelů a lektorů v projektu

Do Evropské podnikatelské hry se zapojují nejen studenti, ale také jejich učitelé v roli vedoucích projektů. Role učitele během doby trvání projektu je být iniciujícím a inspiračním prvkem. Jeho role se podobá roli trenéra. Kromě toho učitel studentům pomáhá zajistit spolupráci s externími konzultanty a poradci.

Studenti jsou podporováni v samostatném vyhledávání a sběru informací a v komunikaci s lidmi z podnikatelské sféry. Styk s organizacemi mimo školu přiblíží práci na fiktivním projektu co nejvíce realitě, naučí studenty reagovat na nové skutečnosti. Velký důraz je kladen na spolupráci a zodpovědnost, vlastnosti tolik potřebné při studiu i podnikání.

Národní a evropské finále

Do této hry jsou zapojeni většinou žáci třetích ročníků. Do národního finále porota vybírá 3 až 6 týmů. Národní finále se pravidelně koná na veřejném místě v Českém Těšíně (kinosál kina Central, kinosál nebo aula školy, Kulturní a společenské středisko Střelnice, Městský úřad).

Z národního finále odborná porota vybere jeden vítězný tým, který bude reprezentovat Českou republiku na evropském finále. Evropské finále (na přelomu června a července) je pořádáno každý rok jinou zemí, která pak ostatní týmy hostí. Družstvo si hradí pouze jízdné na místo finále a zpět domů.

Podmínky soutěže dle organizátorů EBG

- Soutěže se mohou zúčastnit studenti denního studia jakékoliv střední školy
- Družstva mohou být tříčlenná až pětičlenná (nejvhodnější jsou studenti třetích ročníků)
- Družstvo si zvolí název firmy, logo a právní formu
- Družstvo si vytvoří vlastní e-mail, pomocí kterého bude komunikovat s národním koordinátorem a se zahraničními firmami
- Písemný projekt by měl být v rozsahu asi 20 stránek textu plus 10 stran příloh
- Slovní obhajoba by neměla přesáhnout 15 minut
- Součástí slovní obhajoby projektu je prezentace vytvořená pomocí počítačového programu /např. Power Point/. Týmy mohou svou prezentaci obohatit o video - reklamní spot, reklamní předměty, prototypy svých výrobků apod.

Časový harmonogram realizace EBG 2014/2015

září 2014 - úvodní seminář pro vyučující SŠ

říjen 2014- motivační prezentace pro žáky SŠ

září 2014 - brainstorming, výběr podnikatelského nápadu, diskuse, vytvoření týmů, určení funkcí v týmu, založení týmových mailů

říjen 2014 - nahlášení podnikatelských nápadů národnímu koordinátorovi EBG /název firmy, předmět podnikání i v angličtině, jména členů týmu, email/

listopad 2014 - registrace týmů na mezinár. stránkách EBG – budou upřesněny v průběhu soutěže

říjen – březen - práce firem: zpracování podnikatelských záměrů /viz dále/

1. prosinec-27.únor 2015 - navázání spolupráce se zahraničními týmy formou emailu, případně uzavření joint venture

23. - 27. březen 2015 - školní kola – prezentace projektů, částečně v ANJ

10. duben 2015 - odevzdání vybraných projektů ze školních kol nezávislým porotcům

duben 2015 - celostátní kolo, obhajoba projektu v českém a anglickém jazyce (výběr vítězného týmu)

květen 2015 - překlad vítězného projektu do anglického jazyka

15. červen 2015 - odeslání projektu mezinárodní porotě

konec června 2015 - odjezd vítězného týmu na Mezinárodní finále

začátek července 2015- návrat – prázdniny!!!

Poznámka: harmonogram je každoročně upravován, měsíce odpovídají každoročnímu průběhu.

Obsahová náplň podnikatelského záměru

Zpracovaný podnikatelský záměr soutěžící týmy /3 – 5 žáků/ předkládají porotcům v elektronické, případně v listinné podobě /národní a mezinárodní kolo/. Jednotlivá kola /školní, celostátní, mezinárodní/ probíhají před porotci a publikem. Týmy mají připravenou power pointovou prezentaci projektu, která obsahuje klíčové body zpracovaného záměru. Soutěžící mohou prezentaci rozšířit o reklamní spot, předvedení výrobku či služby, reklamní letáky, plakáty, předměty. Tým může mít vytvořeny webové stránky, může být zaregistrován na sociálních sítích.

Předmětem podnikání dle pravidel EBG by měl být nový nebo inovovaný výrobek či služba nejlépe se sociálním zaměřením /zaměřený na znevýhodněnou skupinu osob – se zdravotním postižením, mládež ohroženou patologickými jevy, dlouhodobě nezaměstnané, seniory apod./ Téma pro letošní školní rok by mělo být inspirováno stěžejní myšlenkou EXPA 2015 v Miláně v Itálii: „Feedingthe planet – energyforlife“ neboli „Potraviny pro planetu – energie pro život“. Bližší informace o tématech EXPA lze najít na <http://www.czexpo.com/expo2015.php?lang=cs>.

Zpracovaný podnikatelský záměr by dle pravidel EBG měl obsahovat alespoň tyto části:

Titulní strana

- titulní strana by měla obsahovat tyto údaje: název firmy, který si zvolí členové týmu, případně logo firmy a slogan, jména členů týmu, jméno lektora, název školy, školní rok



Doporučení: vzhledem k tomu, že se jedná o mezinárodní soutěž, názvy firem budou zaregistrovány na mezinárodních stránkách v angličtině a tým bude navazovat spolupráci s ostatními týmy z jiných států, měl by název firmy být bez háčeků, čárek, nejlépe již v angličtině vystihující alespoň částečně předmět podnikání.

Obsah

- pro dobrou přehlednost vypracovaného projektu, je vhodné umístit na jeho začátek obsah



Doporučení: finální verzi je vhodné upravit pomocí nastavených Stylů v programu Microsoft Word, pak vygenerovat obsah. V průběhu tvorby dokumentu doporučuji využívat např. Google Dokumenty, tak aby všichni

členové týmu včetně lektora, mohli společně, třeba i vzdáleně pracovat a nevznikalo zbytečně mnoho verzí.

Úvod

- úvod podnikatelského záměru seznamuje čtenáře s obsahem celé práce a také by zde již měl být částečně popsán zvolený předmět podnikání a důvod jeho zvolení



Doporučení: výstižně a poutavě napsaný úvod by měl čtenáře zaujmout tak, aby měl chuť číst dál!

Vstupní údaje

- **Založení a vznik firmy** – v této části je popsán vznik názvu firmy, zvolená právní forma a zdůvodnění jejího výběru, dále popis předmětu podnikání, sídlo firmy, založení, vznik, veškeré kontaktní údaje – mail, telefon, www stránky



Doporučení: tuto část je již možné doplnit přílohami, např. Společenská smlouva o založení s.r.o, Jednotný registrační formulář. Datum vzniku firmy doporučuji určit na začátek ledna 2015, vzhledem k zakladatelskému rozpočtu, který se bude vytvářet na jeden rok dopředu

- **Společníci firmy a jejich vklady, zaměstnanci** – u společníků uvedeme výši a druhy vkladů, jejich funkce, rozdělení pracovních úkolů. Pokud firma bude zaměstnávat další pracovníky, uvedeme kolik, a jaké je jejich pracovní zařazení.



Doporučení: není nutné vždy zakládat s.r.o., je možné zvolit jinou právní formu, např. jeden člen týmu bude podnikat jako FO na základě živnostenského oprávnění a ostatní členové budou jeho zaměstnanci. Je vhodné zvážit výhody a nevýhody různých právních forem podnikání.

- **Poslání a cíle firmy** – v této části je vhodné popsat, proč firma vznikla, jaké je její poslání a jaké jsou krátkodobé i dlouhodobé cíle



***Doporučení:** např. cílem může být dosažení zisku, získání tržního podílu, udržení se na trhu, posláním je něco „vyššího“ – ochrana životního prostředí, zlepšení života seniorů, hendikepovaných občanů apod.*

- **Grafické znázornění názvu firmy, logo, slogan**



***Doporučení:** v této části nelze doporučit nic jiného, než že „fantazii se meze nekladou“. Zde se jistě uplatní především členové týmu s kreativním myšlením.*

Marketing

- **Marketingový plán** – vytváříme na základě informací z těchto oblastí:

a/ stav na trhu – stručné vyhodnocení hospodářské a politické situace, právní předpisy, charakteristika obyvatelstva – počet, věk, vzdělání, zaměstnání, náboženské vyznání....jde o určení a analýzu místa, **kde** budeme podnikat, kde zahájíme podnikání



***Doporučení:** jde o celkové zhodnocení situace na trhu, např. v hluboké hospodářské krizi nebude asi příliš úspěšné podnikání s luxusním zbožím, nemohu si ve městě otevřít hernu, když vím, že nový právní předpis to zakazuje apod.*

b/ výběr segmentu trhu – určení a analýza cílové skupiny, **kdo** bude náš zákazník

c/ analýza konkurence – je důležité zjistit informace o konkurenci – zda vůbec tam, kde chceme podnikat, existuje, co nabízí, v jaké kvalitě, za jaké ceny, jakou používá propagaci

d/ analýza stavu naší firmy – SWOT analýza – rozbor silných a slabých stránek firmy, jde o vnitřní faktory. Rozbor hrozeb a příležitostí – vnější faktory

SWOT analýza	<i>Pozitiva</i>	<i>Negativa</i>
<i>Interní</i>	Silné stránky STRENGTHS	Slabé stránky WEAKNESSES
<i>Externí</i>	Příležitosti OPPORTUNITIES	Hrozby THREATS

- **Marketingový průzkum trhu** – zjišťujeme informace, na jejichž základě budeme pokračovat v plánování podnikání.



Doporučení: z velkého množství různých typů marketingových výzkumů, doporučuji dotazování našich potenciálních zákazníků – osobní, písemné /např. pomocí Google formulářů/, zaměřené na potřeby, přání, názor na náš plánovaný produkt, službu.

- **Marketingový mix 4P** – souhrn nástrojů, kterými firma aktivně ovlivňuje trh

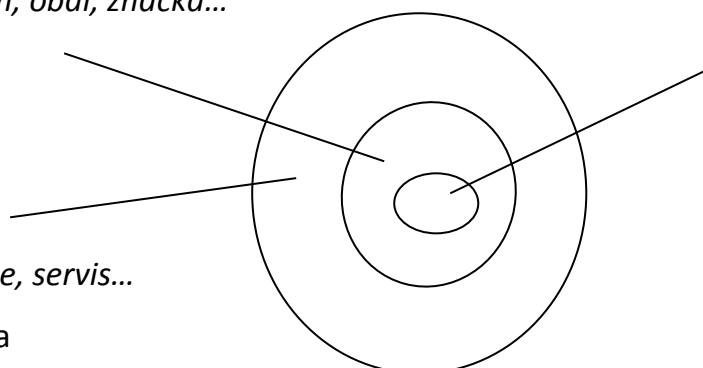
a/ **Product** – výrobek, služba



Doporučení: je vhodné zvolit koncepci totálního výrobku a slovní popis

Kvalita, design, obal, značka...

Jádro, podstata..



Úvěr, instalace, servis...


b/ **Price** – cena



Doporučení: určení a popis jakým způsobem byla vytvořena cena, na základě kalkulace, podle konkurence, dle zákazníka....jaká byla zvolena cenová strategie, systém slev apod.

c/ Placement – distribuce


Určení cest prodeje – jakým způsobem se náš produkt či služba dostane k našim zákazníkům.



Doporučení: rozhodnutí „jak budeme prodávat“ velice závisí na tom o jaký druh, typ produktu či služby se jedná. Přímá cesta prodeje – od nás přímo k zákazníkovi – je vhodná např. při výrobě zboží na zakázku, na míru. Nepřímá cesta prodeje – prostřednictvím různých mezičlánků – je vhodná např. u produktů, které nevyžadují přímý kontakt výrobce a spotřebitele. Na výběr je velké množství možností nebo jejich kombinací – tzv. kamenná prodejna, prodejní stánek v obchodním centru, umístění zboží v síti obchodů, využití velkoobchodů, zprostředkovatelů, využití velkoobchodů, zprostředkovatelů, e-shop, osobní prodej, v současnosti velice často využívané sociální sítě aj. Způsob a formy distribuce se samozřejmě vyvíjí, mění, rozšiřují, zdokonalují se samotným vývojem firmy.

d/ Promotion – propagace

Bez jakékoliv propagace nelze podnikat. Začínající firma má za úkol „dát o sobě vědět“ a informovat potenciální zákazníky o svých produktech či službách. Začínající podnikatel má většinou omezený rozpočet a podle toho musí vhodně vybrat účinný druh propagace.



Doporučení: rozhodnutí „jak budeme propagovat“ opět velice závisí na druhu výrobku či služby. Začínající firma může zvolit méně finančně náročnou formu, např. reklamu v regionálním rádiu, letáčky, ochutnávky...Samozřejmostí je již v současné době vytvoření a aktualizace webových stránek, registrace firem na sociálních sítích. Nevhodná forma propagace asi bude pro začínající firmu finančně náročná televizní reklama v hlavním vysílacím čase celoplošné televize.

Finanční plán – zakladatelský rozpočet

- **Zdroje financování** – určení **vlastních zdrojů** financování, tedy vkladu jednoho majitele nebo vkladů více společníků. Vklady do podnikání mohou být jak nepeněžité tak peněžité. Součet vkladů společníků vyjádřených v peněžních

jednotkách tvoří **základní kapitál** firmy. Do dne vzniku firmy musí být splaceny všechny nepeněžitě vklady a alespoň 30 % vkladů peněžitých.

Cizí zdroje financování jsou představovány úvěry bankovními i nebankovními, půjčkami od jiných osob, závazky vůči dalším osobám, institucím.



Doporučení: pro přehledné zobrazení složek majetku a příslušných zdrojů financování na začátku podnikání je vhodné sestavit zahajovací rozvahu. U většího počtu společníků doporučuji určit jmenovitě výši vkladu v peněžních jednotkách a určit podíl ve firmě např. vyjádřený v procentech. U bankovních úvěrů zdůvodněte výběr daného produktu, uveďte úrokovou sazbu, RPSN, délku splácení, výši pravidelných splátek apod.

- **Hospodářské operace** – dle zvolené právní formy a rozhodnutí členů týmu je nutné zvolit způsob zaznamenávání hospodářských operací – **Daňovou evidenci** nebo **Účetnictví**. Dále je důležité určit, zda firma bude či nebude plátcem DPH.



Doporučení: Pouze FO podnikající na základě živnostenského nebo jiného oprávnění mohou vést Daňovou evidenci. Ostatní podnikatelé jsou povinni vést Účetnictví.

- **Předpokládaný rozpočet nákladů a výnosů resp. výdajů a příjmů a předpokládaný hospodářský výsledek**

Rozpočet sestavujeme na rok dopředu /do celostátního kola EBG/, postupující do kola mezinárodního připravují rozpočet na tři roky dopředu.

Doporučení: součástí rozpočtu všech očekávaných nákladů a výnosů firmy by také měla být **předběžná kalkulace** nákladů a ceny produktu či služby. Při vypracovávání rozpočtu vycházíme z obvyklých cen – u nájmu z cen v daném regionu, stejně tak u energií, u mzdových nákladů musíme počítat se zákonnými odvody apod. U předpokládaného hospodářského výsledku budeme počítat s následným zdaněním dle toho, zda je firma fyzická nebo právnická osoba. Rozpočet můžeme doplnit podrobnějšími propočty, např. odpisy dlouhodobého majetku, mzdové propočty aj. Pokud firma předpokládá již v prvním roce podnikání zisk, je vhodné uvést, jakým způsobem bude použit – rozdělen např. mezi společníky, ponechán ve firmě a dále investován apod.



Mezinárodní spolupráce

EBG je mezinárodní ekonomická soutěž a úkolem jednotlivých týmů je mimo jiné navázání spolupráce s ostatními zahraničními týmy. Spolupráce je navazována elektronicky, formou e-mailu, v anglickém jazyce. Jednotlivé firmy jsou zaregistrovány na webových stránkách soutěže www.enterprise-ebg.eu. Žáci na těchto stránkách vyhledávají týmy s určitým předmětem podnikání a pokoušejí se s ním navázat spolupráci. Ta by měla být obchodního charakteru, např. vzájemné poskytování reklamy, vzájemný prodej výrobků, poskytování služeb, pomoc při otvírání poboček v zahraničí, marketingové průzkumy apod. Spolupráce může vyvrcholit sepsáním fiktivní smlouvy joint venture.



Doporučení: Snažte se oslovit více firem, v úvodním e-mailu se stručně představte, popište Váš předmět podnikání a navrhněte konkrétní druh spolupráce. Pokud budete naopak osloveni Vy zahraničním týmem, neváhejte příliš dlouho s odpovědí i kdybyste neměli o spolupráci zájem – a toto týmu sdělte co nejdříve.

Závěr

V závěru je vhodné stručně shrnout celoroční práci firmy. Zhodnotit týmovou spolupráci, zvolený předmět podnikání, náročnost jednotlivých částí podnikatelského záměru, navázání spolupráce se zahraničními týmy. Žáci by měli vyhodnotit, zda a co jim získané zkušenosti s prací přinesly, jestli by se v budoucnosti rozhodli podnikat nejen „fiktivně“.

Zdroje

Pokud žáci v průběhu práce používají jakékoliv informační zdroje /internet, učebnice, časopisy/ je nutné uvést citace. Ty lze vygenerovat např. na www.citace.com

Přílohy

Součástí příloh podnikatelského záměru by mohlo být:

Společenská smlouva o založení s.r.o.

Jednotný registrační formulář

Nájemní smlouvy

Marketingový dotazník

Pracovní smlouvy

Návrh reklamního letáku

Fotografie, obrázky, náčrty, mapky aj.

Maximální doporučený počet příloh je 10.

Význam zakládání fiktivních firem

- Rozvoj **klíčových kompetencí a podnikatelských dovedností** žáků a zvýšení jejich šancí uplatnit se na trhu práce
- **Ověření, praktické procvičení a prohloubení** teoretických znalostí získaných ve školní výuce v odborných ekonomických předmětech jako je EKONOMIKA, ÚČETNICTVÍ, INFORMATIKA, STATISTIKA
- **Získání základního přehledu v právních předpisech** týkajících se podnikání – *Nový občanský zákoník – Zákon o korporacích, Zákon o živnostenském podnikání, Zákoník práce, daňové zákony, nařízení vlády apod.*
- **Výběr vhodné právní formy podnikání pro zvolený předmět podnikání** – porovnání pozitiv a negativ jednotlivých možností podnikání v ČR
- **Získání přehledu o nutnosti registrace u Finančního úřadu, zdravotních pojišťoven, Správy sociálního zabezpečení, Úřadu práce** a následná spolupráce s těmito úřady
- Získání zkušeností o průběhu **zakládání, vzniku, počátku podnikání, získávání zdrojů financování „bez rizika“**
- Práce s **reálnými cenami výrobních faktorů** – energií, materiálu, práce, služeb aj. – sestavení předpokládaného rozpočtu nákladů, výnosů, hospodářského výsledku
- **Možnost souvislého vedení účetnictví** – po dobu celého účetního období, od vzniku firmy až po účetní závěrku a zjištění hospodářského výsledku, jeho rozdělení a použití
- Vytvoření **reálného průzkumu trhu a jeho vyhodnocení**
- **Zjištění skutečné konkurence, analýza trhu, segmentace trhu**
- Vyzkoušení si **týmové spolupráce, řešení problémů v komunikaci, nastavení priorit, plánování činností**
- Přebírání **odpovědnosti** za zadané úkoly
- Možnost spolupráce a komunikace **s odborníky z praxe**
- **Práce s reálnými aktuálními formuláři** – např. *Jednotný registrační formulář, sepsání smluv – Společenská smlouva, Smlouva o nájmu, Pracovní smlouvy* aj.
- Získání větší orientace v **mzdové problematice** – propočty mzdových nákladů, včetně zákonných pojištění
- Možnost zjištění zaměření, **specializace** žáků do budoucna – finance, marketing, právo, komunikace...
- Vylepšení **kreativity, práce s invencemi a tvorba inovací** /v rámci soutěže EBG je vyvíjen zcela nový nebo inovovaný výrobek či služba/
- Možnost **prezentace před odbornou porotou, publikem**, získání zpětné vazby /v rámci školního a celostátního kola soutěže EBG/
- Ověření znalostí získaných **v angličtině a v odborné angličtině při komunikaci a obchodování se zahraničními týmy**/v rámci soutěže EBG/
- Ověření si nové role učitele a lektora, který je především **koordinátorem a konzultantem**

Rizika a úskalí spojená s celoroční prací a návrhy na jejich eliminaci

Při celoroční práci se žáky je možné se setkat s různými riziky a problémy. Lze jim v některých případech předcházet, případně pokud nastanou, řešit je.

Jedná se především o:

- **Neochotu žáků zapojit se do soutěže** - žáky lze motivovat možností získat hodnotné ceny, účastnit se mezinárodního finále, vyzkoušet si něco nového, co se může v budoucnu hodit, jak v praxi, tak při studiu na vysoké školy
- **Nerovnoměrné zapojení žáků v týmu** - je vhodné rozdělit konkrétní úkoly mezi žáky a důsledně kontrolovat
- **Neochotu při poskytování informací a nepochopení „fiktivního“ podnikání ze strany odborné veřejnosti** – řešením je využívat osobních kontaktů žáků, učitelů i vedení školy
- **Neochotu nebo neschopnost vzájemné spolupráce** – je možné rozdělit úkoly tak, aby žáci byli navzájem závislí na splnění úkolů ostatních členů týmu, a tedy nuceni spolupracovat
- **Neznalost základních teoretických znalostí získaných ve výuce a na to navazující neschopnost se znalostmi dále pracovat** - s časovým předstihem žáky upozornit na nutnost zopakovat si učivo, které bude využíváno ve fiktivní firmě
- **Neochotu věnovat projektu volný čas** – žáky lze motivovat podobně jako v prvním bodě
- **Nedodržování zadaných termínů pro splnění dílčích úkolů** – důsledná kontrola dodržování zadaných termínů

Závěrem metodické příručky

Metodická příručka má za úkol vést lektory, učitele i žáky během jejich celoročního vypracovávání podnikatelského záměru, při zpracovávání jejich podnikatelské myšlenky nejen ve formě písemné, ale i ve formě prezentace, natočených reklam, videí, upoutávek apod. Příručka přináší návod, jaké části by žákovský projekt nejen dle pravidel EBG měl obsahovat. Pro větší usnadnění je součástí příručky také šablona podnikatelského záměru, do které mohou žáci přímo doplňovat své firemní údaje.

Dále lze v příručce najít vysvětlení významu zakládání fiktivních firem i výčet rizik a úskalí, se kterým se lze potkat v průběhu práce a také návrhy na eliminace těchto rizik a problémů.

Zdroje

Autorem materiálu – Metodické příručky - a všech jeho částí, není-li uvedeno jinak, je
Ing. Ivana Nováková

Příloha

Šablona podnikatelského záměru

Oficiální název školy

Název firmy, právní forma

Případně **Logo**

Případně **Slogan**

Členové týmu:

Jana Malá

Adam Malý

Jméno vyučujícího, lektora:

Ing. Renata Malá

Školní rok:

Obsah:

Před vložením obsahu je nutné upravit dokument pomocí **Stylů**. Pak je možné vygenerovat **Obsah**.

Úvod

Seznamte stručně čtenáře v několika větách s Vaší firmou, s předmětem podnikání a důvodem jeho zvolení. Výstižně a poutavě napsaný úvod by měl čtenáře zaujmout tak, aby měl chuť číst dál

1. **Vstupní údaje**

Název firmy, zvolená právní forma:

Společníci a jejich vklady /peněžitě i nepeněžitě/

Datum založení /datum sepsání společenské smlouvy - příloha/:

Datum vzniku /den zápisu do OR, den vzniku živnosti..JRF-příloha/:

Předmět podnikání: obecně a dle Živnostenského zákona:

Sídlo firmy:

Provozovna firmy /pokud je jinde než sídlo/:

Kontaktní údaje /adresa, telefonní číslo, webové stránky, email, FB../:

Poslání firmy:

Cíle firmy:

2. Marketing

Marketingový plán

Stav na trhu:

Výběr segmentu trhu:

Analýza konkurence:

Swot analýza:

Marketingový průzkum trhu

Popište metodu, průběh, vytvořený dotazník /nebo jeho náhled/
vloďte do příloh, vyhodnocení zpracujte graficky i slovně.

Marketingový mix

Zpracujte 4P:

Product:

Price:

Placement:

Promotion:

Inovace:

Popište, navrhnete s jakými inovacemi nebo novými výrobky počítáte
do budoucnosti.

3. Finanční plán

Zdroje financování celkem:

Vlastní zdroje:

Cizí zdroje:

Zahajovací rozvaha:

Zahajovací rozvaha k.....	
Aktiva	Pasiva
...	...
Celkem	Celkem

Hospodářské operace: účetnictví nebo daňová evidence, DPH?

Rozpočet nákladů, výnosů, hospodářského výsledku na 1 rok dopředu:

Rozpočet nákladů, výnosů a HV na rok.....	
Náklady	Výnosy
501	601
502	...
...	...
Celkem	Celkem

Hospodářský výsledek: Výnosy – Náklady

Předběžná kalkulace nákladů a ceny na jednu kalkulační jednici:

<i>Položka kalkulačního vzorce</i>	<i>Kč</i>
<i>Přímé náklady</i>	
<i>Nepřímé náklady</i>	
<i>Náklady na 1 kalk. jednici</i>	
<i>Zisk na 1 kalk. jednici</i>	
<i>Cena bez DPH</i>	
<i>DPH</i>	
<i>Cena s DPH</i>	

Příloha: Šablona podnikatelského záměru

Odpisy dlouhodobého majetku:

Odepisujeme pouze dlouhodobý majetek, který firmě patří, nikoliv majetek pronajatý!

Název majetku, pořizovací cena, odpisová skupina				
Rok	Sazba/koef.	Odpis	Oprávký	Zůstatková cena

Mzdové náklady:

Rok	Měsíční hrubé mzdy	Roční hrubé mzdy	Roční zdravotní pojištění	Roční sociální pojištění

4. **Mezinárodní spolupráce**

Popište jakým způsobem, s kterým zahraničním týmem jste navázali spolupráci, čeho se týká.

Závěr

Shrňte celoroční práci vaší fiktivní firmy. Zhodnoťte týmovou spolupráci, zvolený předmět podnikání, náročnost jednotlivých částí vypracování projektu. Uveďte, zda se pustíte do skutečného podnikání...

Zdroje:

Uveďte zdroje, ze kterých jste čerpali při vypracování projektu.

Přílohy:

Společenská smlouva o založení s.r.o.

Jednotný registrační formulář pro FO nebo PO

Nájemní smlouvy

Marketingový dotazník

Pracovní smlouvy

Návrh reklamního letáku

Fotografie, obrázky, náčrty, mapky aj.