

Iceland 
Liechtenstein
Norway grants



**Kurikulum
izvannastavne
aktivnosti
*Poduzetništvo***

Impresum

Izdavač

Osnovna škola „Silvije Strahimir Kranjčević“, Levanjska Varoš

Suizdavači

Osnovna škola „Šećerana“, Šećerana i Osnovna škola „Antunovac“, Antunovac

Za izdavača

Nataša Šego

Glavni urednik

Tomislav Duk

Uredništvo

Snježana Kralj, Snežana Markan, Deže Erdeš (domena Poduzetnička ideja)

Monika Mrkonjić, Ina Gorup, Đurđica Petrović (domena Poduzetnički projekt)

Dijana Mišević, Gordana Pek (domena Marketing)

Nataša Šego, Emily Jukić (domena Kapital)

Tomislav Duk (uvodni dio, učenje i poučavanje INA Poduzetništvo, vrednovanje i evaluacija u INA Poduzetništvo)

Lektura i korektura

MIRAI CONSULTING, obrt za edukacije i savjetovanje

Oblikovanje

BUZZ, obrt za računalne usluge

Levanjska Varoš, siječanj, 2024.

Iceland 
Liechtenstein
Norway grants



REPUBLIKA HRVATSKA

Ministarstvo regionalnoga razvoja
i fondova Europske unije

Projekt *E, baš hoću biti poduzetnik!* podržan je sa 133 396 eura doprinosom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru financijskog mehanizma Europskog gospodarskog prostora. Projekt sufinancira Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije Republike Hrvatske.

Stajališta izražena u ovom priručniku isključiva su odgovornost autora i ne odražavaju nužno stajalište Upravitelja Programa i država darovateljica.

SADRŽAJ

1. SVRHA I OPIS IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI	5
2. ODGOJNO-OBRAZOVNI CILJEVI UČENJA I POUČAVANJA IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO	5
3. STRUKTURA I DOMENE IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO	6
A) PODUZETNIČKA IDEJA	7
B) PODUZETNIČKI PROJEKT	7
C) MARKETING	8
D) KAPITAL	8
4. KLJUČNI SADRŽAJI I ODGOJNO-OBRAZOVNA OČEKIVANJA IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO	9
1. CIKLUS – PODUZETNIŠTVO I	10
1.1. PODUZETNIČKA IDEJA 1	10
1.2. PODUZETNIČKI PROJEKT 1	12
2. CIKLUS – PODUZETNIŠTVO II	15
2.1. PODUZETNIČKA IDEJA 2	15
2.2. PODUZETNIČKI PROJEKT 2	17
3. CIKLUS – PODUZETNIŠTVO III	19
3.1. MARKETING	19
3.2. KAPITAL	23
5. UČENJE I POUČAVANJE IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO	25
a) Iskustva učenja	25
b) Uloga učitelja	26
c) Mjesto i vrijeme poučavanja	26
d) Materijali i resursi za učenje	26
e) Grupiranje učenika	27
f) Preporuke za rad s darovitim učenicima i izradu godišnjeg izvedbenog kurikulumu za darovite učenike uključene u izvannastavnu aktivnost	27
g) Preporuke za rad s učenicima s poteškoćama u učenju i za izradu godišnjeg izvedbenog kurikulumu za učenike s poteškoćama u učenju i/ili ponašanju uključene u izvannastavnu aktivnost	29
6. VREDNOVANJE I EVALUACIJA U IZVANNASTAVNOJ AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO	31
7. TESTIRANJE KURIKULUMA IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO	31
8. KURIKULUM IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI I NJEGOVA PRIMJENA U OKVIRU CJELODNEVNE ŠKOLE	32



OSNOVNA ŠKOLA „SILVIJE STRAHIMIR KRANJČEVIĆ“, LEVANJSKA VAROŠ

OSNOVNA ŠKOLA „ŠEĆERANA“, ŠEĆERANA

OSNOVNA ŠKOLA „ANTUNOVAC“, ANTUNOVAC

KURIKULUM IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO

RUJAN 2023.

Ovaj je kurikulum izrađen u sklopu međunarodnog projekta *E, baš hoću biti poduzetnik!* koji je podržan sa 1 007 611,82 kuna (133 396 €) financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EEA financijskog mehanizma. Cilj je projekta unapređenje vještina učitelja i drugih odgojno-obrazovnih radnika iz područja STEM-a, IKT-a, poduzetništva i rada s učenicima s posebnim odgojno-obrazovnim potrebama te nadarenim učenicima u osnovnim školama.

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



1. SVRHA I OPIS IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI

Poduzetništvo je proces u kojem pojedinac na kreativan, konstruktivan, odgovoran i inovativan način kreira vrijednost prilagođavajući se promjenama i izazovima u različitim područjima života te u različitim društvenim ulogama.

Preporuka 2006/962/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 18. prosinca 2006. godine o ključnim kompetencijama za cjeloživotno učenje među osam ključnih kompetencija uvrštava i *osjećaj za inicijativu i poduzetništvo*. Ta kompetencija znači *spособnost pretvaranja ideja u aktivnosti kroz kreativnost, inovacije i poduzimanje rizika, kao i sposobnost planiranja i upravljanja projektima*.

Polazeći od temeljnih pretpostavki definiranja svrhe međupredmetne teme „Poduzetništvo“ u *Kurikulumu međupredmetne teme poduzetništvo za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj* koji je donesen 14. siječnja 2019. godine, svrha izvannastavne aktivnosti *Poduzetništvo* jasniji je i konkretniji pristup u stvaranju poduzetničkog mišljenja i djelovanja s naglaskom na njegovu praktičnu primjenu u školskom okruženju i u lokalnoj zajednici.

Izvannastavna aktivnost *Poduzetništvo* otvara mogućnost nadogradnje odgojno-obrazovnih ciljeva učenja i poučavanja međupredmetne teme „Poduzetništvo“, posebno za one učenike koji tijekom osnovnoškolskog obrazovanja pokazuju pojačani interes za poduzetnički način promišljanja i djelovanja u svakodnevnom životu i radu, za stjecanje radnih navika i razvoj osobina poduzetne osobe.

2. ODGOJNO-OBRAZOVNI CILJEVI UČENJA I POUČAVANJA IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO

Odgojno-obrazovni ciljevi učenja i poučavanja izvannastavne aktivnosti *Poduzetništvo upotpunjuju se sa sadržajima međupredmetne teme* „Poduzetništvo“ te ostalih međupredmetnih tema.

Učenik će u sklopu te aktivnosti:

- 1.
 - 2.
 - 3.
 - 4.
 - 5.
 - 6.
 - 7.
 - 8.
- ▶ razviti i u praksi primijeniti organizacijske i upravljačke sposobnosti, naučiti procese planiranja, izrade poslovnog plana te načina realizacije i praćenje njegova izvršavanja;
 - ▶ naučiti metode i načine upravljanja vremenom;
 - ▶ steći iskustva kako se donose odluke, postavljaju ciljevi i prioritete te rješavaju problemi, s naglaskom na procjenu rizika kod donošenja odluka i preuzimanje odgovornosti;
 - ▶ steći iskustvo i sposobnost za vođenje i organizaciju timskog rada te razviti komunikacijske vještine;
 - ▶ upoznati pravila učenja i rada u interkulturalnom okruženju;
 - ▶ steći navike otvorenosti za nove ideje i mogućnosti;
 - ▶ naučiti kako stvarati inovativna, konkurentna i kreativna rješenja;



- ▶ upoznati se s izradom projektnih prijedloga i upravljanjem projektima;
- ▶ biti osposobljen razumjeti ekonomsko okruženje, razviti ekonomsku i financijsku pismenost te se upoznati s temeljnim ekonomskim konceptima;
- ▶ naučiti što znači ponašati se društveno odgovorno;
- ▶ naučiti važnost poštivanja i zaštite intelektualnog vlasništva;
- ▶ razviti upornost, pozitivan odnos prema radu i radne navike;
- ▶ razviti sposobnost samoprocjene i kritičkog mišljenja, definiranja i rješavanja problema;
- ▶ razlikovati i istraživati pojedina zanimanja;
- ▶ usvojiti temeljna znanja iz područja svijeta rada i poslovanja u svrhu razvoja karijere;
- ▶ prepoznavati potrebu i prilike za cjeloživotno učenje.

3. STRUKTURA I DOMENE IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO

Kurikulum izvannastavne aktivnosti *Poduzetništvo nadograđuje se na tri domene međupredmetne teme „Poduzetništvo“* (promišljaj poduzetnički, djeluj poduzetnički te ekonomska i financijska pismenost) i integrira ih u strukturu svojih četiriju domena:

A) PODUZETNIČKA IDEJA;

B) PODUZETNIČKI PROJEKT;

C) MARKETING;

D) KAPITAL.

Ovako razrađene domene potaknut će kod učenika da svoj poduzetni način razmišljanja i djelovanja u svakodnevnome životu i radu definira u poduzetničku ideju. Na temelju proaktivnog stava prema svemu što radi i uočavanja prilika, učenik će svoju poduzetničku ideju moći uobličiti u poslovni, odnosno poduzetnički projekt. Usvajanjem elementarne ekonomske i financijske pismenosti učenik će steći osnovna znanja i vještine potrebne za razumijevanje i upravljanje marketingom plasmana svoje poduzetničke ideje. Uključivanjem u svijet rada i razvojem svijesti o potrebi cjeloživotnoga učenja, usavršavanja i prilagođavanja potrebama tržišta rada, učenik će razvijati sposobnost razumnog preuzimanja rizika za svoj uloženi i dobiveni kapital te će biti sposoban isti iskoristiti za ulaganje u nove ili poboljšanje postojeće poduzetničke ideje.

Domene nisu koncipirane tako da su međusobno odvojene ili da postoje kao zasebni koncepti, nego ih učitelj koji izvodi izvannastavnu aktivnost *Poduzetništvo* međusobno kombinira, razrađuje i nadopunjuje. Učitelj samostalno izrađuje svoj godišnji izvedbeni kurikulum izvannastavne aktivnosti *Poduzetništvo* i strukturira svoje sate u kojima ostvaruje odgojno-obrazovna očekivanja iz domena vezanih za pojedine cikluse.

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



A) PODUZETNIČKA IDEJA

Poduzetničko promišljanje veže se uz stvaranje „Poduzetničke ideje“ kao konačnog rezultata tog promišljanja. Poduzetnička ideja proizlazi iz okružja/uvjeta za razvoj osobina. Poduzetna mlada osoba treba razumjeti kontekst u kojem živi i djeluje, kako taj kontekst utječe na razvoj njezinih osobina, način razmišljanja, društvenu interakciju, mogućnosti obrazovanja i prihvaćanja novih poduzetničkih ideja. Da bi to mogla, treba razumjeti temeljne ekonomske koncepte koji utječu na svakodnevnicu, ali i poduzetničko okruženje u kojem se ideja razvija.

Sastavnice su ove domene očekivanja koja se razrađuju se kroz dva dijela: Poduzetnička ideja 1 i Poduzetnička ideja 2 te se odnose na:

- ▶ upoznavanje i definiranje problema iz svojeg okruženja;
- ▶ kreativno promišljanje o načinima rješavanja tih problema;
- ▶ procjenu rizika za primjenu pojedinih rješenja problema i snalaženje u rizičnim situacijama;
- ▶ pretvaranje ideje za rješavanje problema u okruženju u poduzetničku ideju;
- ▶ analizu postojeće poduzetničke ideje i njezine primjenjivosti za rješavanje trenutnih problema u svojem okruženju;
- ▶ istraživanje načina za osiguravanje početnog kapitala za realizaciju poduzetničke ideje;
- ▶ usvajanje prezentacijskih vještina za predstavljanje poduzetničke ideje potencijalnim ulagačima;
- ▶ doradu postojeće poduzetničke ideje da bi se prilagođavala svakodnevnim potrebama tržišta;
- ▶ etička, ekološka i društvena odgovornost kod promišljanja i definiranja poduzetničke ideje.

B) PODUZETNIČKI PROJEKT

Domena „Poduzetnički projekt“ podrazumijeva pretvaranje poduzetničke ideje u konkretan proizvod koji će se plasirati na tržištu, a kao rezultat poduzetničkog promišljanja. Poduzetnička ideja pretvorena u konkretan proizvod ima za cilj riješiti neki problem na tržištu ili na inovativan način poboljšati ili doraditi postojeći proizvod da na bolji način rješava neki problem. Za kreiranje projektnog prijedloga potrebno je razumijevanje temeljnih ekonomskih i financijskih koncepata. Ključni su dio ove domene stvaranje tima i timski rad te iskustveno učenje i praktično iskustvo projektnog planiranja i vođenja projekta.

Sastavnice ove domene jesu očekivanja koja se razrađuju kroz Poduzetnički projekt 1 i Poduzetnički projekt 2 te se odnose na:

- ▶ usvajanje osnovnih koncepata projektnog planiranja i upravljanja projektom;
- ▶ razvoj poduzetničke ideje od koncepta do realizacije kroz poduzetnički projekt;
- ▶ postavljanje projektnih ciljeva i artikulaciju vlastite vizije kroz poduzetnički projekt;
- ▶ razvoj sposobnosti projektnog planiranja i upravljanja planiranim aktivnostima u okviru poduzetničkog projekta;
- ▶ planiranje i upravljanje karijerom.

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



C) MARKETING

Domena „Marketing“ uvodi učenika u temeljne postavke i koncepte funkcioniranja tržišta. Učenik se upoznaje s određivanjem cijene proizvoda, promocijom i distribucijom da bi se obavila razmjena koja zadovoljava ciljeve pojedinaca i organizacija. Omogućuje mu se osnovno razumijevanje marketinške koncepcije i poslovne filozofije kao specifičnog načina razmišljanja i djelovanja na kojem se zasniva poslovna politika poduzeća. Učenik upoznaje rad poduzeća, rad državnih, gospodarskih i financijskih institucija, pri čemu se ova domena uvelike oslanja na domenu „Ekonomska i financijska pismenost“ iz *Kurikuluma međupredmetne teme poduzetništvo za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj*. Osnovna je postavka koju učenik treba usvojiti da je poduzeće, koje je prihvatilo marketing kao koncepciju i/ili poslovnu filozofiju, usmjereno na potrošače, neprekidno istražuje njihove potrebe i želje te oblikuje programe i planove kojima će te potrebe zadovoljiti.

Sastavnice ove domene jesu očekivanja koja se odnose na:

- ▶ razumijevanje funkcioniranja tržišta, odnosno pravila ponude i potražnje;
- ▶ oblikovanje marketinške strategije;
- ▶ upoznavanje alata za izradu promotivnih materijala za plasman proizvoda na tržište;
- ▶ usvajanje pravila za izradu promotivnih materijala;
- ▶ upoznavanje različitih načina promotivnog djelovanja i promotivne kampanje;
- ▶ izradu promotivnih materijala za proizvod;
- ▶ provođenje analize utjecaja promotivnog djelovanja na prodaju proizvoda te na njegovu prilagodbu potrebama tržišta;
- ▶ usvajanje osnovnih postavki lobiranja;
- ▶ usvajanje etičkih, moralnih i društvenih pravila kod oblikovanja marketinške strategije, promotivnog djelovanja i lobiranja.

D) KAPITAL

Domena „Kapital“ treba pružiti učeniku stjecanje osnovnih vještina upravljanja kapitalom, odnosno vlastitim novcem ili novcem ulagača koji koristi za realizaciju svoje poduzetničke ideje, za proizvod i marketinške aktivnosti. Ova domena prožima se kroz sve druge domene s ciljem da učenik nauči cijeniti kapital koji ulaže i kapital koji stječe plasmanom svojeg proizvoda na tržište. Učeniku se omogućuje osnovno razumijevanje ekonomije i poduzetničkog djelovanja kao procesa stvaranja nove vrijednosti: kapitala. Pritom se učenika usmjerava na odgovornost prema radu i novcu te na načine stvaranja uvjeta za osobni i profesionalni razvoj.

Sastavnice ove domene jesu očekivanja koja se odnose na:

- ▶ osnovno razumijevanje ekonomije i njezinu primjenu u svakodnevnome životu;
- ▶ razumijevanje procesa ulaganja i upravljanja troškovima;
- ▶ razumijevanje financijskih proizvoda, usluga i koncepata;
- ▶ praćenje tržišta kapitala;
- ▶ odgovorno upravljanje novcem te važnost ulaganja zarađenog kapitala u poboljšanje postojećeg proizvoda i razvoj novih poduzetničkih ideja.

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



4. KLJUČNI SADRŽAJI I ODGOJNO-OBRAZOVNA OČEKIVANJA IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO

Izvođenje izvannastavne aktivnosti *Poduzetništvo* planirano je u 3 obrazovna ciklusa. Za svaki ciklus predviđeno je 35 sati, što znači 105 nastavnih sati za sva tri ciklusa.

Predviđeno je uključivanje učenika od 5. do 8. razreda. Učenici 5. i 6. razreda uključuju se u 1. ciklus, učenici 6. i 7. razreda koji su pohađali izvannastavnu aktivnost u prvom ciklusu mogu se priključiti pohađanju izvannastavne aktivnosti u drugom ciklusu, a učenici 7. i 8. razreda koji su pohađali izvannastavnu aktivnost u drugom ciklusu mogu se priključiti pohađanju izvannastavne aktivnosti u trećem ciklusu.

Prvi ciklus od 35 nastavnih sati naziva se *Poduzetništvo I*, drugi ciklus od 35 nastavnih sati *Poduzetništvo II*, a treći ciklus od 35 nastavnih sati *Poduzetništvo III*.

U prvom ciklusu predviđeno je usvajanje temeljnih znanja, vještina i stavova iz prve i druge domene („Poduzetnička ideja 1“ i „Poduzetnički projekt 1“).

U drugom ciklusu predviđeno je proširivanje temeljnih znanja, vještina i stavova iz prve i druge domene („Poduzetnička ideja 2“ i „Poduzetnički projekt 2“).

U trećem ciklusu predviđeno je usvajanje temeljnih znanja, vještina i stavova iz treće i četvrte domene.

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.





1. CIKLUS – PODUZETNIŠTVO I

Prvi ciklus *Poduzetništvo I* obuhvaća domene „Poduzetnička ideja 1“ i „Poduzetnički projekt 1“.

1.1. PODUZETNIČKA IDEJA 1

KLJUČNI SADRŽAJI: inovativnost, kreativnost, procjena rizika, rješavanje problema, istraživanje resursa, prezentiranje ideje.

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Definiranje problema iz svojeg okruženja i kreativno promišljanje o načinima njihova rješavanja.

ZNANJA:

- Tko je poduzetnik i čime se on bavi?
- Koje su osobine poduzetnika?
- Kako poduzetnik rješava probleme u svojem okruženju?
- Što je poduzetništvo?
- Što je poduzetnička ideja i kako rješava problem u okruženju?

VJEŠTINE:

- Koristi dostupne materijale za rad.
- Istražuje dostupne resurse.
- Rješava probleme korištenjem različitih mogućnosti.

STAVOVI:

- Otvoren je prema drugačijem mišljenju.
- Cijeni postojeća rješenja za probleme iz neposredne okoline.
- Ekperimentira u pronalaženju novih rješenja.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ uvod u poduzetništvo (tko je poduzetnik i čime se bavi)
<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=DVkyghDfvvg>
 - ▶ osobine poduzetnika
<https://indeks.hr/sto-je-poduzetnik/>
 - ▶ od ideje do realizacije projekta
<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=DVkyghDfvvg>
 - ▶ poučavanje učenika o poduzetničkoj ideji
 - ▶ što je ideja (poduzetnička ideja)
<https://www.youtube.com/watch?v=Sc-yHMF7mNo>
 - ▶ nove ideje za nove projekte / poboljšane ideje za već postojeće projekte
 - ▶ procjena/samoprocjena ideje dovodi do poboljšane ideje
 - ▶ analiza razvoja postojećih poduzetničkih projekata, procjena vlastitih sposobnosti (primjerice, ciklus radionica *Mali društveno odgovorni poduzetnik se krije u meni* https://www.ti-si-sunce.hr/tsswebmedia/Prirucnik_Sinergija.pdf)
 - ▶ ja, kao aktivni građanin/ka, što očekujem od sebe, što drugi očekuju od mene, kako mogu napraviti pozitivnu promjenu u svojem okruženju/široj zajednici
<https://www.youtube.com/watch?v=njVnaQmtf0E>
 - ▶ upoznavanje s metodama osmišljavanja ideja: oluja ideja, tematske skupine (učenici i relevantni čimbenici iz zajednice), proučavanje postojećih podataka (npr. dnevna glasila, oglasnici, letci...)
 - ▶ što je poduzetništvo za djecu (video)
<https://www.youtube.com/watch?v=6fKVyeGdKxY>
 - ▶ KISS metoda (*Keep It Short and Simple*)
 - ▶ razvijati volunтарizam
<https://dkolektiv.hr/public/storage/documents/publications/vrline-znanja-skole-kao-pokretaci-zajednice.pdf>
 - ▶ upoznati učenike s pojmom *održivog razvoja*
- Korištene ideje preuzete iz:
<https://www.hup.hr/publikacija-osmislite-i-provjerite-svoju-poduzetnicku-ideju.aspx>

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Procjena rizika za primjenu pojedinih rješenja problema i snalaženje u rizičnim situacijama.

ZNANJA:

Neizvjesnost i rizik u neposrednoj okolini.

Koji su ponuđeni proizvodi i usluge (sadržaji) u neposrednoj okolini i kako ih analizirati?

Kako identificirati osobne potrebe i interese koje je moguće zadovoljiti u neposrednoj okolini?

VJEŠTINE:

Donosi odluku o aktivnosti u koju će se uključiti iz neposredne okoline.

Iznosi ideju za inovativno rješenje nekog problema iz neposredne okoline.

Sposoban je samostalno procijeniti rizik.

STAVOVI:

Rizik i neizvjesnost doživljava kao prilike za učenje.

Shvaća model učenja na pogreškama.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ rizik je mogućnost da će se dogoditi nešto loše u odnosu na neku dobrobit (zdravlje, okoliš, dobit, imovina...)
- ▶ procjena je rizika kalkilirana prognoza moguće štete, opasnosti, ugroze i gubitka
<https://www.youtube.com/watch?v=-E-jfcoR2W0>

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Pretvaranje ideje za rješavanje problema u okruženju u poduzetničku ideju i istraživanje načina za osiguravanje početnog kapitala za realizaciju poduzetničke ideje.

ZNANJA:

Uočava što je potrebno za pretvaranje ideje u proizvod.

Upoznaje se s gospodarskim subjektima u okruženju.

Identificira mogućnosti realizacije ideje na temelju dostupnih resursa.

VJEŠTINE:

Donosi odluku o konačnom izgledu proizvoda.

Koristi dostupne resurse.

STAVOVI:

Stvara pozitivan stav prema različitim mogućnostima realizacije ideje na temelju dostupnih resursa.

Odustajanje ne doživljava kao neuspjeh.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ upoznati se s primjerima dobre prakse iz okoliša (OPG-ovi, obrtnici, poduzetnički inkubator...)
- ▶ istražiti mogućnost sponzoriranja (školski resursi, roditelji, obrtnici...)
- ▶ napraviti prototip (poboljšati ga)
- ▶ kreativni pristup (dodati svoja obilježja koja razlikuju proizvod od drugih proizvoda)
- ▶ voditi računa o budžetu
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=xwyqyBX0nOU>
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=fGgC1b6mJlo>

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Prezentacijske vještine za predstavljanje poduzetničke ideje potencijalnim ulagačima.

ZNANJA:

Kako se predstavlja poduzetnička ideja na različite načine?
Zna se služiti različitim prezentacijskim modelima.

VJEŠTINE:

Izrađuje prezentaciju svoje ideje i proizvoda.

STAVOVI:

Nelagodu i strah prilikom izlaganja i prezentacije doživljava kao nešto normalno.
Ne odustaje unatoč problemima.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ koristiti prezentacijske tehnike koje može prikazati zainteresiranim stranama (poznate tehnike i nove, naučene)
- ▶ preporuka: PowerPoint dostupan je u Microsoft paketu, jednostavan je za korištenje, ne treba internet za izradu i nudi mogućnost kreativne primjene
- ▶ koristiti aplikacije s kojima se učenici dobro snalaze i koje znaju prebaciti na druge uređaje
- ▶ voditi računa o zaštiti autorskih prava kod korištenja fotografija i izvora s interneta
- ▶ vježbati prezentacijske tehnike u sigurnom okruženju (razred)
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=8lbheB2-ixM>
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=7l3YpwJJa6s>
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=hg82w49GJcl>

1.2. PODUZETNIČKI PROJEKT 1

KLJUČNI SADRŽAJI: donošenje odluka, projektno planiranje, procjena poduzetničke prilike, upravljanje vremenom, projektne resursi, projektne tim, projektne učinak.

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Usvajanje osnovnih koncepata projektnog planiranja i upravljanja projektom.
Postavljanje projektnih ciljeva i artikulacija vlastite vizije kroz poduzetnički projekt.

ZNANJA:

Definira projekt.
Objašnjava logiku projekta i projektnog učinka.
Što sve može utjecati na planiranje i provedbu projekta?
Koji su opći i posebni ciljevi projekta te kako ih oblikovati?
Koji su ciljni korisnici, krajnja skupina i dionici projekta te kako ih definirati?

VJEŠTINE:

Analizira okolinu u kojoj provodi projekt.
Razvija aktivnosti koje će odgovarati postavljenim ciljevima.

STAVOVI:

Otvoren je prema drugačijem mišljenju.
Cijeni suradnju svih dionika projekta.
Eksperimentira u pronalaženju novih rješenja.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ tko je poduzetnik i kako postati poduzetnik
<https://youtu.be/0JaPaeFYE5U>
- ▶ učenje za poduzetništvo (osobine poduzetnika, učenje za poduzetništvo, prepreke)
<https://entrepreneurscan.com/blog/entrepreneurial-learning/>
- ▶ kratak film za djecu o održivom poduzetništvu koji uvodi učenike u društveno poduzetništvo i održivost kroz prizmu dizajnerskog razmišljanja
https://youtu.be/eum8au_odkU

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



- ▶ upoznavanje učenika s etapama projekta
<https://k12.thoughtfullearning.com/FAQ/how-can-students-plan-their-projects>, <https://www.youtube.com/watch?v=tS23g-HeUkYU&t=35s>
- ▶ Design Thinking je proces koji kroz pet koraka stvara ideje koje rješavaju stvarne probleme za određenu skupinu ljudi
https://youtu.be/_r0VX-aU_T8
- ▶ kako osmisлити poslovni plan
<https://youtu.be/7ykkhepT9aE>
- ▶ izrada predložka za projekte uporabom digitalnih alata poput Canve
- ▶ primjer predložka za izradu poslovnog plana na engleskom jeziku:
<https://bizkids.com/wp-content/uploads/Kids-Business-Plan.pdf>
- ▶ predložci za izradu poslovnog plana na engleskom jeziku:
<https://www.moneyprodigy.com/business-plan-templates-for-kids/>
- ▶ upoznavanje s pojmom *cilja* (primjer nastavnih sati)
<https://www.mindsetworks.com/websitemedia/protected/capss2013/GMGoalSettingLessonPlan.pdf>
- ▶ brainstorming aktivnosti
- ▶ upoznavanje sa SMART metodom
<https://edutorij.e-skole.hr/share/proxy/alfresco-noauth/edutorij/api/proxy-guest/4064da7c-eebc-4b33-9e38-9ecc79de-38cc/index.html> (potrebno ju je prilagoditi, jer je namijenjena za srednju školu)
- ▶ video materijali i mrežne stranice za SMART metodu
<https://www.youtube.com/watch?v=i00fCZjASX8>, https://www.nasa.gov/sites/default/files/atoms/files/esfl_es_setting_smart_goals.pdf, <https://www.bccpa.ca/CPABC/media/PDFs/finlit/FL-School-Gr10-11-LessonPlan-GoalSetting.pdf>

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Razvoj poduzetničke ideje od koncepta do realizacije kroz poduzetnički projekt.

ZNANJA:

Prepoznaje i opisuje poduzetničku ideju.

Poznaje pravila timskog rada.

Razvija svoju poduzetničku ideju.

VJEŠTINE:

Predstavlja i argumentira poduzetničku ideju članovima projektnog tima.

Sudjeluje u radu projektnog tima.

Suraduje s drugim projektnim timovima.

STAVOVI:

Cijeni svoju i druge poduzetničke ideje.

Prihvaća samostalan i timski rad.

Cijeni međusobnu suradnju s pojedincima i drugim skupinama s ciljem razvoja vlastite poduzetničke ideje.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ tko je poduzetnik i čime se on bavi?
<https://youtu.be/prDsSjywWag>
- ▶ knjige o poduzetništvu za djecu i mlade
<https://imaginationsoup.net/teach-kids-how-to-be-entrepreneurs/>
- ▶ aktivnosti za jačanje timskog duha
(literatura: Ksenija Bunčić: *Igrom do sebe: 102 igre za rad u grupi*)
https://youtu.be/fUXdri9ch_Q
- ▶ poticanje komunikacijskih vještina u skupini
https://startthechange.net/wp-content/uploads/2018/03/pokreni_promjenu_zbirka_hr.pdf
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/fzgz:7708/datastream/PDF/view>
- ▶ osobine poduzetnika
<https://entrepreneurscan.com/blog/skills-abilities-knowledge-competencies/>
- ▶ tajna uspjeha (kratka priča o razvoju vlastitih osobina)
https://youtu.be/q0p4Y2_g5ZI
- ▶ intervju Stevea Jobsa o suradnji
<https://youtu.be/f60dhe14ARg>
- ▶ upravljačke su vještine sposobnosti koje menadžer ili vođa treba imati.

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



Deset vještina upravljanja koje se spominju u prethodnom videu su:

1. vještine upravljanja ljudima;
2. komunikacijske vještine;
3. tehničke vještine;
4. konceptualne vještine;
5. vještine vođenja;
6. rješavanje problema;
7. vještine upravljanja vremenom;
8. usmjeravanje i nadzor;
9. znanje o domeni; i
10. dijagnostičke, analitičke vještine te vještine donošenja odluka.

▶ <https://youtu.be/xHBhFKBLhWs>

▶ <https://educationleaves.com/top-10-management-skills/>

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Planiranje i upravljanje projektnim aktivnostima.

ZNANJA:

Nabraja sastavnice potrebne za izvršenje aktivnosti.

Razumije i osmišljava društveno korisnu aktivnost.

VJEŠTINE:

Samostalno radi i sudjeluje u radu projektne skupine.

Učinkovito se koristi vremenom i resursima u planiranju projektnih aktivnosti.

Planira slobodno vrijeme.

STAVOVI:

Pokazuje odgovornost u ispunjavaju zadataka projektnog tima.

Preuzima odgovornost za realizaciju plana.

Poštuje pravila planiranja.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

▶ kako osmisлити i napisati dobar projekt

<https://edutorij.e-skole.hr/share/proxy/alfresco-noauth/edutorij/api/proxy-guest/1611ce7d-08f1-4b6b-b9ce-738bd98bd656/index.html>

▶ tko je društveni poduzetnik?

<https://youtu.be/aTo0qtdVMpM> (sinkronizirano: <https://youtu.be/SnsgecZKDvk>)

▶ igra poduzetničkog obrazovanja (igrificirani način učenja procesa stvaranja novog poslovanja formiranjem puta od ideje do zadovoljnog kupca)

https://youtu.be/w_w8KH0Q5qw

▶ izrada hodograma projekta (uporaba IKT-a), kako vremenski rasporediti aktivnosti

▶ vođena aktivnost: primjer kako djeca mogu organizirati vođenje prodaje limunade

<https://woojr.com/business-for-kids-how-to-run-a-lemonade-stand/>

(radni listić: <https://woojr.com/wp-content/uploads/2018/10/Free-Printable-Lemonade-Stand-Lesson.jpg>)

▶ Cedra Split (predavanje o tome kako bolje organizirati svoje zadatke; što sve možemo automatizirati te kako osigurati realizaciju radnih zadataka; izvanmrežni način rada)

▶ Nick iz tvrtke *45 Degrees* s nekoliko alata koji mogu poslužiti u svakodnevnom radu

<https://youtu.be/b-rErqPkovU>

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



2. CIKLUS – PODUZETNIŠTVO II

Drugi ciklus *Poduzetništvo II* obuhvaća domene „Poduzetnička ideja 2” i „Poduzetnički projekt 2”.

2.1. PODUZETNIČKA IDEJA 2

KLJUČNI SADRŽAJI: poboljšanje postojećih rješenja, inovativnost i kreativnost, samokritičnost, odgovornost, poštenje, produktivnost, konkurentnost.

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Dorada postojeće poduzetničke ideje da bi se prilagođavala svakodnevnim potrebama tržišta. Važnost inovacija i kreativnosti.

ZNANJA:

Uočava postojeća rješenja problema iz neposredne okoline i predlaže nova inovativna rješenja. Razumije različite mogućnosti korištenja resursa za poboljšanje postojećih poduzetničkih ideja. Uočava nedostatke vlastite poduzetničke ideje i predlaže poboljšanja. Prepoznaje utjecaj inovacija i kreativnih rješenja na rast produktivnosti i konkurentnosti.

VJEŠTINE:

Koristi dostupne materijale za rad. Istražuje dostupne resurse za poboljšanje vlastite poduzetničke ideje i proizvoda. Rješava probleme korištenjem različitih mogućnosti za poboljšanje vlastite ili tuđe poduzetničke ideje.

STAVOVI:

Otvoren je prema drugačijem mišljenju. Cijeni tuđa mišljenja o vlastitim poduzetničkim idejama i proizvodima. Eksperimentira u pronalaženju novih rješenja poboljšanja vlastite poduzetničke ideje i proizvoda.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ izrada poduzetničke ideje korištenjem stečenih znanja iz prvog ciklusa
- ▶ istražiti tržište
- ▶ anketiranje ciljne skupine
- ▶ razgovor s udrugama/poznavateljima ciljne skupine
- ▶ oblikovati nekoliko ideja, evaluacija, izbor najbolje ideje ili kombinacije više ideja koje vode željenom cilju
- ▶ ne donositi odluke o odabiru najbolje ideje ishitreno (uzeti dovoljno vremena za razmišljanje i osmišljavanje ideje, ali i voditi računa o pravovremenosti provedbe ideje)
- ▶ razmišljati o potrebama ljudi, zaštiti okoliša, poboljšanju uvjeta u školi...
- ▶ brojčano probati prikazati obuhvat ideje (npr. broj korisnika usluge/proizvoda, količina proizvoda ili učestalost pružanja usluge...)
- ▶ trebamo li specijaliziran prostor za realizaciju ideje?
- ▶ uzeti u obzir omjer uloženog kapitala i dobiti
- ▶ ideja se realizira u zajednici i za zajednicu
<https://dkolektiv.hr/public/storage/documents/publications/vrline-znanja-skole-kao-pokretaci-zajednice.pdf>
- ▶ razlikovati ideju (samostalno osmišljavaju) od prilike (tržišno provjerena ideja za koju već postoje neki preduvjeti realizacije)
- ▶ voditi bilješke o razvoju ideje/a
- ▶ uloga učitelja: moderator/kritičko oko
- ▶ poduzetnik (učenik) ključ je uspjeha projekta, a trebao bi biti: proaktivan, uporan, predan, odgovoran, sposoban voditi druge i donositi odluke, prepoznati priliku, spreman prihvatiti rizik, kreativan, prilagodljiv, samopouzdan, motiviran
- ▶ brojni primjeri dječjeg poduzetništva dostupni su na [YouTube](#) kanalu, a ovo je i jedan primjer:
https://www.youtube.com/watch?v=UD_o3U4YAbU
- ▶ osobine koje učenik poduzetnik nema mogu se naučiti i razvijati (višestruke inteligencije)
https://edutorij.e-skole.hr/share/proxy/alfresco-noauth/edutorij/api/proxy-guest/5715b9c6-5319-4c14-84c8-ecf40ce9e14b/html/6306_sints_Visestruke_inteligencije.html,
<https://dkolektiv.hr/public/storage/documents/publications/vrline-znanja-skole-kao-pokretaci-zajednice.pdf>,
<https://www.youtube.com/watch?v=ZtHZyJTfvHc>,
<https://www.youtube.com/watch?v=FXJUDyqobbM>
- ▶ kombinacija poduzetnika, prilika i resursa u određeno vrijeme i na određenom mjestu: ključ uspjeha poduzetničkog pothvata
- ▶ osmislite rezervni plan!
<https://www.hup.hr/publikacija-osmislite-i-provjerite-svoju-poduzetnicku-ideju.aspx>

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

**ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:**

Procjena rizika za primjenu pojedinih rješenja problema i snalaženje u rizičnim situacijama.

ZNANJA:

Uviđa i procjenjuje rizik povezan sa stvarnom životnom situacijom i vlastitom poduzetničkom idejom.

VJEŠTINE:

Pronalazi rješenja za prevladavanje ili sprječavanje rizika na temelju iskustva s vlastitom poduzetničkom idejom.

STAVOVI:

Uči iz pogreške i prihvaća promjene.
Preuzima odgovornost za realizaciju plana.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ primjenjuje matricu za procjenu rizika (vidi u domeni 1)
- ▶ pitati stručnjake
- ▶ koristiti 'kritičkog prijatelja' – osobu koja nema interes već poštene namjere sagledavanja dobrih i loših strana
- ▶ zajedničko donošenje odluka dogovaranjem u timu
- ▶ naučiti prihvatiti bolje rješenje

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Pretvaranje analize postojeće poduzetničke ideje u novu, poboljšanu poduzetničku ideju.

ZNANJA:

Uočava što je potrebno za pretvaranje analize postojeće poduzetničke ideje u novi ili poboljšani proizvod. Identificira mogućnosti realizacije poboljšanja ideje na temelju dostupnih resursa.

VJEŠTINE:

Donosi odluku o konačnim promjenama na postojećem proizvodu ili odustajanju od daljnje proizvodnje. Koristi dostupne resurse.

STAVOVI:

Stvara pozitivan stav prema različitim mogućnostima realizacije ideje na temelju dostupnih resursa. Odustajanje ne doživljava kao neuspjeh.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ sagledati ideje iz različitih kutova, razmisliti što dovodi do uspjeha ili neuspjeha, koje promjene mogu uvesti u razvoj ideje, kako postati uspješan
<https://www.youtube.com/watch?v=TgDRAqiMP5Q>
- ▶ uključiti 'prijateljske promatrače' koji će pomoći učenicima uočiti nedostatke
- ▶ koristiti primjere dobre prakse
- ▶ kružno razmišljanje: ideja – analiza – procjena rizika – uvođenje promjena – poboljšana ideja (ciklus učenja)

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Etička, ekološka i društvena odgovornost kod promišljanja i definiranja poduzetničke ideje.

ZNANJA:

Uočava važnost poštenja u okvirima tržišne utakmice.
Navodi pozitivne primjere odgovornog poslovanja.
Prepoznaje zaštitu prirode kao važan čimbenik kod kreiranja poduzetničke ideje.

VJEŠTINE:

Izrađuje vlastita poslovna pravila u skladu s etičkim, ekološkim i društvenim normama.

STAVOVI:

Cijeni poštenje u poslovanju.

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ postaviti si sljedeća pitanja: Hoće li moj projekt ugroziti nekoga/nečiju egzistenciju?; Hoću li izvedbom projekta štetiti okolišu?; Koliki je omjer korisnosti i štetnosti projekta?; Mogu li svojim radom i zalaganjem dovesti projekt do uspjeha?; Trebam li pomoć?; Kako ću pravilno rasporediti zaduženja da svi sudjeluju i daju sličan/jednak doprinos uspjehu projekta?
- ▶ uključiti 'prijateljske promatrače' koji će pomoći učenicima uočiti nedostatke
- ▶ koristiti primjere dobre prakse
- ▶ kružno razmišljanje: ideja – analiza – procjena rizika – uvođenje promjena – poboljšana ideja (ciklus učenja)

2.2. PODUZETNIČKI PROJEKT 2

KLJUČNI SADRŽAJI: razmišljati zeleno, održivi razvoj, odgovorno i ekonomično ponašanje, menadžer, ekološki problemi, prirodni i ljudski resursi, 'dobar gospodar', suradnja s gospodarskim subjektima.

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Usvajanje osnovnih koncepata projektnog planiranja i upravljanja projektom.
Postavljanje projektnih ciljeva i artikulacija vlastite vizije kroz poduzetnički projekt.
Razvoj poduzetničke ideje od koncepta do realizacije kroz poduzetnički projekt.

ZNANJA:

Uočava gospodarske subjekte iz okruženja.
Uviđa mogućnosti osobnog djelovanja za razvoj poduzetničke ideje.
Razlikuje pojedine uloge u poduzetničkom projektu.
Razlikuje poduzetnika od menadžera.

VJEŠTINE:

Služi se različitim izvorima informacija.
Pronalazi na internetu informacije o poslovnim subjektima.
Može analizirati projektni prijedlog i predložiti poboljšanja.

STAVOVI:

Otvoren je za poduzetničke prilike.
Promiče poduzetništvo kao važan čimbenik gospodarskog razvitka.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ https://fet.unipu.hr/images/50015957/KATALOG_PODUZETNICKIH_IDEJA_KK.pdf
- ▶ istraživanje o gospodarskim subjektima iz okruženja (internet)
- ▶ izvanučionički posjet gospodarskim subjektima iz okruženja
- ▶ http://os-acesarca-zg.skole.hr/upload/os-acesarca-zg/images/static3/749/File/poduzetnistvo_esej.pdf
- ▶ provođenje intervjua s predstavnicima gospodarskih subjekata
<http://reg.mingo.hr/pi/public/#>
<https://youtu.be/XQ4RESz02wl>
- ▶ igra (skupine učenika odabiru jedan gospodarski subjekt i izrađuju shemu radnih mjesta; svaki član skupine odabire jedno zanimanje; kao skupina prikazuju dio radnog dana tog gospodarskog subjekta)
- ▶ društvene igre:
 - a) <https://moonpreneur.com/blog/business-board-games-for-kids/>
 - b) Entrepreneur game (<https://youtu.be/G0cHzKv-a5U>)
 - c) Business Games for Kids Every Parent Must Explore (<https://www.edtechreview.in/trends-insights/trends/business-games-for-kids/>)
 - d) Entrepreneurship Games (<https://gamification.itcilo.org/entrepreneurship-games/>)
 - e) 8 Fun Games for Aspiring Entrepreneurs of All Ages (<https://www.capitalism.com/fun-games/>)
 - f) Business Games Free - Teachers Pay Teachers (<https://www.teacherspayteachers.com/Browse/activities/games/social-studies/business/free>)

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



► **online** igre:

- a) 11 Best Business Simulation Games for Kids (Middle and High School) (<https://www.moneyprodigy.com/best-business-simulation-games-kids/>)
- b) Start It Up!. An Entrepreneurship Game (<https://www.pbslearningmedia.org/resource/start-it-up-interactive/start-it-up-an-entrepreneurship-game/>)
- c) 5 Online Business Games For Students (<https://www.startupwars.com/simulation-resources/5-online-business-games-for-students/>)
- d) Business, Math, & Money Games for Students (<https://onlinebusiness.umd.edu/business-math-money-games-for-students/>)
- e) Free Business Strategy Games for Kids / Teens / Students (<https://www.learn4good.com/games/businessstyc-on-free3.htm>)
- f) Virtonomics: the ultimate business simulation game! (<https://virtonomics.com/>)
- g) Business Games (<https://www.crazygames.com/t/business>)
- h) Best Business Simulation Games of 2022 (<https://www.businessnewsdaily.com/10717-best-business-simulation-games.html>)

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Prepoznati važnost odgovornog poduzetništva za rast i razvoj pojedinca i zajednice.

ZNANJA:

Obrazlaže koji resursi nedostaju u njegovoj neposrednoj okolini.
Navodi pozitivne primjere poslovanja u svojem okruženju.
Opisuje osnovne ekološke probleme u svojem okruženju.
Prepoznaje i primjenjuje koncept održivog razvoja.
Razlikuje i objašnjava dionike održivog razvoja.
Nabraja javna dobra.
Navodi primjere zaštite prava potrošača.

VJEŠTINE:

Istražuje negativne učinke u konceptu održivog gospodarstva.
Pokreće rasprave o pitanjima koja su važna za razvoj njegove uže i šire zajednice.
U poduzetnički projekt ugrađuje ekološki odgovorno i ekonomično ponašanje.
Promišlja i djeluje kao 'dobar gospodar'.

STAVOVI:

Prepoznaje posljedice svojih i tuđih aktivnosti u zajednici.
Ekološki je osviješten.
Ponaša se etično i odgovorno.
Zagovara načela održivog razvoja.
Svjestan je da njegovo sadašnje djelovanje utječe na budućnost.
Poštuje postojeće resurse.
Cijeni gospodarske subjekte koji djeluju društveno odgovorno.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- What is entrepreneurial ecosystem building?
<https://youtu.be/a7oQJteZn48>
- Consumer Protection - why it matters to you?
<https://youtu.be/2LZvEc-5E>
- suradnja s Udrugom za zaštitu i promicanje potrošačkih prava građana „Potrošački forum”
- potrošačka prava (2015. godina) – The Consumer Council je predstavničko tijelo u Sjevernoj Irskoj
- Know your new consumer rights
<https://youtu.be/781v8vf6vTQ>
- priručnik *Vježbanje poduzetništva za nastavnike osnovne i srednje škole*
https://www.ti-si-sunce.hr/tsswebmedia/Prirucnik_Sinergija.pdf
- kako razvijati inovativan i održiv poslovni model iz početne ideje?
 - a) How to be a sustainable entrepreneur Part 1 (<https://youtu.be/iBCxg-MeLI0>)
 - b) How to be a sustainable entrepreneur Part 2 (<https://youtu.be/wdWbpNRVefl>)
 - c) How to be a sustainable entrepreneur Part 3 (https://youtu.be/iLp3_nQLT6A)
 - d) How to be a sustainable entrepreneur Part 4 (<https://youtu.be/95ZC06CZKVw>)

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



3. CIKLUS – PODUZETNIŠTVO III

Treći ciklus *Poduzetništvo III* obuhvaća domene „Marketing“ i „Kapital“.

3.1. MARKETING

KLJUČNI SADRŽAJI: tržište, ponuda i potražnja, marketinška strategija, promocija, promotivna kampanja, promotivni materijali, lobiranje, mito, korupcija, brendiranje.

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Razumijevanje funkcioniranja tržišta, odnosno pravila ponude i potražnje.
Oblikovanje marketinške strategije.

ZNANJA:

Usvaja pojmove *tržište*, *ponuda* i *potražnja*.
Usvaja i objašnjava pojam *marketinška strategija*.
Prepoznaje posljedice prevelike ponude i premale potražnje.

VJEŠTINE:

Analizira ponudu i potražnju na tržištu iz svojeg okruženja.
Usklađuje svoj poduzetnički projekt s potrebama tržišta.
Koristi se digitalnim alatima za proučavanje tržišta, ponude i potražnje.
Izrađuje marketinšku strategiju.

STAVOVI:

Doživljava tržišne zakonitosti na pozitivan način.
Svjestan je važnosti planiranja u skladu s tržišnim zakonitostima.
Otvoren je za prihvaćanje različitih ideja i mišljenja.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ definiranje pojma *tržišta* i načina na koji ono *funkcionira* te njegove *podjele*:
<https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62570> (objašnjava se pojam tržišta, ukratko razvoj tržišta i kako ono funkcionira), <https://www.simplilearn.com/market-structures-rar188-article> (objašnjena tržišna struktura)
- ▶ postoji mnoštvo digitalnih alata koji mogu pomoći pri proučavanju tržišta, analize ponude i potražnje. Alatima se dobije dublji uvid u ponudu i potražnju. Evo nekoliko popularnih digitalnih alata koji se često koriste u ovu svrhu:
 1. **Google Trends**: Ovaj besplatan alat omogućava praćenje popularnosti ključnih riječi i fraza tijekom vremena. Možete saznati koje izraze ljudi često traže, kako se interes mijenja tijekom sezona ili događaja i kako se različite ključne riječi međusobno uspoređuju (<https://trends.google.com/trends/>)
 2. **SEMrush**: Ovaj je alat koristan za istraživanje konkurencije, analizu ključnih riječi, praćenje pozicija na pretraživačima, analizu *backlinkova* (dolazni ili povratni linkovi/poveznice) i još puno toga. Pomaže u razumijevanju kako se vaša ciljna publika ponaša na internetu i kako konkurenti posluju (<https://www.semrush.com/>)
 3. **Ahrefs**: Slično kao SEMrush, Ahrefs je moćan alat za istraživanje ključnih riječi, analizu konkurencije i praćenje *backlinkova*. Također, nudi analizu sadržaja i druge korisne funkcije (<https://ahrefs.com/>)
 4. **BuzzSumo**: Ovaj alat omogućava vam da istražite koji je sadržaj popularan na društvenim mrežama i koji se dijeli najviše. To vam može pomoći da razumijete kakav sadržaj privlači vašu ciljnu publiku (<https://buzzsumo.com/>)
 5. **SurveyMonkey**: Ako želite direktno komunicirati sa svojom ciljnom publikom, SurveyMonkey omogućava vam da kreirate ankete i upitnike da biste prikupili povratne informacije i mišljenja svojih korisnika (<https://www.surveymonkey.com/>)
 6. **Google Keyword Planner**: Ovaj je alat dio *Google Ads* platforme i omogućava vam istraživanje ključnih riječi, procjenu konkurencije i potencijalni opseg pretrage za određene izraze (<https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/>)
 7. **Facebook Audience Insights**: Ako ciljate publiku na Facebooku, ovaj vam alat omogućava da dobijete dublji uvid u svoju ciljnu publiku, uključujući demografske podatke, interese i ponašanja (<https://www.facebook.com/business/insights/tools/audience-insights>)
 8. **SimilarWeb**: Ovaj alat pruža informacije o posjetima mrežnim stranicama, analizu konkurencije, demografske podatke posjetitelja i druge korisne podatke (<https://www.similarweb.com/>)
 9. **Statista**: Ovaj izvor podataka nudi statistike, izvještaje i istraživanja na širokom spektru industrija i tema, što vam može pomoći da razumijete globalne trendove i tržišne dinamike (<https://www.statista.com/>)
 10. **Google Analytics**: Ako već imate svoju mrežnu stranicu, Google Analytics pruža dublji uvid u ponašanje posjetitelja na stranici, njihove interese, demografske podatke i druge korisne analize (<https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision>)

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



Ovi digitalni alati mogu pomoći proučiti tržište, analizirati ponudu i potražnju, razumjeti svoju ciljnu publiku i bolje usmjerite svoje marketinške napore. Važno je odabrati one koji najbolje odgovaraju potrebama (<https://ekonomskabaza.hr/mikroekonomija/ponuda-i-potraznja-1>, <https://www.investopedia.com/terms/l/law-of-supply-demand.asp> - članak + kratak video koji objašnjava pojam, <https://www.youtube.com/watch?v=GqeRnxSuLFI>)

► poduzetnička ideja ne može se razviti bez adekvatne primjene marketinga, točnije bez razrade marketinške strategije. Strategija se može kreirati za dva različita slučaja:

a) prvi slučaj: poslovni subjekt već postoji i, primjerice, uvodi nekakav novitet u proizvodni program. Tada se može analizirati postojeći marketinški miks, utvrditi prednosti i nedostatke te potom predložiti promjene i strategiju.

b) drugi slučaj: poduzetnička je ideja tek u začetku. Tada je definiranje marketinške strategije malo teže jer se treba temeljiti na detaljnom istraživanju tržišta (koje je poprilično skupo)

<https://uplift.hr/edukacija/vodic-marketinska-strategija-za-male-i-srednje-poduzetnike>,

<https://arhiva-2021.loomen.carnet.hr/mod/book/tool/print/index.php?id=973042>,

<https://www.bl.uk/business-and-ip-centre/articles/why-is-market-research-important-for-new-business-ideas>

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Upoznavanje alata za izradu promotivnih materijala za plasman proizvoda na tržište.

Usvajanje pravila za izradu promotivnih materijala.

ZNANJA:

Upoznaje se s alatima za izradu promotivnih materijala.

Upoznaje se s vrstama promotivnih materijala.

Usvaja pravila za izradu promotivnih materijala.

Obrazlaže što je brendiranje.

VJEŠTINE:

Koristi se alatima za izradu promotivnih materijala.

Razlikuje vrste promotivnih materijala.

Primjenjuje pravila za izradu promotivnih materijala u praksi.

Odabire ispravan promotivni materijal za svoj proizvod.

STAVOVI:

Cijeni ispravan način izrade i korištenja promotivnih materijala za svoj proizvod.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

► neki od profesionalnih alata koji se koriste za izradu promotivnih materijala, kao što su Adobe Photoshop i drugi, uglavnom se plaćaju, pa ih možda treba samo spomenuti. Ovdje se mogu navesti neke besplatne verzije kao što je osnovna verzija Canve

<https://hrcak.srce.hr/file/142652>

<https://mediagoods.hr/blog/alati-za-izradu-dizajna/>

► letci, katalogi, prospekti, brošure, reklamni natpisi, plakati, etikete, ambalaža proizvoda, kuverte, naljepnice, majice, kape, oslikavanje vozila, banneri

Od svega toga, plakat i letak najjednostavniji su za izraditi na nastavi. Nakon njih dolazi eventualno neka brošura ili slično, za što postoji predložak u Canvi

<https://www.qualitylogoproducts.com/blog/promotional-marketing-materials/>

<https://blog.thenounproject.com/what-are-marketing-materials/>

► ovisi o tome što se promovira (postoje specifična pravila u primjerice političkom marketingu ili kada je riječ o promoviranju alkohola/cigareta). Na linku su navedeni općeniti savjeti za izradu što uspješnijih promotivnih materijala, ali nema striktnih pravila. Nepisana pravila uključuju to da promotivni materijali moraju biti istiniti i vjerodostojni, transparentni, da se ne koriste manipulativnim metodama, da izbjegavaju bilo kakvu vrstu diskriminacije (više vezano uz etički aspekt) i slično.

<https://www.moo.com/blog/business-tips/10-steps-to-creating-effective-marketing-materials-for-your-small-business>

► dosta se izmijenilo u odnosu na prijašnja razdoblja, kada se više ulagalo u fizičke promotivne materijale, dok je sada digitalizacija to sve izmijenila. Uglavnom je fokus na oglasima i svemu onome što se može plasirati digitalnim putem

<https://carobnaprica.hr/izrada-promotivnih-materijala> (članak poslovnog subjekta koji se bavi izradom promotivnih materijala; na dnu se nalazi kratak opis svih aktivnosti kojima se bavi prilikom izrade promotivnih materijala, odnosno kako to izgleda u praksi i što sve obuhvaća)

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Upoznavanje različitih načina promotivnog djelovanja i promotivne kampanje.

Provođenje analize utjecaja promotivnog djelovanja na prodaju proizvoda te njegova prilagodba potrebama tržišta.

ZNANJA:

Usvaja i objašnjava pojmove *promocija* i *promotivna kampanja*.

Razlikuje vrste promocije i promotivnih kampanja.

Usvaja načine za analizu utjecaja promocije na prodaju proizvoda.

VJEŠTINE:

Odabire ispravan model promocije i promotivne kampanje za svoj proizvod.

Planira i provodi promotivnu kampanju za svoj proizvod.

Analizira utjecaj promocije i promotivne kampanje na prodaju proizvoda.

Primjenjuje rezultate analize promotivnog djelovanja na prilagodbu proizvoda potrebama tržišta.

STAVOVI:

Cijeni tuđa mišljenja o svojem promotivnom djelovanju.

Reakcije na promociju svojeg proizvoda doživljava s uvažavanjem i koristi ih u svrhu poboljšanja proizvoda.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ definiranje pojma *promocija*
<https://arhiva-2021.loomen.carnet.hr/mod/book/view.php?id=148346&chapterid=33705>, <https://www.voucherify.io/glossary/campaign>
- ▶ prezentacijske vještine potrebne za uspješnu kampanju
https://www.poslovnaucinkovitost.hr/images/uploads/Vje%C5%A1tine_prezentiranja_Boris_Balent.pdf
- ▶ staviti naglasak na moć uvjeravanja
- ▶ kako s učenicima izraditi i provesti kampanju za neki proizvod? U slučaju da neće osmišljavati vlastiti proizvod, pokušati s proizvodom s kojim su dobro upoznati i koji većina učenika voli: Nutella, Lino Lada, Cedevita i slično. Tako će im biti zanimljivije, a već su i upoznati sa značajkama koje treba promovirati u kampanji
<https://business.adobe.com/blog/basics/how-to-create-marketing-campaign>
- ▶ analiza utjecaja promocije na prodaju i na daljnje prilagodbe. U praksi će to za neki učenički projekt biti prilično teško. Ovisno o tome što će se promovirati, teško će se dobiti relevantni i točni podaci kao što je to slučaj kada, primjerice, neka agencija odradi kampanju za poslovni subjekt pa od njega ima primarne podatke o prodaji, koje onda može usporediti s prethodnima, a ima i podatke iz, recimo, Google Analyticsa iz kojih može vidjeti kakav je *performance* imao njihov oglas na digitalnim kanalima (eventualno pomoću ankete kroz *Google Forms*)
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/efos:3722/datastream/PDF/view>
<https://jscm.au.edu/index.php/jscm/article/view/150>

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Usvajanje osnovnih postavki lobiranja.

Usvajanje etičkih, moralnih i društvenih pravila kod oblikovanja marketinške strategije, promotivnog djelovanja i lobiranja.

ZNANJA:

Usvaja i objašnjava pojam *lobiranje*.

Usvaja i objašnjava etička, moralna i društvena pravila marketinške strategije.

Razlikuje lobiranje od promocije i promotivne kampanje.

Usvaja pojmove *mito* i *korupcija* te ih razlikuje od lobiranja.

VJEŠTINE:

Lobira za svoju poduzetničku ideju.

Ugrađuje etička, moralna i društvena pravila u marketinšku strategiju i poduzetnički projekt.

STAVOVI:

Promiče moralna, etička i društvena pravila marketinga.

Osuđuje mito i korupciju.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

<https://transparency.hr/hr/antikorupcija-detalji/sto-je-lobiranje-393>

(ima i video na hrvatskom u kojem se na primjerima objašnjava lobiranje)

▶ Mito je najčešći oblik korupcije

<https://mpu.gov.hr/korupcija/21510>,

<https://mpu.gov.hr/pojavni-oblici-korupcije/21514>

Mito i korupcija ozbiljni su društveni problemi koji se odnose na neetično i nelegalno ponašanje u vezi sa zloupotrebom vlasti, moći ili resursa radi osobne koristi. Oba ova pojma imaju ozbiljne negativne posljedice na društvo, ekonomiju, politički sustav i moralni integritet. Evo kako se obično definiraju:

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



1. **Mito:** Mito se odnosi na nezakonitu praksu davanja ili primanja novčanih ili materijalnih sredstava da bi se ostvarila neka usluga ili povlastica koja inače ne bi trebala biti dostupna. To može uključivati plaćanje novca ili pružanje drugih vrijednosti da bi se utjecalo na donošenje odluka, dobivanje poslova, olakšavanje administrativnih postupaka ili ostvarivanje drugih koristi.

2. **Korupcija:** Korupcija je širi pojam koji obuhvaća ne samo mito, već i druge oblike zloupotrebe vlasti ili resursa radi osobne dobiti ili interesa. To može uključivati primanje i davanje mita, nepotizam (davanje povlastica porodici ili prijateljima), pronevjeru javnih sredstava, lažno predstavljanje, manipulaciju ugovorima, falsificiranje dokumenata i slične aktivnosti kojima se krše zakon i moralne principi.

Efekti mita i korupcije štetni su i dugotrajni:

1. **Gubljenje povjerenja:** Mito i korupcija narušavaju povjerenje građana u institucije, vlast i društveni sustav. To može dovesti do pada legitimiteta vlada i političkih lidera.

2. **Neravnoteža resursa:** Korupcija često dovodi do neravnomjernog raspodjeljivanja resursa i povlastica, što može produbiti jaz između bogatih i siromašnih.

3. **Ograničenje ekonomske konkurencije:** Korupcija može favorizirati određene tvrtke ili pojedince, a time otežati poštenu konkurenciju i uskratiti mogućnosti drugima za uspjeh.

4. **Slabljenje vladavine prava:** Mito i korupcija podrivaju vladavinu prava, što može dovesti do nejednakog tretmana pred zakonom i smanjenja pravde.

5. **Ugrožavanje javnih usluga:** Korupcija može negativno utjecati na pružanje javnih usluga kao što su zdravstvo, obrazovanje, infrastruktura i sigurnost.

Borba protiv mita i korupcije zahtijeva zajedničke napore društva, vlada, organizacija civilnog društva i međunarodnih institucija. Transparentnost, odgovornost, obrazovanje, stroga primjena zakona i promocija etičkih vrijednosti ključni su faktori u suzbijanju ovih problema.

▶ etička, moralna i društvena pravila MKTG strategije (marketinške strategije)

<https://static1.squarespace.com/static/611bdc8a22d2160fc5295257/t/61eed4536e4cbe4800b34ab0/1643041876360/social-norms-marketing-campaign-strategy-guide.pdf>

▶ kako lobirati u praksi?

Važno je naglasiti da postoje primjeri **pozitivnog i negativnog lobiranja**, iako se lobiranje češće prepoznaje kao negativan pojam. Ono je ustvari **proces aktivnog zagovaranja**. Da bi bilo ispravno i pozitivno, lobiranje mora biti etično i transparentno.

Kao i kod gotovo svega u ekonomiji, i kod lobiranja se u praksi kreće od **identificiranja cilja** (npr. neki problem koji želimo riješiti)

Nakon toga kreće **detaljno istraživanje** teme koju lobiramo, zakona i propisa koje moramo poštivati prilikom lobiranja, argumenata i sl.

Izrađujemo poruku, koja mora biti uvjerljiva i koja podržava naš cilj. U njoj se trebaju jasno naglasiti argumenti i činjenice.

Izgrađuje se **mreža kontakata** s onim osobama koje mogu utjecati na donošenje odluka (političari ili novinari). To se radi kroz sudjelovanje na konferencijama, sastancima i sličnim događajima. Potrebna je **učinkovita i redovna komunikacija** s njima da bi se ubrzao proces lobiranja (primjerice slanjem mailova, dogovaranjem sastanaka, itd).

Ako je pritom moguća uspostava **suradnje** s pojedincima ili organizacijama koje su istomišljenici, takva suradnja mogla bi imati vrlo povoljne učinke na lobiranje jer će povećati snagu i utjecaj (<https://hdl.hr/kako-postati-lobist/>)

▶ članak Hrvatskog društva lobista u kojem se opisuje što je sve potrebno za posao profesionalnog lobista <https://lidermedia.hr/poslovna-scena/hrvatska/svakidasnje-lobiranje-cekamo-svoja-pravila-o-podmicivanju-139717>

▶ pravila za gradnju MKTG strategije:

1) U praksi se uglavnom kreće od definiranja ciljne skupine; dakle nakon istraživanja tržišta ono se segmentira te se odabire segment koji će biti naš cilj

2) Nakon što smo odredili svoju ciljnu skupinu i doznali koji su njihovi interesi i potrebe krećemo s definiranjem ciljeva. Ciljevi bi u pravilu uvijek trebali biti SMART (S – specific/specifični, M – measurable/mjerljivi, A – achievable/dosežni, R – relevant & realistic/realistični, T – time-bound/vremenski određeni)

3) Nakon određivanja i postavljanja ciljeva kreće se s analizom konkurencije. Gleda se što to konkurencija radi dobro, a što loše, te se iz toga izvlače pouke za naše poslovanje. U pravilu se može odraditi nekoliko analiza, a najčešće se rade PEST i SWOT analiza. U najvećoj se mjeri prati izravna konkurencija, i to najveći konkurenti, ali postoje prakse kada se mogu proučavati i lideri neizravne konkurencije (tzv. benchmarking)

4) Potom slijedi definiranje ključne poruke i vrijednosti koje će se prenositi ciljnoj publici (važno je da budu usklađene s brendom). Zatim se stvara media plan.

5) Odabiru se kanali komunikacije s potrošačima (uglavnom bude kombinacija tradicionalnih i modernih kanala)

6) Mjere se rezultati te se uspoređuju s ciljevima koje smo postavili na početku kako bi se utvrdila uspješnost/neuspješnost strategije

▶ brendiranje:

<https://www.markething.hr/sto-je-brendiniranje/>,

<https://www.ipng.hr/marketing-i-brendiranje-u-redovnom-poslovanju/>

Primjer brendiranja: <https://www.jutarnji.hr/naslovnica/sjajni-primjer-brendiranja-8704364>

▶ ideja za radionicu s učenicima: neka osmisle neki svoj brend (individualno ili grupno). Neka zatim razmisle o tome čime se brend bavi, što nudi, kakvi i koji su ciljevi poslovanja. Nakon toga neka osmisle i izrade glavne elemente brenda: ime, logotip, slogan, vizuale, boje brenda i slično, te razmisle o tome kako će predstaviti svoj brend na tržištu (što reprezentira ime, zašto su odabrali taj slogan, koje strategije će koristiti, kojim kupcima se obraćaju, tko im je ciljna skupina...). Na kraju neka u kratkoj prezentaciji, koristeći vokabular koji su naučili, predstave što su napravili.

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



3.2. KAPITAL

KLJUČNI SADRŽAJI: razmjena dobara, štednja, prekomjerna potrošnja, ekonomija, ulaganje, investicije, reinvestiranje dobiti, ulazni i izlazni troškovi, burza, vrijednosni papiri, dionice, tržište kapitala, financijske institucije, financijske usluge, financijsko savjetovanje.

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Osnovno razumijevanje ekonomije i njezina primjena u svakodnevnom životu.

ZNANJA:

Nabraja mogućnosti razmjene dobara.

Uočava povezanost novca s radom, proizvodnjom dobara i pružanjem usluga.

Tumači načine formiranja cijene.

Objašnjava oblike štednje.

VJEŠTINE:

Sudjeluje u igrama razmjene dobara.

Istražuje pojedine proizvode i usluge koje koristi po kriteriju cijene i kvalitete.

Izrađuje plan štednje.

STAVOVI:

Cijeni svoj i tuđi rad.

Odgovorno se odnosi prema novcu i ne podliježe izazovima prekomjerne potrošnje.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ metode i načini kojima će se učenicima objasniti pojam *investicije* (ulaganja)
https://www.google.com/url?q=https://hr.economy-pedia.com/11039024-investment&sa=D&source=docs&ust=1692012485212664&usg=A0vVaw2R_uvppMhwZwTvSz10nTVe

Sadržaj:

- ▶ vrste ulaganja
- ▶ spremnost ulaganja na tržište
- ▶ kako funkcionira investicija?
- ▶ kako znati je li jedna investicija bolja od druge?
<https://www.youtube.com/watch?v=Epzr8azlxp8>
- ▶ razlika između štednje i ulaganja (igrice o važnosti ulaganja i štednje:
https://profileproject.eu/media/PR004-Kod-kuce-ili-u-banci_HR.pdf)
- ▶ ulazni i izlazni troškovi proizvodnje (troškovi i kriteriji klasifikacije troškova; prezentacija dr. sc. Hrvoja Perčevića:
https://www.google.com/url?q=https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/RAC/hpercevic/poslovno_planiranje/Tro%25C5%25A1kovi%2520i%2520kriteriji%2520klasifikacije%2520tro%25C5%25A1kova.pdf&sa=D&source=docs&ust=1692012485218533&usg=A0vVaw3finaLtw7_adbMpFUIJzoZ)
- ▶ prekomjerna potrošnja. Odgovori na pitanje što je potrošnja, odgovorna potrošnja, financijsko ponašanje, ljudske vrijednosti odabira, što utječe na odluku potrošača, impulzivna kupnja i pet načina kako je izbjeći
<https://www.google.com/url?q=https://www.stedopis.hr/sto-je-potrosnja/&sa=D&source=docs&ust=1692012485218968&usg=A0vVaw2KXbtvn2-8z26oX8Tnmd40>,
https://profileproject.eu/media/NUM08-Potrosnja-u-jednoj-zemlji_HR.pdf
- ▶ reinvestiranje u proizvod
<https://www.google.com/url?q=http://www.imamnovac.com/poduzetnistvo/reinvestirana-dobit-hrabrost-ili-ludo-st/&sa=D&source=docs&ust=1692012485220313&usg=A0vVaw01Htw50t15NCh8bU940g9j>,
<https://www.google.com/url?q=https://www.agroklub.com/financiranje/svaku-kunu-smo-reinvestirali-u-proizvodnju-a-cilj-nam-je-i-dalje-koristiti-sredstva-eu-fondova/69301/&sa=D&source=docs&ust=1692012485220420&usg=A0vVaw1vRwKfzp4K-UB-WKp1hLZm>

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Praćenje tržišta kapitala.

ZNANJA:

Upoznaje se s pojmom *burza* i objašnjava njezine osnovne funkcije.
Prepoznaje važnost praćenja tržišta kapitala.
Zna objasniti osnovne pojmove vezane za tržište kapitala.
Upoznat je s načinima zlouporabe tržišta kapitala.

VJEŠTINE:

Sudjeluje u igrama za praćenje tržišta kapitala.

STAVOVI:

Cijeni svoj i tuđi rad.
Osuđuje pojave zloupotrebe tržišta kapitala.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ što je burza? Vrijednosni papiri, dionice i ostali pojmovi iz područja tržišta kapitala te načini zlouporabe tržišta kapitala
<https://www.google.com/url?q=https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id%3D10314&sa=D&source=docs&ust=1692012485221361&usg=AOvVawOATXgCH-uABlnkZMlvRRe>
- ▶ natječaj HANFA-e za učenike osnovnih škola na temu *Za novce marim, troškove pratim*
<https://www.google.com/url?q=https://www.hanfa.hr/getfile/42497/HANFA-Trziste-kapitala.pdf&sa=D&source=docs&ust=1692012485221831&usg=AOvVawOFIFTXQgWcQfDye829wjzP>

ODGOJNO-OBRAZOVNO OČEKIVANJE:

Razumijevanje financijskih proizvoda, usluga i koncepata.

ZNANJA:

Objašnjava ulogu financijskih institucija u razvoju poduzetničkih aktivnosti.
Objašnjava najčešće korištene financijske usluge za osobne potrebe i poslovanje.
Prepoznaje važnost financijskog savjetovanja pri izboru financijskih usluga.

VJEŠTINE:

Spreman je demonstrirati različite mogućnosti korištenja financijskih usluga.

STAVOVI:

Oprezno pristupa mogućnostima korištenja financijskih proizvoda, usluga i koncepata.
Cijeni važnost financijskog savjetovanja.
Uvažava različita mišljenja i savjete.

PREPORUKE I MATERIJALI ZA OSTVARIVANJE ODGOJNO-OBRAZOVNIH OČEKIVANJA:

- ▶ financijsko savjetovanje i tko ga provodi
https://www.google.com/url?q=https://europa.eu/youreurope/search-results/index_hr.htm?countryCode%3Dhr%26categories%3DH1;H2;H5&sa=D&source=docs&ust=1692012485222607&usg=AOvVaw3tqm3gwGp05YdTVAHy8Qcc
<https://www.youtube.com/watch?v=9vuqlif0-Vk>
- ▶ važnost pravilnog planiranja budućnosti uz financijsku pismenost
<https://www.practicalmoneyskills.com/en/teach/your-money-your-future/home.html>

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



5. UČENJE I POUČAVANJE IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO

Izvannastavnu aktivnost *Poduzetništvo* mogu izvoditi svi učitelji razredne i predmetne nastave. Poželjno je da učitelji koji je izvode u svojem redovitom nastavnom radu uspješno provode međupredmetnu temu „Poduzetništvo” te da su se educirali na temama vezanima za poduzetništvo. Osobe koje iskažu interes za izvođenje ove izvannastavne aktivnosti trebale bi imati iskustva u provođenju projektne nastave i sudjelovati u projektima na razini razreda, više razreda, cijele škole ili nacionalnim i međunarodnim projektima u koje je škola uključena.

Škola u kojoj se izvodi izvannastavna aktivnost *Poduzetništvo* trebala bi biti otvorena prema povezivanju sa svojom lokalnom zajednicom, poduzetnicima, gospodarskim i financijskim stručnjacima te poslovnom zajednicom, te u tu suradnju uključivati učenike koji iskažu interes za pohađanje ove izvannastavne aktivnosti. Važna je i suradnja s drugim školama, naročito sa srednjim školama koje poduzetništvo imaju ugrađeno u svoje redovite programe. To je važno zbog upoznavanja učenika s mogućnostima izbora budućeg zanimanja i razvoja vlastite karijere. Tijekom izvođenja ove izvannastavne aktivnosti veliki naglasak treba staviti i na organizirane posjete učenika gospodarskim i financijskim subjektima, institucijama i ustanovama iz svojeg okruženja, odnosno primjenjivati iskustveno učenje.

Uključivanje učenika s posebnim odgojno-obrazovnim potrebama (učenici s teškoćama u učenju i daroviti učenici) od velike je važnosti za uspješno provođenje ove izvannastavne aktivnosti. Takvim učenicima također treba omogućiti da se u skladu s njihovim mogućnostima uključe u nju, a postupke i načine poučavanja i rada s njima treba prilagoditi individualno s obzirom na njihove osobitosti i teškoće.

a) Iskustva učenja

Izvođenje ovog Kurikuluma oslanja se na tezu iz *Kurikuluma međupredmetne teme Poduzetništvo za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj*. Komplementarno s ovim Kurikulumom, kompetencije vezane uz poduzetništvo mogu se kvalitetno nadograditi izbornim, fakultativnim programima i izvannastavnim aktivnostima (npr. učenička zadruga, vježbovna tvrtka...). Zato ovaj Kurikulum polazi od toga da se kompetencije vezane za poduzetništvo nadograđuju kroz domene i cikluse izvođenja izvannastavne aktivnosti *Poduzetništvo*.

Iskustva učenja u izvannastavnoj aktivnosti *Poduzetništvo* realiziraju se kroz jednostavne i učenicima bliske primjere i praktične aktivnosti (razgovor, igre, primjeri i sl.), ali se i produbljuju te proširuju da bi učenik stekao dodatna znanja i vještine vođenja, komuniciranja i timskog rada. Naglasak se stavlja na suradnju, kako s gospodarskim, političkim i financijskim subjektima i institucijama u okruženju tako i s ostalim nositeljima odgojno-obrazovnih aktivnosti u školi i izvan nje.

Iskustva učenja u ovoj izvannastavnoj aktivnosti trebaju biti u međuodnosu sa stečenim znanjima, vještinama i kompetencijama koje je učenik već stekao kroz međupredmetnu

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



temu „Poduzetništvo“, dok znanja, vještine i kompetencije stečene ovom izvannastavnom aktivnošću prenosi drugim učenicima, i to kroz obradu sadržaja međupredmetne teme „Poduzetništvo“ u ostalim nastavnim predmetima.

b) Uloga učitelja

Učitelj koji izvodi izvannastavnu aktivnost *Poduzetništvo* pristupa učenicima najviše kroz ulogu koordinatora i moderatora. Osim izvora za poučavanje sadržaja i metoda te načina rada koji su preporučeni u ovom Kurikulumu, učitelj samostalno može odabrati odgovarajuće sadržaje i metode učenja i poučavanja u skladu s posebnostima škole u kojoj radi te učenika s kojima radi. Učenicima se ne pristupa klasičnim modelom poučavanja i prenošenja znanja, nego se učenike potiče da razvijaju kreativne, inovativne i poduzetničke sposobnosti te sami dolaze do informacija i zaključaka. Osnovna uloga učitelja je, odabirom sadržaja, metoda i strategija, stvoriti poticajno okružje za učenje kako je predloženo u preporukama za realizaciju odgojno-obrazovnih očekivanja po domenama i ciklusima. Stoga bi učitelj koji izvodi ovu izvannastavnu aktivnost trebao imati razvijene kompetencije i iskustvo rada u timu, rada u paru, rada u grupi i mentorskog rada.

Osim učitelja koji je zadužen kao nositelj izvođenja ove izvannastavne aktivnosti, u njezinu izvođenju mogu sudjelovati i ostali učitelji (primjerice učitelj matematike kad se rade aktivnosti vezane za financijsku pismenost, učitelj informatike kad se rade aktivnosti vezane za IKT, učitelj likovne kulture kad se radi izrada logotipa, brendiranje i sl.).

c) Mjesto i vrijeme poučavanja

Mjesto i vrijeme učenja izvannastavne aktivnosti *Poduzetništvo* treba planirati školskim kurikulumom. Ovisno o posebnostima svake škole te njezinim financijskim mogućnostima, treba planirati i posjete učenika gospodarskim, financijskim i političkim institucijama u okruženju. Aktivnosti vezane za usvajanje temeljnih znanja, pojmova i procesa uglavnom se provode u učionici i školskom okružju. Iznimno je važan i terenski rad učenika, posebno u domeni „Poduzetnički projekt“, kako bi učenici stekli iskustvo realizacije svoje poduzetničke ideje u realnim okolnostima.

Izvannastavna aktivnost može se integrirati s ostalim izvannastavnim aktivnostima ili dodatnom nastavom (*Domaćinstvo*, kreativne radionice, radionice izrade rukotvorina, informatičke radionice, robotika, mladi tehničari, fotografija, učenička zadruga i slično). Integracija može trajati od jednog sata, više sati, pa i kroz cijelu nastavnu godinu. Iskustveno učenje može se izvoditi kroz, primjerice, projektne dane, dane otvorenih vrata i sajmove, gdje učenici mogu predstavljati svoje poduzetničke ideje, projekte i proizvode, a neki se projekti ili jedan njihov dio mogu provoditi i u sklopu izvanučioničke nastave i ekskurzija.

d) Materijali i resursi za učenje

Materijali potrebni za rad s učenicima i primjeri dobre prakse navedeni su u ovom Kurikulumu kao preporuke učiteljima za ostvarivanje odgojno-obrazovnih očekivanja kroz svaku domenu i ciklus. Osim tih materijala, učitelji koji izvode ovu izvannastavnu aktivnost dodatne materijale i primjere dobre prakse mogu pronaći na mrežnim stranicama škola i



drugih odgojno-obrazovnih institucija koje su imale iskustvo rada u poduzetničkim aktivnostima.

Najčešći resursi potrebni kao potpora radu s učenicima u usvajanju odgojno-obrazovnih očekivanja su: potrošni materijal (za izvođenje konkretnih aktivnosti), financijski resursi škole potrebni za nabavku potrošnog materijala, izvanučioničke nastave, ekskurzija, posjeta ustanovama iz okruženja i dolasku vanjskih predavača. Od velikog je značaja i potpora ostalih učitelja i roditelja te nositelja gospodarskih, financijskih i političkih aktivnosti u okruženju u kojem škola djeluje. Kao najprihvatljiviji i najdostupniji nastavni medij za učenje poduzetništva preporučuje se upotreba informacijsko-komunikacijske tehnologije.

e) Grupiranje učenika

Grupiranje učenika provodi se u skladu s postavljenim ciklusima. Uključivanje učenika u ovu izvannastavnu aktivnost treba biti potpuno dobrovoljno. Ipak, učitelji koji je izvode trebaju surađivati s ostalim učiteljima i stručnim suradnicima da bi identificirali učenike koji pokazuju povećani interes za poduzetništvo, posebno kroz istoimenu međupredmetnu temu. Identifikaciju takvih učenika treba iskoristiti da bi ih se potaklo na uključivanje i da bi se stvorilo poticajno i izazovno radno okružje za svakog učenika.

Grupe učenika za izvannastavnu aktivnost *Poduzetništvo I* i *Poduzetništvo II* omogućavaju učenicima stjecanje iskustva učenja s članovima koji nisu iste dobi budući da je ciklusima izvođenja ove izvannastavne aktivnosti predviđeno uključivanje učenika od 4. do 8. razreda. Stoga se grupiranje provodi tako da skupina bude homogena s obzirom na zajednički interes svih članova grupe za temu poduzetništvo, ali je istovremeno i heterogena budući da je sastavljena od učenika različite dobi, koji imaju različite stavove, iskustva i predznanja.

f) Preporuke za rad s darovitim učenicima i izradu godišnjeg izvedbenog kurikulumu za darovite učenike uključene u izvannastavnu aktivnost

Poželjno je uključivanje učenika s posebnim potrebama – darovitih učenika. Daroviti učenici mogu doprinijeti postizanju više razine ostvarivanja odgojno-obrazovnih očekivanja. Pritom treba voditi računa da ostvarivanje više razine odgojno-obrazovnih očekivanja kod takvih učenika ne dovede do stvaranja osjećaja manje vrijednosti kod ostalih učenika. Učitelj koji izvodi ovu izvannastavnu aktivnost ne bi trebao izdvajati takve učenike iz grupe, već koristiti njihovu darovitost u svrhu poticanja i pomoći ostalim učenicima u iznalaženju kreativnih i inovativnih rješenja.

S obzirom na to da se ovdje radi o izvannastavnoj aktivnosti u koju se učenici uključuju dobrovoljno, nije potrebno izrađivati individualizirani godišnji izvedbeni kurikulum za svakog darovitog učenika. Kod izrade godišnjeg izvedbenog kurikulumu izvannastavne aktivnosti *Poduzetništvo* preporučuje se ugrađivanje metoda individualizacije za darovite učenike s obzirom na profil i specifičnosti učenika koji su se prijavili za sudjelovanje. Takav godišnji izvedbeni kurikulum trebao bi:

- ▶ biti fleksibilan i omogućiti individualizaciju za darovite učenike;



- ▶ biti temeljen na poticanju viših razina kognitivnih procesa kod darovitih učenika;
- ▶ biti usmjeren na razvoj kreativnosti kod darovitih učenika;
- ▶ biti temeljen na odgojno-obrazovnim ishodima više razine kod darovitih učenika.

Daroviti učenici trebaju ostvarivati odgojno-obrazovna očekivanja kao i svi ostali učenici, ali im učitelj u okviru tih očekivanja treba dati mogućnost proširivanja znanja, vještina i stavova koji su navedeni u sklopu svakog odgojno-obrazovanog očekivanja ovog Kurikula. Prilagodba odgojno-obrazovnih očekivanja treba biti:

- ▶ prema sadržajima
 - obogaćivanje sadržajima koji se rijetko obrađuju (šire učenje);
 - postavljanje dodatnih očekivanja više razine (dublje učenje)
- ▶ prema aktivnostima
 - pomak prema višim razinama kognitivnih procesa: rješavanje problema, kreativno razmišljanje, kritičko i znanstveno mišljenje.

Daroviti učenici imaju potrebu za samostalnim radom i za upravljanjem svojim procesom učenja odabirom sadržaja/aktivnosti, izvora, tempa i zadataka. Učitelj koji izvodi izvannastavnu aktivnost *Poduzetništvo* trebao bi koristiti mentorski rad s darovitim učenicima što je više moguće. Mentor pridonosi stjecanju i širenju specifične baze znanja i vještina, omogućava razvoj metakognicije (refleksijom o tome kako radi), na učenika prenosi zanos za određeno područje i time pomaže u razvoju unutarnje motivacije, povezuje ga s drugim relevantnim izvorima i osobama (stručnjacima, institucijama, literaturom), omogućava kontakt s najnovijim zbivanjima u određenom području, pomaže u izboru buduće profesije, predstavlja mu uzor i sl.

Individualizacija sadržaja, metoda i aktivnosti za darovite učenike mora im pružiti prilike za razvoj interesa, znanja i vještina, ideja i posvećenosti zadatku unutar teme po izboru. S obzirom na to da darovit učenik često ima veću sposobnost brzog učenja i usvajanja sadržaja, potrebno mu je stvoriti radno ozračje koje će za njega biti motivirajuće i razviti mu samopouzdanje, osjećaj zadovoljstva i uspješnosti. Obogaćivanje proširenim sadržajima može se odvijati na različite načine, a poznata su 3 tipa:

- 1.
- 2.
- 3.
4. ▶ TIP 1 - izlaganje različitim disciplinama, temama, događajima, koji nisu pokriveni ovim kurikulumom, a cilj je stimulacija interesa koji će voditi do aktivnosti tipa 2 ili 3;
5. ▶ TIP 2 - vještine mišljenja, učenja, komunikacije i afektivni procesi (specifične teme vođene interesima učenika, ne može biti planiran unaprijed);
6. ▶ TIP 3 - aktivnosti za učenike koji žele posvetiti vrijeme temi po vlastitom izboru kako bi stekli različite kompetencije.
- 7.
- 8.

Ukoliko daroviti učenik ima neke druge posebne potrebe vezane uz neku poteškoću, potrebno mu je prilagoditi nastavne materijale, aktivnosti i sadržaje sukladno poteškoći koja mu je identificirana.

Sadržaj



g) Preporuke za rad s učenicima s poteškoćama u učenju i za izradu godišnjeg izvedbenog kurikulumu za učenike s poteškoćama u učenju i/ili ponašanju uključene u izvannastavnu aktivnost

Osim darovitih učenika, poželjno je i uključivanje učenika s poteškoćama u učenju i/ili ponašanju u izvannastavnu aktivnost *Poduzetništvo*. Učenici s poteškoćama u učenju i/ili ponašanju mogu doprinijeti postizanju šireg spektra ostvarivanja odgojno-obrazovnih očekivanja. Pritom treba voditi računa da ostvarivanje šireg spektra odgojno-obrazovnih očekivanja dovede do kvalitetne inkluzije takvih učenika. Učitelj koji izvodi ovu izvannastavnu aktivnost treba poticati ostale učenike u grupi na suradnju i pomoć takvim učenicima. Iako se radi o izvannastavnoj aktivnosti, potrebno je, u suradnji sa stručnom službom škole, upoznati se s konkretnim teškoćama i preporukama za rad s takvim učenicima. Kao i kod rada s darovitim učenicima, tako i u slučaju uključivanja učenika s poteškoćama u učenju i/ili ponašanju, nije potrebno izrađivati individualizirani godišnji izvedbeni kurikulum za svakog pojedinog učenika. Kod izrade godišnjeg izvedbenog kurikulumu izvannastavne aktivnosti *Poduzetništvo* preporuča se ugrađivanje metoda individualizacije i prilagodbe za učenike s teškoćama u učenju i/ili ponašanju s obzirom na profil i specifičnosti učenika koji su se prijavili za sudjelovanje. Takav godišnji izvedbeni kurikulum trebao bi:

- ▶ biti fleksibilan i omogućiti individualizaciju za učenike s teškoćama u učenju i/ili ponašanju;
- ▶ biti temeljen na poticanju različitih razina kognitivnih procesa kod učenika s teškoćama u učenju i/ili ponašanju;
- ▶ biti usmjeren na razvoj različitih razina kreativnosti;
- ▶ biti temeljen na diferenciranim razinama odgojno-obrazovnih ishoda.

Učenici s poteškoćama u učenju i/ili ponašanju trebaju ostvarivati odgojno-obrazovna očekivanja kao i svi ostali učenici, ali učitelj treba individualizirati metode rada s obzirom na poteškoće i preporuke za rad s takvim učenicima. Usvajanje znanja, vještina i stavova koji su navedeni u okviru svakog odgojno-obrazovanog očekivanja ovog Kurikuluma treba prilagoditi mogućnostima takvih učenika na temelju sljedećih načela:

Sadržaj

1. ▶ kod obrade novih sadržaja koristiti različite vrste podražaja: vidne, slušne, dodirne;
2. ▶ sistematski provjeravati je li učenik razumio sadržaj, pojmove i definicije te dati dodatna objašnjenja;
3. ▶ ohrabrivati učenika za spontano izražavanje i poticati ga na samostalnost u radu;
4. ▶ koristiti se materijalima za učenje koji prate interese učenika (igrifikacija);
5. ▶ vrijeme rada prilagoditi sposobnostima učenika;
6. ▶ koristiti različite oblike grupnog rada kao podršku vršnjaka i učenje u timu;
7. ▶ osigurati pozitivnu afirmaciju učenika;
8. ▶ omogućiti razvoj pozitivne slike o sebi;



- ▶ razvijati socijalne i emocionalne vještine;
- ▶ osiguravati prilike za vježbanje socijalnih vještina.

U radu s učenicima s poteškoćama u ponašanju potrebno im je pojasniti pravila ponašanja i dati im informaciju što se očekuje od njih. Pritom ta pravila trebaju biti pozitivna i izražena u terminima poželjnih ponašanja. Poželjno ih je napisati i izložiti tako da ih sva djeca vide. Ne preporučuje se izricati više od pet pravila. Učitelj u suradnji sa stručnom službom treba utvrditi metode rada s takvim učenicima, koje trebaju uključiti sljedeća načela:

- ▶ staviti naglasak na potkrepljivanje poželjnih, pozitivnih ponašanja;
- ▶ dati povratnu informaciju o specifičnom ponašanju učenika neposredno nakon ponašanja;
- ▶ ustanoviti s djetetom jasnu hijerarhiju sankcija za nepoželjna ponašanja;
- ▶ pohvaliti i ohrabriti pozitivnu pažnju;
- ▶ izbjegavati ismijavanje, prodike ili kritiziranje;
- ▶ komunicirati s djetetom na asertivan način;
- ▶ razlikovati nemogućnost od neposlušnosti;
- ▶ ignorirati nepoželjna ponašanja ako ih učenik koristi za privlačenje negativne pažnje.

Učenici s poteškoćama u učenju i/ili ponašanju mogu biti iznimno zahtjevni učenici. Za učitelje je važno imati na umu da ta djeca imaju problem i da im on treba pomoći da ga nadvladaju. Učenici s poteškoćama u učenju i/ili vladanju uspješno će raditi u sredini koja podržava individualne razlike unutar fleksibilnog, strukturiranog pristupa, dok će usmjerenje na razlike dovesti do njihove stigmatizacije i osamljivanja. Budući da je u samim načelima ovog Kurikuluma ugrađen fleksibilan i strukturiran pristup ostvarivanju odgojno-obrazovnih očekivanja, izvannastavna aktivnost **Poduzetništvo** trebala bi omogućiti takvim učenicima osobno ostvarivanje na području poduzetništva, ali i na širokom spektru ostalih područja povezanih s poduzetništvom.

Važno je razumijevanje i adekvatno reagiranje na djetetove uspjehe i njihovo adekvatno vrednovanje. Relaksiran pristup vrednovanju i usmjerenost na poboljšanje svojeg osobnog rada i sudjelovanja te davanju povratne informacije, a ne na klasično ocjenjivanje, može stvoriti pozitivan stav kod takvih učenika prema odgojno-obrazovnim očekivanjima ovog Kurikuluma. Djeca s poteškoćama u učenju i/ili ponašanju dobro reagiraju na brižan stav učitelja i visoko su motivirana te u skladu sa svojim sposobnostima postižu sjajne rezultate ako im se pristupa na takav način.

Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.



6. VREDNOVANJE I EVALUACIJA U IZVANNASTAVNOJ AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO

U izvannastavnoj aktivnosti *Poduzetništvo* vrednujemo učenike prema odgojno-obrazovnim očekivanjima koji su definirani u četirima domenama i dvama ciklusima. Vrednovanje je usmjereno na praćenje usvojenosti znanja i kompetencija te na zaključivanje i primjenu znanja, vještina i stavova u stvarnim životnim problemima i situacijama.

U izvannastavnoj aktivnosti koristimo metode vrednovanja koje učenika usmjeravaju na poboljšanje svojeg osobnog rada i sudjelovanja, odnosno davanje povratne informacije. Povratnu informaciju učenik ne smije doživljavati kao klasično ocjenjivanje njegova rada. Ona treba biti iskazana kroz razgovor, poticaj, ohrabrenje, ali i pozitivnu kritiku i mišljenje ne samo učitelja nego i ostalih učenika u skupini. Formalno praćenje učenika učitelj provodi bilježkom u izvannastavnoj aktivnosti *Poduzetništvo* u imeniku.

Svaka povratna informacija učeniku u obzir treba uzimati njegov osobni rad i sudjelovanje u procesu od ideje do proizvoda (originalnost, kvalitetu, funkcionalnost, mogućnosti prodaje i proizvodnje), odnos prema provedenom projektu (sajam, izlet, priredba, izložba), korištene medijske izvore i tekstove (relevantnost, korisnost za temu i proizvod) i primjere uspješnoga korištenja naučenoga iz područja ekonomske i financijske pismenosti u svakodnevnom životu, ali i u provođenju poduzetničkog projekta unutar ove izvannastavne aktivnosti.

Osim vrednovanja pojedinog učenika, treba provoditi i evaluaciju primijenjenih izvora za poučavanje, metoda rada, korištenih sredstava i provedenih aktivnosti da bi se uočili i ispravili mogući nedostaci kod izvođenja ove izvannastavne aktivnosti (anketni listići za uključene učenike, vlastite opaske učitelja koji izvodi izvannastavnu aktivnost, mišljenja ostalih učitelja, mjerljivi pokazatelji uspješnosti realiziranih projekata i sl.).

Sadržaj

7. TESTIRANJE KURIKULUMA IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI PODUZETNIŠTVO

1. Ovaj Kurikulum testirat će se u sklopu provedbe projekta *E, baš hoću biti poduzetnik!*
2. u Osnovnoj školi „Silvije Strahimir Kranjčević“, Levanjska Varoš, zatim u Osnovnoj školi
3. „Šećerana“, Šećerana i u Osnovnoj školi „Antunovac“ u Antunovcu.

4. Testiranje Kurikuluma započinje u školskoj godini 2023./2024. i provodit će se tijekom tra-
5. janja održivosti projekta. Predviđeno je da se u školskoj godini 2023./2024. testira Kuriku-
6. lum 1. ciklusa *Poduzetništvo I*. U školskoj godini 2024./2025. testira se 2. ciklus *Podu-
7. zetništvo II* uz nastavak *Poduzetništva I*. U školskoj godini 2025./2026. testira se 3.
8. ciklus *Poduzetništvo III* uz nastavak izvođenja *Poduzetništva I* i *Poduzetništva II*.

Na kraju svake etape testiranja vrši se evaluacija testiranog Kurikuluma, a na kraju testi-
ranja svih triju ciklusa Kurikulum će se revidirati u skladu s rezultatima testiranja i evalu-
acijom.



8. KURIKULUM IZVANNASTAVNE AKTIVNOSTI I NJEGOVA PRIMJENA U OKVIRU CJELODNEVNE ŠKOLE

S obzirom na početak eksperimentalne provedbe programa *Osnovna škola kao cjelodnevna škola: Uravnotežen, pravedan, učinkovit i održiv sustav odgoja i obrazovanja* u školskoj godini 2023./2024. kao pripreme za njegovo uvođenje u osnovnoškolski sustav na nacionalnoj razini, radi održivosti ovog Kurikuluma bilo je potrebno utvrditi njegovu mogućnost primjene u okviru takvog sustava. Eksperimentalni program navodi da „Program izvannastavnih aktivnosti (B1) i Program izvanškolskih aktivnosti (B2) čine dio školskoga kurikuluma, izborni je i predviđa sudjelovanje samo dijela učenika. Programi B1 i B2 organiziraju se i izvode u funkciji zadovoljenja dodatnih potreba i interesa učenika. Nositelj aktivnosti Programa B1 je škola, a program se organizira i provodi uz sudjelovanje dijela učenika i učitelja škole.“ S obzirom na koncept ovog Kurikuluma, njegovoj izbornosti, predviđeno sudjelovanje samo dijela učenika te funkciju zadovoljenja dodatnih potreba i interesa učenika, on se uspješno može provoditi i tijekom eksperimentalne provedbe programa, kao i nakon eksperimentalne provedbe u okviru programa izvannastavnih aktivnosti (B1).



Sadržaj

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.