

MINISTARSTVO ZA OBRAZOVANJE I NAUKU
BIRO ZA RAZVOJ OBRAZOVANJA



Nastavni program

Inovacije i preduzetništvo
za VII, VIII ili IX razred

- Slobodan izborni predmet učenici mogu da izaberu u 7. razredu za školsku 2024/25 godine, za školsku 2025/26 slobodan izborni predmet se nudi učenicima u 7. razredu i u 8. razredu, a od školske 2026/27. mogu ga birati učenici od 7. do 9. razreda.

Skoplje, 2024 godina

POVEZANOST SA NACIONALNIM STANDARDIMA

Nastavni program uključuje relevantne kompetencije od sljedećih područja: **VII. Tehnika, tehnologija i preduzetništvo.**

Učenik/učenica zna i/ili umije:

VII-A.1	da povezuje znanja iz nauka sa njihovom primjenom u tehnici i tehnologiji i sa svakodnevnim životom;
VII-A.2	da objasni potrebu za inovacijama za razvoj društva;
VII-A.3	da objasni kako napredni tehnički i tehnološki sistemi/proizvodi poboljšavaju svakodnevni život ljudi;
VII-A.4	da generira ideje i osmišlja aktivnosti koje vode do proizvoda i/ili usluga;
VII-A.5	da inicira jednostavne projekte kulturne, društvene ili komercijalne vrijednosti, planirati njihovu realizaciju, uzimajući u obzir potrebna sredstva i moguće rizike, te napisati izvještaj o realizaciji;
VII-A.6	da razvije plan za izradu proizvoda korisne vrijednosti, da izradi proizvod koristeći odgovarajuće materijale, alate i postupke, te provjeriti njegovu funkcionalnost;
VII-A.7	da odredi cijene proizvoda, uključujući zaradu, troškove i dažbine;
VII-A.8	da osmisli i implementira reklamnu kampanju za određeni proizvod, koristeći logo, slogan, prezentaciju, internet stranicu itd.;
VII-A.9	da aktivno učestvuje u timskom radu prema ranije usvojenim pravilima i uz dosljedno poštovanje uloge i doprinosa svih članova tima;
VII-A.10	da objasni značaj preduzetništva za razvoj privrede zajednice;
VII-A.11	da donosi odluku o daljem obrazovanju na osnovu sopstvenih interesa, sposobnosti i mogućnosti, uzimajući u obzir potrebe tržišta rada;
VII-A.13	da racionalno i ekonomično planira da raspodijeli i/ili potroši novac koji mu je na raspolaganju;

Učenik/učenica razumije i prihvata da:

VII-B.1	inovacije i preduzetništvo su značajni za ekonomski razvoj društva i za poboljšanje socijalnog i finansijskog statusa pojedinca i zajednice;
VII-B.2	uspješne ideje koje dovode do lične, društvene i finansijske koristi rezultat su kreativnosti, inicijative, posvjećenosti i upornosti;
VII-B.3	inicijativa je bitan uslov za promjene u ličnom životu i životu u zajednici, a uspjeh promjena je vezan za suočavanje sa izazovima i/ili preuzimanje rizika;
VII-B.4	radna etika, kulturološka osjetljivost i odnos prema drugima važni su za stvaranje i održavanje pozitivne radne klime;
VII-B.5	resursi nisu neograničeni i moraju se koristiti odgovorno.

Nastavni program obuhvata relevantne kompetencije iz sljedećih područja Nacionalnih standarda: I. Jezička pismenost, III. Matematika i prirodne nauke, IV. Digitalna pismenost i V. Lični i društveni razvoj

Učenik/učenica zna i/ili umije:

I-A.1	da izrazi i prenese svoje misli, osjećaje, informacije i stavove u različitim komunikacijskim situacijama, kroz različite medije i u različite svrhe;
I-A.2	da poznaje i koristi različite oblike pismenog izražavanja: književne (pjesma, pripovijetka, izlaganje/govor, književni esej, dnevnik i sl.) i neknjiževne (tematski esej, izvještaj, zahtjev, najava, oglas i sl.);
I-A.3	da vodi kritički i konstruktivan dijalog, izražavajući svoje stavove na argumentovan način;
I-A.5	da pripremi i održi govor različitog sadržaja i različite svrhe, uzimajući u obzir publiku (dobnu i etničku/kulturnu raznolikost);
I-A.10	da razumije vizuelno predstavljene sadržaje (dijagrami, tabele i grafikoni, ilustracije, animacije, itd.): da bude sposoban odvojiti, analizirati, procijeniti/vrednovati i sumirati vizuelno predstavljene sadržaje i objasniti ih (pismeno i usmeno);
I-A.12	da koristi informacije iz različitih izvora i medija i pristupi im kritički, uzimajući u obzir izvor, kontekst, svrhu i pouzdanost informacija koje se prezentiraju;
III-A.3	da ispita smanjenje ili povećanje procenata, uključujući jednostavne probleme vezane za lične ili kućne finansije (npr. kamate, popust, dobit, gubitak i porez);
III-A.23	da tumači tabele, grafikone i dijagrame, upoređuje rezultate i donosi zaključke o ispravnosti postavljene hipoteze;

III-A.25	da odluči kako provjeriti rezultate i razmisliti o tome da li je odgovor razuman u kontekstu problema;
III-A.26	da procijeni efikasnost različitih pristupa rješavanju problema i unaprijedi postupak rješavanja;
III-A.27	da koristi matematičke aplikacije za rješavanje različitih problemskih situacija i provjeru znanja;
III-A.29	da razmatra i bira ideje, posmatra, predviđa i postavlja pretpostavke (hipoteze), da prikupi i procijeni dokaze, provjeri predviđanja, da planira, organizuje i sprovodi istraživanje, da evidentira, obrađuje, analizira i prezentuje rezultate, ocjenjuje i diskutuje o zaključcima;
III-A.33	da istražuje i diskutuje o uticaju nauke, tehnologije i ljudskih aktivnosti na životnu sredinu;
III-A.51	da objasni interakciju između čovjeka i životne sredine i identifikuje pozitivne i negativne utjecaje čovjeka na životnu sredinu;
III-A.52	da razumije smisao i potrebu održivog razvoja i kritički analizira situacije u kojima postoji sukob interesa između potrebe ekonomsko-tehnološkog razvoja i zaštite životne sredine;
III-A.53	da analizira odnose između ekoloških, društvenih i ekonomskih sistema od lokalnog do globalnog nivoa;
IV-A.4	da u saradnji sa drugima analizira problem, razvija ideju i plan za njegovo istraživanje i rješavanje i planira kada i za šta koristiti IKT;
IV-A.5	da utvrdi koje su mu/joj informacije potrebne, pronalazi, bira i preuzima digitalne podatke, informacije i sadržaj i procjenjuje njihovu relevantnost u odnosu na konkretnu potrebu i pouzdanost izvora;
IV-A.6	da bira i koristi različite alate za obradu podataka, analizira podatke i prezentira ih na različite načine, poštujući pravila korištenja;
IV-A.8	da na siguran i odgovoran način koristi digitalni sadržaj, obrazovne i društvene mreže i digitalne oblake.
V-A.4	da procijeni sopstvene sposobnosti i postignuća (uključujući prednosti i mane) i da na osnovu toga odredi prioritete koji će mu omogućiti razvoj i napredovanje;
V-A.8	da svoje vreme organizuje na način koji će mu omogućiti da efikasno i efektivno ostvaruje postavljene ciljeve i zadovoljava sopstvene potrebe;
V-A.9	da predvidi posljedice svojih postupaka i postupaka drugih za sebe i za druge;
V-A.10	da primjenjuje etička načela pri vrednovanju ispravnog i lošeg u svojim i tuđim postupcima i ispoljava vrline karakterne osobine (kao što su: poštenje, poštenje, poštovanje, strpljenje, briga, pristojnost, zahvalnost, odlučnost, hrabrost i samodisciplina);
V-A.11	da djeluje samostalno, uz punu svijest o tome kome, kada i kako može zatražiti pomoć;
V-A.15	da sarađuje sa drugima u ostvarivanju zajedničkih ciljeva, dijeleći sopstvena gledišta i potrebe sa drugima i imajući u vidu gledišta i potrebe drugih;
V-A.18	da istražuje, postavlja relevantna pitanja radi otkrivanja problema, analizira i procjenjuje informacije i sugestije i provjerava pretpostavke;
V-A.19	da daje prijedloge, da razgleda razne mogućnosti i da predviđa posljedice u cilju izvođenja zaključaka i donošenja racionalnih odluka;

Učenik/učenica razume i prihvata da:

I-B.2	upotreba jezika u različitim kontekstima i okruženjima, te u različitim oblicima, omogućava efikasnu komunikaciju i interakciju (uvijek imajući na umu s kim se komunikacija ostvaruje);
I-B.4	sadržaj i način izražavanja mišljenja mogu doprinjeti održavanju i poboljšanju komunikacije, ali i uzrokovati nesporazume i sukobe;
III-B.2	znanje iz matematike nalazi primjenu u mnogim oblastima svakodnevnog života;
III-B.3	znanje iz matematike je neophodno za sticanje znanja iz drugih predmeta i naučnih disciplina;
III-B.6	prirodni resursi Zemlje su ograničeni i njihovo neodgovorno korištenje ima posljedice na kvalitet života;
III-B.7	globalno zagrijavanje dovodi do prirodnih katastrofa s posljedicama po živi i neživi svijet cijele planete;
III-B.8	svaki pojedinac je odgovoran za očuvanje prirodne sredine u neposrednom okruženju i šire i da razvija ekološku svijest i djeluje u pravcu zaštite i održivosti životne sredine;
IV-B.1	digitalna pismenost je neophodna za svakodnevni život – olakšava učenje, život i rad, doprinosi širenju komunikacije, kreativnosti i inovativnosti, nudi različite mogućnosti za zabavu;
IV-B.2	neodgovorna i nesposobna upotreba IKT-a ima posljedice i može donijeti rizik za pojedinca ili društvo;
IV-B.3	potencijali IKT-a će se povećati i treba ih pratiti i koristiti, ali i da postoji kritički odnos prema pouzdanosti, povjerljivosti i uticaju podataka i informacija koji su dostupni putem digitalnih uređaja;
IV-B.4	u digitalnom prostoru važno je osigurati zaštitu identiteta, privatnosti i emocionalne sigurnosti, ne koristiti govor mržnje i sajber-nasilje i poštovati pravila i norme komunikacije u digitalnim zajednicama;
IV-B.5	informacije dostupne u digitalnom prostoru treba koristiti etički, prema definisanim pravilima, i za dobrobit ljudi;
V-B.4	da svaki njegov/njen postupak ima posljedice po njega/nju i/ili njegovu/njenu okolinu;
V-B.6	uspjeh u životu umnogome zavisi od ciljeva koje sam sebi postavlja, a efikasnost i efektivnost u ostvarivanju postavljenih ciljeva u velikoj mjeri zavisi od načina na koji planira svoje aktivnosti i organizira svoje vrijeme.

REZULTATI UČENJA

Tema 1. Preduzetnička perspektiva

Znanja/vještine:

- Pravi razliku između kreativnosti, inovacije i pronalaska.
- Identifikuje preduzetnika i preduzetništvo.
- Opisuje preduzetnički stil života i karijeru.
- Identifikuje preduzetnika kao tragač mogućnosti i rješavača problema.
- Objašnjava faktore koji podstiču rast preduzetništva.
- Opisuje poduzetnički proces.
- Koristi alate i tehnike za rješavanje problema, generiranje ideja i odabir karijere.

Stavovi/vrijednosti

- Prihvata da su inovacije i preduzetništvo važni za ekonomski razvoj.
- Vjeruje da je poduzetništvo održiv izbor karijere.

Sadržaj (i pojmovi) i broj časova

- **Kreativnost, inovacija i pronalazak** (kreativnost, inovacija, pronalazak, proizvod, usluga)
broj časova: 2

Primjeri za aktivnosti:

- Učenicima se daje radni list u kojem su navedene tvrdnje koje se odnose na definiciju pojmova KREATIVNOST, INOVACIJA i IZUM. Učenici moraju spojiti pojmove s tačnim tvrdnjama. To je:
KREATIVNOST - Sposobnost generisanja ideja koje se mogu koristiti u rješavanju problema, uočavanju i stvaranju prilika.
INOVACIJA - Promjena koja dodaje vrijednost postojećem proizvodu, usluzi ili procesu.
IZUM - Potpuno novi proizvod, usluga ili proces koji, iako je zasnovan na idejama i proizvodima koji su se ranije pojavili, predstavlja novo rješenje određenog problema.
Kroz tehniku brainstorminga učenici daju primjere kreativnosti, inovativnosti i pronalaska.

	<ul style="list-style-type: none"> • Učenici prate vizuelnu prezentaciju sa primjerima kreativnih rješenja određenih proizvoda ili usluga (na primjer, jednu od najpopularnijih smrznutih namirnica na svijetu – sladoled na štapiću, izmislilo je 11-godišnje dijete itd.). Učenici u grupama razgovaraju o tome šta im je bilo najzanimljivije ili koje su nove informacije naučili tokom lekcije. • Učenici su podijeljeni u dvije grupe. Prva grupa istražuje o određenim inovatorima koje će nastavnik ukazati, a druga grupa treba da istražuje o njihovim inovacijama. Na hameru, ili ako postoje uslovi to može biti i u digitalnom obliku (naprimjer u Canva), učenici grafički predstavljaju ono što su istraživali o inovatorima i njihovim inovacijama. Kao pomoć učenicima se mogu unaprijed dati fotografije inovatora i inovacija. Učenici svoje istraživanje okače na zid ili, ako je u digitalnom obliku, prezentiraju ga sa uređaja na kojem je istraživanje rađeno (lični računar, laptop, tablet). Zatim učenici vide istraživanje koje su uradili njihovi drugovi iz razreda. Na kraju razvijaju diskusiju koja odgovara na pitanja: Šta inovatori i njihove inovacije imaju zajedničko? Kako su inovatori i inovacije koje su istraživali bili povezani ili utjecali jedni na druge? Koji problem rješava inovacija? i sl.
<ul style="list-style-type: none"> • Preduzetnik kao osoba koja traži priliku i rješava probleme • Preduzetnički stil života i karijera (preduzetništvo, preduzetnik, prilika, rješavanje problema, karijera, poduzetničko okruženje) broj časova: 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Kroz brainstorming (možete koristiti Mentimeter, Kahoot, Google Forms, MS Forms, itd.) učenici odgovaraju na pitanje: Šta karakteriše uspešnog preduzetnika? Kroz diskusiju učenici razvijaju profil uspješnog preduzetnika. Učenici pokušavaju povezati preduzetnika sa problemom koji ga njegovo/njeno rješenje rješava i na zadovoljstvu kupaca. • Učenici imaju gosta – preduzetnika (npr. roditelja/staratelja – biznismena ili predstavnika lokalne zajednice). Prije posjete gosta, učenici pripremaju pitanja (najmanje 10) koja bi postavili preduzetniku kako bi upoznali preduzetnički način života i karijere, odnosno o prednostima i izazovima sa kojima se susreće preduzetnik kao tragač za mogućnostima i rješavač problema u stvarnom kontekstu (npr. Šta vas je potaklo da odaberete put poduzetništva? Koji problem ste identificirali i kako? Da li ste dugo razmišljali o tome kako biste mogli riješiti taj problem? Šta ste učinili da riješite taj problem itd.) • Učenici pojedinačno pretpostavljaju da bi željeli biti poduzetnici. Na listu papira (ili na personalnom računaru, laptopu, tabletu) odgovaraju na sljedeća pitanja: Koje probleme mogu riješiti njihovi proizvodi ili usluge za dobrobit svih?; Koju promjenu žele vidjeti u lokalnoj zajednici ili društvu kroz svoje proizvode/usluge? Odgovore prezentuju svojim drugovima iz razreda.

<ul style="list-style-type: none"> • Faktori koji podstiču rast preduzetništva • Preduzetnički proces (faktori, preduzetnički proces) broj časova: 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Učenici čitaju članak o osobi koja je postala uspješan poduzetnik u potpuno drugoj oblasti stručnosti. Naprimjer, kompaniju brze hrane KFC (Kentucky Fried Chicken) osnovao je penzionisani pukovnik Harland Sanders. Učenici kroz diskusiju identifikuju faktore koji podstiču rast preduzetništva: <ul style="list-style-type: none"> - nezaposlenost ili ostati bez posla; - uzbuđenje i zabava stvaranja nečeg novog; - odlazak u penziju i duži životni vijek (čak i nakon penzionisanja većina ljudi želi raditi i biti aktivan); - povećanje svijesti da je preduzetništvo održiv izbor karijere; - preduzetništvo kao opcija za rješavanje problema. • Učenici u grupama crtaju preduzetnički proces, tzv „preduzetnički sat“. Koristeći znanja stečena iz prethodnih aktivnosti, navode sve elemente koji čine poduzetnički proces: preduzetnik, ideje, traženje mogućnosti, poslovni model, start-up, finansije, proizvod/usluge, kupci tj. potrošači, ljudski resursi, menadžment, marketing. Zatim učenici raspravljaju o svakom elementu posebno, objašnjavajući ulogu svakog posebno i njegovu povezanost sa ostalim elementima za uspješno izvođenje poduzetničkog procesa. Akcenat je stavljen i na okruženje u kojem se odvija poduzetnički proces i utjecaj na njega.
<ul style="list-style-type: none"> • Kako definišemo uspjeh u poslovanju - etičke i korporativne odgovornosti preduzetnika (ostvarivanje profita naspram društvene odgovornosti poslovanja) (uspjeh, profit, društvena odgovornost, etičko rasuđivanje i razmišljanje) broj časova: 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Učenici, podijeljeni u male grupe, dobijaju domaći zadatak da napišu esej na temu „Moć preduzetništva: poznate priče o uspjehu“. Učenici istražuju uspješne poduzetnike i njihov utjecaj u poslovnom svijetu i općenito ostavili traga u svijetu (naprimjer: Elon Musk, Francois Bettencourt Meyer, Steve Jobs, Richard Brunson, Oprah Winfrey, Rihanna, Mate Rimac, itd.) . Sastavke izlažu na času pred svojim drugovima iz razreda. Zatim vode diskusiju na zadatu temu i izvode zaključak o ostvarivanju profita nasuprot društvenoj odgovornosti poslovanja. • Učenici diskutuju u parovima odgovarajući na pitanje: Šta je važnije: ostvarivanje profita ili društvena odgovornost? Istovremeno, učenici navode primjere uspješnih kompanija, ali su i prepoznate kao društveno odgovorne, objašnjavajući šta ih čini društveno odgovornim (npr. primjena aktivnosti i ulaganje u zaštitu životne sredine, doprinos održivom razvoju, smanjenje otpada, racionalno korištenje resursa, ulaganje u obnovljive izvore energije itd.)
<p>Tema 2. Ideje i mogućnosti</p>	

Znanja/vještine:

- Prepoznaje lokalne, regionalne i globalne poslovne prilike.
- Identificira izvore potencijalnih mogućnosti u različitim industrijama.
- Identificira načine za istraživanje potreba potrošača.
- Opisuje ekološke, ekonomske i društvene posljedice poslovanja iz perspektive zaštite životne sredine (održivi razvoj).
- Objašnjava šta vlade država rade na postizanju ciljeva održivog razvoja i koje akcije se poduzimaju za rješavanje klimatskih promjena.

Stavovi/vrijednosti

- Vjeruje da su poslovne mogućnosti izvan njenih granica.
- Prihvata da mora donositi etičke i održive odluke.
- Cijeni ulogu koju vlade država igraju u postizanju ciljeva održivog razvoja.

Sadržaj (i pojmovi) i broj časova

- **Preduzetništvo u svijetu**
(biznis, globalizacija)
broj časova: 1

Primjeri za aktivnosti:

- Učenici dobijaju zadatak da u malim grupama ili u parovima istraže na internetu o kompaniji čiji su proizvodi/usluge popularni van zemlje u kojoj su prvi put proizvedeni. Naprimjer, američki kafići Starbucks (Starbucks), čije su kafe i specijalna usluga danas široko rasprostranjeni u svijetu, a sve je počelo s idejom „kako bi bilo lijepo sjediti u kafiću u Evropi i popiti odličnu kafu“. Nakon prezentacije urađenog zadatka, učenici na listu papira zapisuju mogućnosti koje nudi preduzetništvo u širim okvirima (ne samo na lokalnom nivou). Naprimjer:
 - Svijet poduzetništva otvara vrata svakome od nas da pogleda izvan vlastitih granica i istraži mogućnosti širom svijeta.
 - Ljudi se povezuju i raspravljaju o idejama, problemima, izazovima i mogućim rješenjima. Ova veza s drugim ljudima podržava razmjenu ideja i neophodna je za podsticanje kreativnosti i inovativnosti.
 - Uz pomoć interneta ljudi su postali svjesniji dešavanja u svijetu, bilo u oblasti nauke, biznisa, ekonomije itd. Tako neko može da živi u jednoj zemlji, a rješava problem u drugoj...
- **Istraživanje potencijalnih poslovnih prilika**
 - Učenici u parovima sprovode anketu među drugarima iz svog razreda ili iz drugih odeljenja u školi (oni odlučuju). Pitanja iz ankete odnose se na neki problem koji bi trebalo riješiti u školi, a samim tim i u lokalnoj zajednici. Naprimjer, Kako smanjiti otpad plastičnih boca u školi?; Kako škola može uštedjeti na potrošnji električne energije? itd. Nakon popunjavanja ankete, učenici

<p>(poslovna ideja, prilika, potreba, potražnja, opravdanje) broj časova: 3</p>	<p>prezentuju rezultate ankete, odnosno koji problem su ispitanici najviše tražili da se riješi. Zatim razvijaju diskusiju o potencijalnim poslovnim prilikama u vezi sa rješavanjem određenog problema u njihovoj školi.</p> <ul style="list-style-type: none"> Učenicima je predstavljena studija slučaja. Naprimjer, pretpostavimo da imaju ideju da otvore poslastičarnicu u susjedstvu u kojem žive. U poslastičarnici vole da prodaju sladoled jedinstvenih ukusa. Između ostalog, sladoled bez laktoze za djecu netolerantnu na laktozu. Učenici su podijeljeni u dvije grupe. <p>Prva grupa treba da razmisli i porazgovara između sebe o potrebi otvaranja ovakve poslastičarnice (npr. koliki je broj dece koja žive u tom okruženju, kao potencijalni potrošači; uzrast djece, koliko djece ima intoleranciju na laktozu jer da bi proces proizvodnje bio skuplji itd.).</p> <p>Druga grupa treba da razmisli i porazgovara između sebe o opravdanosti ove poslovne mogućnosti (npr. da li već postoji poslastičarnica u sredini ili u blizini, da li bi trenutna cijena sladoleda omogućavala dobru zaradu i sl.).</p> <p>Na kraju učenici iznose svoje nalaze.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Društvene mogućnosti i mogućnosti zaštite životne sredine (etičko i održivo razmišljanje, posljedice, održivi razvoj, ciljevi održivog razvoja, društvena odgovornost) broj časova: 2 	<ul style="list-style-type: none"> Učenici zamišljaju studiju slučaja – pokrenuli su vlastiti posao. Učenici u parovima dobijaju nekoliko različitih scenarija koje analiziraju i diskutuju. Zatim moraju odrediti koju akciju bi preporučili zajedno sa svim potencijalnim posljedicama svoje odluke – dobrim i lošim. Učenici bilježe svoje djelovanje i potencijalne posljedice u datom kontekstu. <u>SCENARIO</u> je naveden u kolonama tabele; <u>ŠTA BI URADIO?; POTENCIJALNE POSLJEDICE MOJIH AKTIVNOSTI</u> <p>Naprimjer, jedan scenario može biti:</p> <p>SCENARIO - Vlasnik ste restorana. Da li biste koristili jednokratnu, biorazgradivu ambalažu za svoju ambalažu za hranu za ponijeti da biste uštedjeli na troškovima, ili biste investirali u ekološki prihvatljivu ambalažu koja je u skladu sa vašom posvjećenošću održivom razvoju?</p> <p>ŠTA BI URADIO? - Za svoje proizvode (hranu) koristio bih ambalažu od ekološki prihvatljivih materijala koji se mogu reciklirati i razgraditi.</p> <p>POTENCIJALNE POSLJEDICE MOJIH AKTIVNOSTI - Možda bi troškovi bili veći, ali bi ipak na ovaj način otpad bio biorazgradiv i životna sredina ne bi bila zagađena.</p>

Nakon obavljenog zadatka, učenici analiziraju potencijalne posljedice svog donošenja odluka odgovarajući na sljedeća pitanja:

- Da li vam je bilo teško da birate između donošenja odluka koje vode ka finansijskom uspjehu i odluka koje smatrate etičkim? Objasni zašto.
- Kako biste mogli odgovoriti konkurentnom preduzetniku koji donosi neetičke odluke?
- Kakvo je vaše mišljenje o važnosti donošenja etičkih odluka kao preduzetnika?
- Zamislite da nakon deset godina otvorite sopstveni biznis. Mislite li da bi vaše etičko donošenje odluka bilo isto kao i odluke koje ste donijeli u ovoj aktivnosti? Objasni zašto.
- Učenici gledaju video prezentaciju o akcijama koje se poduzimaju širom svijeta u borbi protiv klimatskih promjena. Zatim se razvija diskusija o tome šta vlade širom svijeta mogu učiniti da prevladaju posljedice ovih promjena, a istovremeno postignu ciljeve održivog razvoja. Na primjer, podizanje svijesti, zakonska rješenja, naređenje kompanijama da budu transparentne u rješavanju problema u okruženju u kojem djeluju/rade itd.

Tema 3. U akciji – Stvaranje vrijednosti

Znanja/vještine:

- Navodi osnovne faktore proizvodnje.
- Pravi razliku između proizvodnih i uslužnih aktivnosti.
- Navodi primjere inovativnih proizvoda i usluga.
- Postavlja prioritete, dugoročne, srednjoročne i kratkoročne ciljeve.
- Kreira jednostavan poslovni koncept/model.
- Identificira izazove donošenja odluke zbog različitih oblika neizvjesnosti i rizika povezanih s tim.
- Prepoznaje potencijal ideje za stvaranje vrijednosti.

Stavovi/vrijednosti

- Razumije da je za uspješno poslovanje važno dobro planirati.
- Prihvata da je za stvaranje neke vrijednosti potrebno koristiti resurse (vrijeme, finansije, tehnologija, znanje itd.).
- Vjeruje da je inicijativa bitan uvjet za promjene u ličnom i društvenom životu.

Sadržaj (i pojmovi) i broj časova	Primjeri za aktivnosti:
<ul style="list-style-type: none"> • Proizvodni i uslužni procesi • Faktori proizvodnje (proizvodni procesi - tehnologija, uslužni procesi, zemljište, rad, kapital, preduzetnik, preduzetništvo) broj časova: 3 	<ul style="list-style-type: none"> • Učenici razgovaraju o temi „Proizvodnja čokolade u odnosu na pravne usluge.“ Kroz diskusiju i brainstorming navode različite proizvodne i uslužne procese, kao i razlike među njima. • Učenici gledaju film „Čudovišta“, (Monsters Inc.) ili „Čarli i fabrika čokolade“ koji uključuje fabriku ili proizvodnju robe ili usluge neke vrste. Nakon gledanja filma, učenici u grupama razgovaraju o tome kako su faktori proizvodnje prikazani u filmu. Na primjer, ako gledaju „Čudovišta“, (Monsters Inc.) <ul style="list-style-type: none"> - <u>Zemlja (prirodni resursi)</u>: U svijetu čudovišta, umjesto tradicionalnih prirodnih resursa poput zemlje, vode i minerala, čudovišta se oslanjaju na vrata ljudskog svijeta kako bi prikupila svoj primarni izvor energije - vrisak djece, kasnije zamijenjen smijehom. Fabrika u kojoj se vrata obrađuju služi im kao fizičko zemljište, a vrisak i smijeh su prirodni resursi. - <u>Rad</u>: Rad u „Čudovišta“ dolazi u obliku strašila, uključujući glavne likove Majki i Sali. Oni su čudovišta obučena da uđu u ljudski svijet kroz vrata i skupe energiju za vrisak. Film prikazuje posvećenost i vještine potrebne od radne snage jer im je cilj izvući što više energije za vrisak. Njihov rad je direktno povezan sa uspjehom kompanije. Tuaka je također rukovodstvo, ekipa za održavanje i istraživači koji rade na osiguravanju efikasnog rada postrojenja. - <u>Kapital</u>: Fizički kapital uključuje samu fabriku, kanistere krika i tehnologiju potrebnu za obradu prikupljene energije vrisaka. Vrata su takođe oblik fizičkog kapitala, jer predstavljaju značajnu investiciju za kompaniju. - <u>Preduzetnik/Preduzetništvo</u>: Voternuz predstavlja koncept preduzetništva u filmu, a kasnije i Sali kada preuzima funkciju izvršnog direktora. Voternuz je lider koji nastoji osigurati dugoročan uspjeh kompanije i njegov karakter ističe ulogu vodstva i donošenja odluka u procesu proizvodnje. • Učenici posjećuju proizvodnu kompaniju u blizini škole gdje se upoznaju sa faktorima proizvodnje u stvarnom kontekstu.

<ul style="list-style-type: none"> • Planiranje i upravljanje – Poslovni model (poslovni model) broj časova: 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Učenici gledaju video prezentaciju o kreiranju poslovnog modela (business model canvas), alata koji može pomoći poduzetnicima da stvore jasnu viziju i smjer kako će njihov proizvod ili usluga izgledati, posebno za planiranje, kreiranje, isporuku i stjecanje vrijednosti. Nakon video prezentacije, učenici diskutuju odgovarajući na pitanje: Zašto se kreira poslovni model? Zatim na hameru u grupama ili uz pomoć digitalnog alata (npr. Canva) crtaju poslovni model sa svim njegovim elementima i opisom važnosti svakog elementa posebno (vrijednost proizvoda/usluge; potrošači; kanali distribucije; odnosi sa potrošačima; ključne aktivnosti; ključni resursi; ključni partneri; prihodi; troškovi). Nakon prezentacije obavljenog zadatka, učenici zapisuju na list papira ili objašnjavaju važnost kreiranja biznis modela i način kreiranja uspješnog biznis modela. Za domaći zadatak učenici treba da kreiraju boznis model za proizvodnju proizvoda ili usluge koji će sami izabrati. Oni upoređuju ono što su uradili sa onim što su uradili njihovi drugovi iz razreda.
<ul style="list-style-type: none"> • Preuzimanje inicijative • Donošenje odluke – rizik i neizvjesnost (inicijativa, odluka, rizik, neizvjesnost) broj časova: 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Učenici koriste jednu od tehnika generisanja ideja da analiziraju izjavu Aleksandra Čonge, uspješnog preduzetnika: „Zona komfora je lijepo mjesto, ali tu ništa ne raste“. Zatim, u parovima, razgovarajte o tome da li su ikada čuli frazu „preuzimanje inicijative“ i objasnite šta znaju i/ili kada su čuli frazu. Zatim odgovaraju na pitanje: Može li preduzetnik biti uspješan bez preuzimanja inicijative? (bez samoinicijativnosti, proaktivnosti, upornosti u ostvarivanju svojih ciljeva, bez samopouzdanja, odnosno bez bitnih karakteristika uspješnog i kompetentnog lidera u onome što radi). Učenici navode primjere pokretanja inicijative za rješavanje određenih problema u školskom i stvarnom kontekstu. • Učenici razmišljaju o nečemu što bi željeli promijeniti ili donijeti odluku. Na listu papira pojedinačno definiraju problem za koji bi željeli donijeti odluku. Naprimjer, „Napraviti ću pristupačnu stazu pored sportske dvorane.“ U T-tabelu zapisuju pozitivne stvari (dobre) i negativne stvari (rizici/neizvjesnosti) o donošenju odluke da se provede zamišljena radnja koja rješava određeni problem. Nakon analize nabrojanih pozitivnih i negativnih strana, uz uvažavanje svih alternativnih rješenja, učenici utvrđuju da li je dobra odluka, naprimjer, da sami izgrade pristupnu stazu. Urađeni zadatak prezentiraju svojim kolegama iz razreda.
<p>Tema 4. Finansijska pismenost, marketing i prodaja</p>	
<p>Znanja/vještine:</p>	

- Identifikuje izvore finansiranja (sopstvene i tuđe).
- Daje primjere jednostavnog budžeta.
- Opisuje osnovne instrumente marketinga.
- Identificira različite vrste prodaje.

Stavovi/vrijednosti

- Vjeruje da je budžetiranje važan alat za pametno upravljanje novcem.
- Vjeruje da marketinške strategije služe kao osnova za planiranje u smislu zadovoljavanja potreba tržišta i ostvarivanja marketinških ciljeva.

Sadržaj (i pojmovi) i broj časova

- **Upravljanje novcem**
(finansiranje, vlastite finansije, zaduživanje/zaduživanje, rashodi, fiksni, varijabilni, prihodi, rashodi/troškovi, profit/profit, budžetiranje, budžet)
broj časova: 4

Primjeri za aktivnosti:

- Učenici koriste već urađenu studiju slučaja, naprimjer, da pretpostave da imaju ideju da otvore poslastičarnicu u susjedstvu u kojem žive. Već je utvrđeno da imaju priliku da razviju sopstveni biznis. Učenici su podijeljeni u dvije grupe. Prva grupa razmišlja i zapisuje na listu papira ili na personalnom računaru/laptop-u/tabletu kako će započeti posao sopstvenim finansijama (npr. štednja, prodaja imovine...). Druga grupa treba da da ideju za pokretanje posla sa tuđim finansijama (npr. zaduživanje, kredit...) Na kraju učenici predstavljaju svoje radove, nakon čega se razvija diskusija o tome koji je način finansiranja najbolji za pokretanje sopstvenog biznisa.
- Za istu studiju slučaja (može se izabrati otvaranje poslastičarnice ili druga studija slučaja) učenici rade u tri grupe.
Prva grupa u tabeli (može biti Excel) TROŠKOVI i IZNOS navodi troškove pokretanja poslovanja. Naprimjer: zakup prostora - 120.000 denara godišnje, oprema - 200.000 denara itd. Nakon popisa svih troškova izračunavaju ukupan iznos troškova za pokretanje biznisa.
Druga grupa u tabeli (može biti Excel) PROIZVOD, NABAVNA CIJENA i TROŠKOVI navode troškove prodaje proizvoda. Naprimjer, za jedan sladoled vam je potrebno:
- mlijeko sa otkupnom cijenom od 80 denara po litru, a cijena jednog sladoleda je 10 denara;
- šećer po otkupnoj cijeni od 50 denara po kilogramu, a cijena jednog sladoleda je 10 denara; itd.
Na kraju se izračunava ukupna cijena jednog sladoleda.

	<p><u>Treća grupa</u> u tabeli (može biti Excel) TROŠKOVI, IZNOS navodi operativne troškove. Naprimjer: režijski troškovi za jedan mjesec su 12.000 denara; plate zaposlenih 150.000 denara. itd. Nakon navođenja svih troškova, izračunavaju ukupan iznos operativnih troškova.</p> <p>Nakon obavljenog zadatka, učenici prezentiraju svoj rad i razvijaju diskusiju kojom se utvrđuju fiksni i varijabilni troškovi kao novčani izraz potreba za normalno funkcionisanje poslovanja.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Učenici dobijaju zadatak da kreiraju i menadžiraju virtualni štand sa toplom čokoladom za prodaju tokom hladnih decembarskih dana. Oni sami određuju cijenu tople čokolade kao i troškove potrebne za realizaciju ove poduzetničke akcije za period od mjesec dana. Učenici pripremaju budžet za realizaciju aktivnosti koristeći jednostavne kalkulacije. Ovako izračunavaju dobit, odnosno dobit od rada štanda sa toplom čokoladom. (prihod – rashod = dobit). Kreiraju aktivnost na hameru ili uz pomoć digitalnih alata (Excel, Canva, PPT, itd.). Učenici prezentiraju rezultate urađenog zadatka. Nakon prezentacije, osvrće se na značaj budžetiranja, jednog od osnovnih alata za upravljanje novcem. <p>Za domaći zadatak učenici treba da naprave plan/budžet kao i za šta bi koristili sredstva od dobiti, odnosno zaradu ostvarenu radom štanda sa toplom čokoladom.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Marketing (strategija, marketing miks, proizvod, cijena, distribucija, promocija, internet marketing) broj časova: 4 	<ul style="list-style-type: none"> • Učenici u malim grupama ili parovima pretpostavljaju da imaju svoju piceriju i moraju razviti odgovarajuću marketinšku strategiju. Prije svega odlučuju šta će njihovu piceriju učiniti uspješnom u jakoj konkurenciji. Zatim na listu papira navode detalje (marketinški miks - proizvod, cijena, distribucija, promocija njihove picerije). Da bi im pomogli, mogu im se dati neka „početna razmišljanja“ o njihovim opcijama/izborima. Naprimjer: <ul style="list-style-type: none"> - Lokacija - tržni centar, grad, na obali jezera...; - Kvalitet hrane; - Vrsta usluge - sto, samoposluživanje; - Besplatan bežični internet; - Posebne promotivne ponude... itd. <p>Zatim učenici razgovaraju odgovarajući na sljedeća pitanja: Koji su glavni aspekti koji će njihovu piceriju učiniti uspješnom? t. j. Zašto će ljudi htjeti doći u njihovu piceriju?; Ko je ciljno tržište njihove picerije? Kakav je marketing miks njihove picerije?</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Učenici u parovima dobijaju zadatak da osmisle paket za proizvod po svom izboru. Zadatak mogu obaviti na papiru, u 3D obliku ili pomoću digitalnih alata. Nakon obavljenog zadatka izlažu rad (kao u galeriji). Ako je dizajn u digitalnom obliku, predstavlja se sa personalnog računara/laptop-a/tableta. Zatim učenici treba da naprave plan za reklamiranje proizvoda u novodizajniranoj ambalaži. Odnosno, trebali bi napraviti reklamu koja bi ljudima trebala reći o ovom proizvodu koji se prodaje, kao i o prednostima kupovine. Također treba izgraditi povjerenje potrošača, privući nove kupce, zadržati postojeće kupce i pomoći da posao bude profitabilan. Ideje za promociju: kratka vijest na web stranici u odgovarajućem formatu s naslovom, datumom objavljivanja; dizajnirani izlog u tržnom centru; 30-sekundni radio oglas, korištenje društvenih medija u promociji proizvoda/usluga itd. Učenici mogu pripremiti kratke promotivne informacije o svom proizvodu/uslugi na Facebooku, Instagramu, Tik-Toku ili bilo kojoj drugoj društvenoj mreži koju koriste mladi ljudi.
<ul style="list-style-type: none"> • Prodaja (vrste prodaje, odnosi s kupcima) broj časova: 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Učenici igraju uloge PRODAVCA – KUPCA. Vrsta prodaje određuju sami učenici (npr. u prodajnoj hali, telefonom, itd.) Jedan učenik se bira (ili se dobrovoljno prijavljuje) da bude prodavac, a tri učenika da budu kupci. Predmet koji će se prodavati je po izboru „prodavca“ (olovka, sveska...). Za dvije minute prodavac mora pokušati prodati proizvod sva tri kupca. Međutim, kupci ne bi trebali izgovarati riječi DA, NE i naziv proizvoda, u suprotnom su isključeni iz aktivnosti, a ostali kupci su uključeni. Nakon aktivnosti učenici razgovaraju o tome koji je dio aktivnosti najlakši, a koji najizazovniji.

Tema 5. Prezentacija poslovne ideje

Znanja/vještine:

- Razvija komunikacijske vještine.
- Objašnjava važnost predstavljanja svoje biznis ideje.
- Objašnjava zašto je važno raditi s drugima na zajedničkom cilju (timski rad, aktivno učešće, podjela odgovornosti i doprinosa).
- Koristi efikasne tehnike prezentacije.
- Koristi informacije za planiranje i organizaciju događaja u školi ili lokalnoj zajednici.

Stavovi/vrijednosti

- Prihvata važnost razvoja društvenih vještina i liderskih potencijala.
- Vjeruje da timski rad i radna etika igraju važnu ulogu u postizanju ciljeva zajednice.

Sadržaj (i pojmovi) i broj časova	Primjeri za aktivnosti:
<ul style="list-style-type: none"> • Poslovna komunikacija • Timski rad (komunikacija, interakcija, timski rad, liderstvo) broj časova: 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Učenici, podijeljeni u grupe do pet učenika, crtaju siluetu poslovne osobe – preduzetnika na velikom listu papira. Učenici treba da identifikuju riječi koje opisuju preduzetnika kao odličnog komunikatora. Flomasterima ili flomasterima u boji treba da pokušaju da vizuelno uhvate riječi na silueti. Naprimjer, učenici bi mogli reći da dobar komunikator treba da bude odličan slušalac, zatim bi nacrtali velike uši na silueti, itd. Kako bi pomogli, učenike se potiče da budu kreativni i da se ne boje ako njihova vizualizacija nije tačna. Možete čak dati učenicima da napišu riječi na silueti, a zatim im pomoći da vizualiziraju neke od svojih riječi. • Učenici su podijeljeni u tri grupe i svaka grupa dobiva novine, traku i makaze. Učesnicima se daje unaprijed određeno vrijeme (npr. 20 minuta) da dizajniraju i kreiraju komad odjeće iz novina. Za ovu aktivnost učenici bi trebali imati grupnu sesiju razmišljanja i delegirati zadatke. Učenici sami biraju osobu iz grupe koja će prezentovati gotov proizvod.
<ul style="list-style-type: none"> • Efikasna prezentacija (prezentacija, uvjerljive tehnike prezentacije) broj časova: 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Učenici dobijaju zadatak da u jednom minutu pokušaju da predstave svoju poslovnu ideju ili poslovni model (Elevator Pitch). Da bi uspjeli kreirati ovako dobru/uvjerljivu prezentaciju, potrebno je da slijede sljedeće korake: <ul style="list-style-type: none"> - da <u>identifikuju svoje ciljeve</u> (npr. žele li potencijalnim kupcima reći o svojoj kompaniji ili imaju sjajnu novu ideju koju žele predstaviti investitorima); - da <u>objasne šta rade</u> (npr. počinju da prave prezentaciju sa opisom onoga što njihova kompanija radi, fokusirajući se na probleme koje rješavaju i kako pomažu ljudima); - da <u>stave akcenat na svoje unikatne prijedloge</u> (npr. prezentacijom treba da predstave i identifikuju stvari koje njihovu kompaniju ili ideju čine jedinstvenim); - da <u>sumiraju</u> (svaki dio/dio prezentacije se sastavlja, a zatim se, preporučljivo, prezentacija čita naglas i mjeri vrijeme potrebno za njeno izlaganje. Ne smije biti duže od 1 (jedne) minute. U suprotnom, postoji da li postoji rizik od gubitka interesovanja slušaoca); - da <u>vježbaju</u> (što više vježbate, prezentacija će biti prirodnija. Tokom prezentacije treba obratiti pažnju na govor tijela koji govori koliko i riječi. Zato se preporučuje vježbanje ispred ogledala ili još bolje pred saučenicima iz razreda). <p>Ukoliko se učenici odluče da naprave PPT (Power Point) prezentaciju, ona ne bi trebala biti veća od 5 (pet) slajdova. Učenici samostalno predstavljaju svoje radove svojim saučenicima iz razreda.</p>

- **Organizovanje događaja**
(planiranje, organizacija, vodstvo)
broj časova: **2**

- Učenici imaju zadatak da planiraju i organizuju školski događaj kao priliku da podstaknu i razviju društvene vještine i njihov liderski potencijal. Ovu aktivnost mogu realizovati u koordinaciji sa drugim nastavnim predmetima i važnim događajima za školu. Naprimjer, planiranje i organiziranje pozorišne predstave. Učenici moraju da odrede gdje i kako će se priredba održati, šta je potrebno za njenu realizaciju, odrediti cijenu ulaznice, obavijestiti javnost, reklamirati nastup itd. Pozorišne predstave su lijep način da se prenese poruka o određenom izazovu ili problemu s kojim se zajednica suočava. Slično se mogu iskoristiti i neki postojeći događaji, kao što su Dan drveta, Dan šale, organizacija sajma domaće radinosti, patronat škole itd.
- Učenici posjećuju sajmove gdje se upoznaju sa vrstama i tehnikama prodaje, kao i tehnikama oglašavanja proizvoda. Takođe, učenici uočavaju i upoznaju se sa izloženim inovativnim proizvodima.