



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Projekt Školní firmy registrační číslo CZ.1.07/1.1.00/54.0020

# METODICKÁ PŘÍRUČKA

## ZÁJMOVÝ KROUŽEK

## ŠKOLNÍ FIRMA

---

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### OBSAH

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Úvod .....                                                           | 3  |
| Nábor do zájmového kroužku .....                                     | 4  |
| Obecné metodické pokyny .....                                        | 5  |
| Organizace kroužku školní firmy .....                                | 7  |
| Zahájení podnikání .....                                             | 8  |
| Téma 1 – Rozhodnutí podnikat a SWOT analýza .....                    | 8  |
| Téma 2 – Základní návrh ekonomické analýzy budoucího podnikání ..... | 13 |
| Téma 3 – Zahájení vlastního podnikání .....                          | 15 |
| Průběh podnikání.....                                                | 17 |
| Téma 4 – Základní plán .....                                         | 17 |
| Téma 5 – Druhy podnikání – výroba .....                              | 20 |
| Téma 6 – Druhy podnikání – služby .....                              | 23 |
| Téma 7 – Druhy podnikání – obchodní činnost .....                    | 25 |
| Téma 8 – Základy účetnictví .....                                    | 27 |
| Téma 9 – Propagace firmy, výrobků a služeb .....                     | 34 |
| Téma 10 – Ukončení podnikání .....                                   | 38 |
| Zkušenosti z vedení školních firem v projektu .....                  | 39 |
| Soubor aktivizujících metod – pomůcka pro učitele .....              | 40 |
| Literatura .....                                                     | 55 |
| Přílohy z činnosti školních firem.....                               | 57 |
| Příloha 1 – Pracovní listy .....                                     | 58 |
| Příloha 2 – Účetnictví .....                                         | 69 |
| Příloha 3 - Výrobek .....                                            | 71 |
| Příloha 4 - Prohlášení o shodě .....                                 | 77 |
| Příloha 5 – Propagace firmy .....                                    | 78 |

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Úvod

Školní firma není cestou, jak z dětí udělat úspěšné podnikatele, vybavené vším potřebným pro okamžitý stav v podnikání.

Cílem je, připravit zábavnou formou žáky základní školy na to, aby pochopili, co podnikání je. Co je třeba, aby mohl člověk začít podnikat. Nejjednodušší variantou podnikání je podnikání na základě živnostenského listu. Proto byla tato forma zvolena pro školní firmu. Je důležité žáky seznámit se základními formami tohoto podnikání. Formou hry na firmu žákům ukázat, jak lze takto podnikat. Je také důležité, aby pochopili základy marketingu firmy.

V neposlední řadě je také třeba, aby žáci pochopili potřebné základy podpory výroby, výrobní dokumentace i tvorby ceny výrobků, zboží nebo služeb. Protože jde o opravdové základy podnikání, nebudeme se věnovat podnikání s využitím zaměstnanců. Velmi důležité je, aby žáci pochopili, jaká je základní podnikatelská účetní dokumentace a jak se s ní pracuje. Protože je podnikání zaměřeno na vytváření zisku, je třeba, aby žáci také pochopili, že když v rámci podnikání podnikatel vytvoří zisk, je třeba jej podle zákona zdanit. Nedílnou součástí podnikatelské činnosti je také pochopit, jak lze podnikání pozastavit nebo ukončit.

I když učitelé – vedoucí školních firem - musí mít hlubší znalosti uvedené problematiky, s ohledem na cílovou skupinu není třeba, aby jejich znalosti v oblasti podnikání byly na takové výši, že by mohli sami bez problémů podnikat a měli tedy kompletní informace v této oblasti. Důležité je, aby dokázali zodpovědět otázky, na které narazí při realizaci firmy. Byli schopni se v uvedené problematice orientovat a vlastními silami (podle potřeby i v budoucnu) třeba i dostudovat informace, potřebné k zodpovězení dotazů žáků a jejich motivaci pro vlastní podnikání. Proto jim stačí znalosti, které získají z učební opory Základy podnikání (výstup projektu), zveřejněné na [www.zsantoninska.cz](http://www.zsantoninska.cz).

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Nábor do zájmového kroužku

K motivačním a náborovým akcím lze využít 2 cesty jak přivést žáky k podnikání.

Při náboru lze vycházet z předmětu podnikání. Žáky motivujeme pro podnikání tak, že jim ukážeme zajímavé možnosti v čem podnikat - výroba zajímavých výrobků, různé služby apod. (předmět podnikání) a následně vysvětlíme, že nelze podnikat bez důležitých podnikatelských znalostí a dovedností, což je primárním obsahem kroužku.

Druhou možností je žákům ukázat výhody podnikání a až pak s nimi nalézt vhodný předmět podnikání, na kterém se opět v kroužku naučí důležitým podnikatelským znalostem a dovednostem.

Ideální je věková skupina žáků od čtvrté do šesté třídy. Sedmá třída je již hraniční, ale žáci jsou zde ještě ochotni pracovat v kroužku a vydržet v něm do konce. Ukázalo se, že žáci osmých a devátých tříd již o jakýkoliv druh kroužků, až na výjimky, nemají zájem.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Obecné metodické pokyny

Každá lekce trvá 2 vyučovací hodiny. Případné úpravy časového plánu provede vyučující v závislosti na věku žáků a jejich potřebách.

Doporučená doba realizace kroužku je 60 vyučovacích hodin v průběhu třiceti týdnů (začátek kroužku od října - nábor v září, ukončení kroužku v posledním týdnu v květnu). Tato dotace také zahrnuje časové rezervy z důvodu prázdnin, školních výletů a dalších školních akcí. Časová dotace na jedno téma je průměrně 4 vyučovací hodiny (sudá a lichá lekce) s dvouhodinovou rezervou, která je dynamicky využívána podle specifických potřeb žáků.

Každé téma je členěno do tří částí – 1) cíl, 2) použitá teorie (základní a výchozí je v našem kroužku studijní opora "Základy podnikání" - výstup projektu, zveřejněný na [www.zsantoninska.cz](http://www.zsantoninska.cz)) a 3) průběh - stručný návod, jak by měl učitel postupovat.

#### Sestava liché lekce:

**každá lichá lekce je celá věnovaná výuce podnikatelských znalostí a dovedností.**

#### 1) Opakování 15 minut - včetně kontroly domácího úkolu. Aktivizující metody opakování:

- rychlé pokládání jednoduchých otázek a krátkých odpovědí - především jako test pochopení elementárních znalostí,
- kontrolní test - problematika notace (popis postupu činností), pravidel, různé testovací modelové úlohy, cvičení paměti a představivosti,
- řešení úloh - především pozdější fáze výuky,
- řešení tematických úkolů.

#### 2) Společná tvorba - témata společné firmy 15 minut – na základě domácích úkolů žáků.

3) **Motivační přednáška na nové téma 10 minut.** Různé příběhy a vyprávění vážící se k tématu a podnikání.

#### 4) Výklad nového tématu 15 minut. Demonstrace na příkladech.

#### 5) Procvičení nového tématu 15 minut.

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



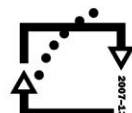
evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Aktivizující metody procvičování:

- a) samostatné řešení podobných úloh,
- b) samostatné řešení modelových simulací,
- c) hraní tematických pozic mezi žáky.

6) **Věnování se vlastnímu předmětu podnikání 20 minut** – výrobě, výrobkům...

7) **Domácí úkol** - příklady na procvičení nových témat. Rozsah úkolu podle frekvence lekcí a dosažené úrovně žáků. Doporučujeme spíše menší rozsah, aby žáky neodradil od provedení úkolu, také kontrola takového úkolu nebude časově náročná. Rozsáhlejší úkoly budou zadávány před opakovací lekcí, ta bude zařazována zhruba po 6 - 8 nových lekcích.

**Sestava sudé lekce:**

**kratší část věnovaná opakování teorie podnikání.**

1) **Opakování 15 minut - včetně kontroly domácího úkolu. Aktivizující metody opakování:**

- a) rychlé pokládání jednoduchých otázek a krátkých odpovědí - především jako test pochopení elementárních znalostí,
- b) kontrolní test - problematika notace, pravidel, různé testovací modelové úlohy, cvičení paměti a představivosti ,
- c) řešení úloh - především pozdější fáze výuky,
- d) řešení tematických úkolů.

2) **Společná tvorba - témata společné firmy 15 minut** – na základě domácích úkolů žáků.

**Delší část lekce je věnována předmětu podnikání – výrobě, službám či obchodní činnosti**

3) **Věnování se vlastnímu předmětu podnikání 60 minut** – výrobě, výrobkům...



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Organizace kroužku školní firmy

Učitel vystupuje ve školní firmě v roli vedoucího školní firmy.

Tím, že je vedoucím, svým jednáním učí žáky vedení soukromé firmy.

Probírá s žáky obsahy lekcí, jak z pohledu podnikatelských dovedností, tak z pohledu předmětu podnikání. Jeho hlavním úkolem je vést firmu tak, aby to žáky bavilo, formou hry v nich vypěstovávat správné návyky, fixovat důležité znalosti a dovednosti, pozitivně je motivovat pro vlastní podnikání.

Každý žák si v kroužku vede školní firmu, jako by byla pouze jeho. Společně s učitelem pak vytvářejí společnou školní firmu. V ní se žáci v rolích podnikatele střídají a tak si ověřují, že správně pochopili vše, co bylo cílem lekcí.

Při výuce zaměřené na předmět podnikání firmy se ponechává volnost jejich kreativitě a jejich znalosti se doplňují o nezbytné informace spojené s předmětem podnikání jako je například správná tvorba dokumentace, archivace a zabezpečení podkladů pro výrobu, výroba prototypu výrobku, postup výroby, dodržování bezpečnosti práce, práce podle norem, starost o nářadí, co je, jak a proč získat certifikát o shodě u výrobků.

Každému tématu jsou věnovány vždy dvě lekce (první je lichá a druhá pak sudá).



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Zahájení podnikání

### Téma 1 – Rozhodnutí podnikat a SWOT analýza

#### Cíl:

- uvědomit si, že pro úspěšné podnikání je třeba se rozhodnout na základě seriózního zvážení svých znalostí a schopnosti, ale nezapomenout při tom na své nedostatky. Podobně je třeba zvážit vnější vlivy, které mohou podnikání prospět, nebo přinést problémy,
- pochopit, že úspěšné podnikání je třeba správně naplánovat,
- naučit se uvedené rozvahy dělat pomocí SWOT analýzy,
- pochopit, co bude školní firma vyrábět a jak bude organizována výuka v kroužku.

#### Použitá teorie

##### Rozhodnutí podnikat

Rozhodnutí k zahájení podnikání je jedním z nejvýznamnějších rozhodnutí každého člověka. Často je spojeno s opuštěním stávajícího zaměstnání nebo s tíživou situací aktuální nezaměstnanosti. V podnikání může být budoucnost a má potenciál i ekonomické svobody. Při podnikání není co do příjmů ekonomický strop, na rozdíl od zaměstnaneckého poměru. Na druhou stranu zde není jistota pravidelného příjmu. Je třeba si uvědomit, že podnikání je soustavná činnost za účelem vytvoření zisku.

V rámci rozhodnutí podnikat je potřeba si stanovit, ve které oblasti chceme podnikat, zda ve službách, výrobě nebo obchodě.

##### Podnikatelský záměr

„ je dlouhodobá strategie podnikání, která přehledně popisuje záměry podnikání. Tento dokument přesně definuje v jaké fázi se podnik či podnikatelská myšlenka nachází a kolik úsilí bude pro zahájení podnikání či jeho rozvoj potřeba.“ In: Ipodnikatel [online].[cit. 2015-05-11]. Dostupné z : <http://www.ipodnikatel.cz/Podnikatelsky-zamer/zaklady-o-podnikatelskem-zameru.html>

Podnikatelský záměr bude provázet každého budoucího podnikatele nejen na samém počátku podnikání, ale kdykoliv bude realizovat změny ve firmě.

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





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Podnikatelský záměr může budoucí podnikatel psát pro sebe, aby si ujasnil své plány a možnosti, ale může jej chtít banka, investor, úřad práce nebo i potencionální společník v podnikání.

Podnikatelský záměr se vypracovává do takzvaného podnikatelského plánu. **Podnikatelský plán** může být formou poznámek na jedné stránce, ale může být i detailně rozepsaný na desítkách až stovkách stran. Závisí na předmětu podnikání a na hloubce, do níž chce podnikatel jít. Většinou se podnikatelský plán pohybuje v rozmezí cca 10 -20stran. Délka podnikatelského plánu závisí na účelu jeho použití. Je třeba si uvědomit důležitost podnikatelského záměru a s plnou vahou této důležitosti k němu též přistupovat. Špatný podnikatelský záměr může znamenat krach podnikání.

Z pohledu podnikatelského plánu je potřeba si definovat cíl podnikání. Cíl lze rozdělit na krátkodobý a dlouhodobý. Je třeba mít jasno v tom, čeho chce budoucí podnikatel dosáhnout a v jakém čase. Čím konkrétněji si stanoví cíl, tím lépe bude moci při podnikání kontrolovat vývoj svého podnikání a provádět případné korektury tak, aby dosáhl naplánovaného cíle.

Krátkodobý cíl je do 6 měsíců – například prodat 1000 ks výrobků a dosáhnout tak zisku 80 tisíc Kč.

Dlouhodobý cíl může být do 5let - například stabilně prodávat 5000 ks výrobku měsíčně.

Konkrétnost cíle přímo vede i ke konkrétním propočtům a plánům, jak stanoveného cíle dosáhnout.

Cíl by měl být stanovený jako konkrétní, měřitelný, dosažitelný, pokrytý zdroji, ohraničený v čase, hodnotitelný a zaznamenaný.

### Základní SWOT analýza

SWOT analýza je poměrně jednoduchý, ale velmi účinný nástroj, který významně pomáhá při přípravě podnikatelského plánu. Budoucí podnikatel tak zjistí, co ohrožuje jeho potenciální podnikání a co naopak mu může velmi pomoci.

Pro vytvoření základní a jednoduché SWOT analýzy k podnikatelskému plánu je potřeba jen čistý papír A4 a k tomu zelenou a červenou tužku. Na papír se budou zapisovat věci s ohledem na problém, který je třeba nějak zmapovat a rozhodnout se. Například pro

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

zahájení podnikání lze položit otázku – „Jaké jsou pro zahájení podnikání mé silné/slabé stránky?“. Pro zahájení podnikání existují vnější příležitosti/rizika.

Papír se rozdělí na 4 pole. Jedno pole se pojmenuje „moje silné stránky“, druhé „moje slabé stránky“, třetí „vnější příležitosti“ a čtvrté „vnější rizika (hrozby)“. Rizika a slabé stránky se píše červenou barvou a silné stránky s příležitostmi pak zelenou.

**Silné stránky** jsou vnitřní silné stránky potenciální firmy, které může podnikatel přímo ovlivnit.

Příklad:

- mám do začátku na kontě svůj vlastní kapitál 300 000,- Kč,
- mám již svoje vlastní prostory, kde chci podnikání provádět,
- mám patent, díky kterému jsem jediný, kdo může daný výrobek prodávat.

Je dobré mít každou položku podloženou nějakou realitou (např. výpis z účtu, z katastru nemovitostí apod.)

**Slabé stránky** jsou vnitřní slabé stránky potenciální firmy, které může podnikatel přímo ovlivnit

Příklad:

- nemám žádné peníze do startu,
- nemám vlastní prostory,
- chci montovat hračky, ale chybí mi ruka.

Je dobré mít každou položku podloženou nějakou realitou (např. výpis z účtu, z katastru nemovitostí apod.)

**Příležitosti** jsou vnější faktory, které nemůže podnikatel ovlivnit, avšak které mohou podnikání rozběhnout, pomoci či jakkoliv jinak pozitivně ovlivnit

Příklad:

- mění se legislativa – proto lze prodávat daný výrobek širšímu spektru zákazníků a tím navýšit objem výroby,
- vstupujeme do Schengenského prostoru a budeme moci volně obchodovat v rámci EU,
- konkurence má potíže, možná bude zavírat pobočku.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Rizika** jsou vnější faktory, které nelze přímo ovlivnit, ale mohou přinést problémy do podnikání

Příklad:

- rizikem může být krach dodavatele klíčových komponent pro výrobu,
- změna legislativy a s tím spojené zpřísnění podmínek prodeje či poskytování služeb,
- válečný konflikt v zemi, kde mám zákazníky,
- živelné pohromy.

V klidu si budoucí podnikatel sedne a začne do příslušných polí zapisovat všechna rizika, silné a slabé stránky i příležitosti a rizika. V dnešní době může být hodně nápomocný internetový vyhledávač a další zdroje informací. Důležité je uvědomit si, že konkrétní věci mohou být současně silnou stránkou, současně příležitostí nebo i současně rizikem.

Příklad:

- mám dotaci (silná stránka), je to také příležitost pro rozvoj podnikání, ale je i rizikem při změně pravidel pro její čerpání.

Je důležité mít na paměti, že jednotlivé položky musí být vyvážené. Každá negativní položka musí být vyvážena nejméně jednou pozitivní. Je dobré dát vypracovanou SWOT analýzu k nahlédnutí nezúčastněným osobám pro zpětnou vazbu a takto udělat několik korekcí – jeden žák kontroluje SWOT analýzu druhého. Ideální forma zpětné vazby je brainstorming (tzv. bouře mozků) – na papír či tabuli se sepisují všechny nápady, které účastníci řeknou. Hlavní pravidlo je, že žádný nápad není špatný, výsledný balíček nápadů se následně rozčleňuje do skupin se stejnými znaky a úplné nesmysly se vyloučí – to udělá učitel s žáky při tvorbě finální SWOT analýzy.

Nejsnazší vyhodnocení je obyčejné zhodnocení zrakem, zda se papír víc červená nebo zelená. Pokud je podnikatelský záměr správný, měla by převládat zelená barva. U červené barvy je naopak dobré si vypracovat postupy, co je třeba konkrétně udělat, aby se daný bod změnil z červené na zelenou.

Mít tzv. plán B. I když se stane, že se plán víc červená než zelená, není nic ztraceno. Je jen třeba vymyslet, jak minimalizovat slabé stránky nebo z nich udělat silné, nebo jak z rizik udělat příležitosti.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Průběh:

Učitel nejdříve vysvětlí látku. Následně vysvětlí, jaká bude jejich společná školní firma. Poté s žáky společně začne vytvářet SWOT analýzu budoucího školního podniku až si je jistý, že všichni žáci chápou všechny body cíle lekce.

Probere s žáky novou školní firmu tak, aby žáci přesně chápali, čím se budou ve školní firmě zabývat, co budou vyrábět a jaká bude organizace kroužku.

Každý žák dostane za domácí úkol vytvořit vlastní SWOT analýzu školního podniku, jako by byl pouze jeho (z jeho vlastního pohledu).



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Téma 2 - Základní návrh ekonomické analýzy budoucího podnikání

### Cíl:

Přivést žáka k tomu, aby

- byl schopen si udělat a udělal základní ekonomickou představu o svém budoucím podnikání,
- pochopil, co vše má brát při tom v úvahu,
- si uvědomil, co vše je třeba platit, jaké bude mít při podnikání výdaje a z čeho bude v podnikání získávat peníze, zdroje příjmů.

### Použitá teorie:

Zpracování jednotlivých položek základní ekonomické analýzy.

**Náklady** – do nákladů zahrnujeme výdaje, co slouží k dosažení a udržení příjmů.

Příklad:

- platba zdravotního a sociálního pojištění,
- platba pojištění odpovědnosti za škodu,
- nákup materiálu, kancelářských potřeb, materiálu pro výrobu, nářadí,
- pronájem prostor,
- výdaje na cestování za klienty či doprava zboží,
- služební telefon, počítač na vedení účetnictví, vytváření výrobní dokumentace...
- energie, daně a další poplatky.

**Fixní náklady** - jsou pravidelné platby, které probíhají bez ohledu na to, zda podnikatel pracuje či nikoliv.

Příklad:

- paušál za telefon,
- pronájem prostor apod.

**Variabilní náklady** - jsou náklady, které nevznikají, pokud podnikatel nevyvíjí žádnou aktivitu.

Příklad:

- provize pro obchodního zástupce,
- náklady na dopravu zboží, materiálu a obchodní jednání,
- výrobní materiál, apod.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pro minimalizaci nejistoty při podnikání je třeba se snažit minimalizovat fixní náklady.

**Příjmy nebo také obrat-** jsou do firmy vstupující peníze formou platby od zákazníků či sponzorských darů, dotací, apod.

Mluvíme-li o příjmech, nesmíme opomenout jejich zdanění, které se musí započítat do nákladů.

**Zisk** – je výsledná částka finančních prostředků, které zůstanou po odečtení nákladů od příjmů.

Zisk je vhodné rozdělit na dvě části. První část je výplata sobě samému, což lze přirovnat k čistému příjmu, a druhá je investiční část. Vždy je nezbytné část zisku investovat do rozvoje podnikání. Nastavení poměru závisí na strategii podnikání a odvíjí se od potřeby uživení se a hlavně od cíle, kde investiční část zisku má sloužit růstu směřujícímu k dosažení konkrétního dlouhodobého cíle, stanoveného v podnikatelském plánu.

Podnikatel vždy musí mít jasný přehled o výši nákladů, příjmů a zisku.

### **Možnosti financování začátků podnikání**

V našem případě budeme využívat pouze nejtýpější formu financování podnikání - vlastní úspory. Je výhodou, pokud začínající podnikatel již disponuje vlastními finančními prostředky. Samozřejmě je třeba zvážit, zda je úspor dostatek, zda dát do podnikání všechny úspory nebo si nechat rezervu, apod. Toto je věc, která se zvažuje již při tvorbě podnikatelského plánu.

### **Průběh:**

Učitel nejdříve vysvětlí látku. Poté s žáky společně začne vytvářet základní ekonomickou analýzu ve vztahu k budoucímu školnímu podniku až si je jistý, že všichni žáci chápou všechny body cíle lekce.

Shrne s žáky novou školní firmu z pohledu finančních toků tak, aby to žáci přesně chápali.

Každý žák dostane za domácí úkol vytvořit svoji vlastní finanční analýzu školního podniku, jako by byl pouze jeho (z jeho vlastního pohledu).

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Téma 3 – Zahájení vlastního podnikání

#### Cíl:

Naučit

- žáka základním krokům nezbytným pro zahájení vlastního podnikání,
- žáky porozumět rozdílu mezi živností volnou, vázanou a koncesovanou,
- žáky, aby byli schopni vysvětlit rozdíl mezi následujícími předměty podnikání: obchodem, službami a výrobou.

#### Použitá teorie:

Jedním z prvních kroků před započítím podnikání je rozhodnutí, jakou formu bude podnikání mít. Nejčastějšími možnostmi, které se používají, je živnost (osoba samostatně výdělečně činná-OSVČ) nebo společnost s ručením omezeným (s.r.o.). Každá varianta má svá pro a proti. My se však budeme věnovat pouze živnosti na základě živnostenského listu (živnostenského oprávnění).

**Podnikání na živnostenský list** - je považován za základní způsob podnikání. Aby člověk získal živnostenské oprávnění, musí splňovat všeobecné podmínky, tj. plnou svéprávnost (být plnoletý a způsobilý k právním úkonům) a bezúhonnost (výpis z trestního rejstříku). Na správní poplatek musí mít k dispozici 1000,- Kč.

Dnes se již nevydává živnostenský list (dříve vydané však platí). Pro živnostenské oprávnění slouží Výpis ze živnostenského rejstříku.

Pro získání živnostenského oprávnění dnes již stačí navštívit pouze s osobními doklady jakýkoliv živnostenský úřad. Tam vyplnit Jednotný registrační formulář. Výpis z rejstříku trestů už není třeba, úřad si jej zajistí sám.

Jednotným registračním formulářem lze najednou provést všechna potřebná ohlášení a registrace - živnostenské oprávnění, registraci k dani z příjmu i oznámení zdravotní pojišťovně a správě sociálního zabezpečení.

Živnosti dělíme na volné, vázané a koncesované.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pokud jde o živnost vázanou, musí mít budoucí podnikatel navíc doklad o potřebné kvalifikaci, případně garanta.

U koncesované živnosti musí budoucí podnikatel kromě dokladu o potřebné kvalifikaci i získat koncesi od živnostenského úřadu. Každá koncesovaná živnost má svá kritéria.

Proto je nejvhodnější začít s živností volnou. Pro živnosti volné je nejlepší uvést do Jednotného registračního formuláře (žádosti): „č. 80 Výroba, obchod a služby jinde nezařazené“. Je také možné konkrétní živnosti vyjmenovat.

### **Průběh:**

Učitel nejdříve vysvětlí látku. Následně žáky seznámí s formulářem, který je potřebný pro zahájení podnikání.

Žáci pak sami tyto formuláře vyplňují a na příkladech si prohlubují znalosti a fixují si látku. Využívají se při tom aktivizující metody výuky.





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Průběh podnikání

#### Téma 4 - Základní plán

##### Cíl:

Naučit žáka

- detailně promyslet strukturu, činnost a jednotlivé kroky vlastního podnikání,
- vytvořit vlastní základní plán podnikání,
- pochopit, co patří do základního vybavení firmy a naučit ho, aby se mohl rozhodnout, co z toho může efektivně využít ve své firmě a co by pro něj byl již zbytečný luxus a není tedy třeba pořizovat.

##### Použitá teorie:

Základní plán je detailním soupisem veškerých činností v časovém uspořádání, které bude podnikatel v konkrétním dnu či týdnu realizovat, rozlišených dle priorit. Čím je podrobnější, tím je lepší. Aby jednotlivé činnosti byly koncepční a vedly ke konkrétnímu cíli, je nezbytné si stanovit dílčí kroky k jeho dosažení. Zásadním měřítkem je střednědobý plán (6 měsíců – 1 rok), kdy musí podnikatel přesně vědět, čeho chce v tomto časovém období dosáhnout. V zájmu měřitelnosti a kontroly je nejvhodnějším kritériem obrát, respektive zisk. Tvorba základního plánu zahrnuje následující činnosti:

Rozpracování střednědobého cíle ze svého podnikatelského záměru tak, že jej rozdělíme na jednotlivé kroky – jednotlivé dny. Do nich se po hodinách stanoví konkrétní činnosti, které vedou k dosažení plánovaného denního obrátu.

Je dobré

- jednou za 14 dní zařadit rezervní den na resty, které vznikly z nepředpokládaných činností,
- snažit se důsledně svůj plán dodržovat minimálně první 21 dnů, než se z něj stane návyk,
- vždy na konci týdne svůj týdenní plán projít a vyhodnotit, nesplněné úkoly zařadit do plánu na příští týden, popřípadě celý plán zrevidovat, pokud se zjistí předdimenzovaná náročnost, nebo příliš velké množství úkolů.

Absence plánování je zpravidla spojena s intuitivním vedením podnikání, jehož následkem je stagnace či zpomalení růstu podnikání. V rámci plánování je zcela nezbytné naplánovat si v rozumné míře i prostor pro odpočinek, což má přímý vliv na efektivitu činností. Podnikání je

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

možné realizovat i jako vedlejší činnost současně se zaměstnáním. Je potřeba však počítat s tím, že se bude podnikání rozvíjet mnohem pomaleji.

### Základní vybavení firmy společné pro všechny druhy podnikání

#### CRM systém

**CRM (Customer relationship management)** - systém pro správu kontaktů, klientů, projektů, kalendáře, plánování a generování seznamů vyhodnocených výsledků z aktivit (laicky řečeno velmi inteligentní diář, který aktivně sleduje činnosti podnikatele, upozorňuje na termíny, nezaplacené faktury, fáze realizovaných projektů, historii zákazníků i obchodních kontaktů apod.). Z počátku vyžaduje časovou investici pro osvojení dovedností práce s tímto systémem. Začínající podnikatel si vytváří základní databázi kontaktů průběžně, jak nové kontakty získává. Po určité době znamená používání CRM systému výraznou časovou úsporu a prevenci ztráty stávajících kontaktů. V dnešní době je již řada CRM systémů poskytována zdarma se základními funkcemi. Pro malé a střední podnikatele lze doporučit například - FREECRM, který je zdarma dostupný na <https://www.crmpro.com/index.html> Systémy zdarma jsou většinou pro omezený počet zaměstnanců, většinou do 5-10, ale to je pro potřeby většiny začínajících podnikatelů zcela dostačující. CRM systém pomůže při plánování a udržování vztahů se zákazníky i dodavateli.

**Mobilní telefon** - kvůli práci s CRM systémem je nezbytné, aby telefon kromě telefonování a SMS zpráv, zvládal práci s emaily, internetovým prohlížečem a měl připojení na internet. Mobilní telefon a jeho propojení s CRM systémem zvyšuje efektivitu činnosti podnikatele. Je možné operativně vkládat údaje, či získávat údaje v kterékoliv situaci a na kterémkoliv místě.

**Počítač** - pro podnikání je třeba řešit elektronickou korespondenci, internet – online CRM systém a Office. Například pro firmy, které se zabývají počítačovou grafikou, střihem filmů, apod., je počítač hlavním pracovním nástrojem.

Řada začínajících podnikatelů již má vlastní počítač. Je nezbytné upozornit na skutečnost, že v počítači, je-li používán pro podnikání, musí vždy být legální software pro komerční užití.

**Datová schránka** - každý podnikatelský subjekt má povinnost zřídit si datovou schránku, přes kterou komunikuje s úřady. Schránku lze vytvořit na České poště, a.s.

**Základní doklady** – daňová evidence (tzv. peněžní deník), příjmové/výdajové doklady, faktury, objednávky, stvrzenky.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Marketingové materiály** - vizitky, hlavičkové papíry a případně spisové desky na propagační materiál s logem a ve firemních barvách. Je potřeba si uvědomit, že nejsilnějším prodejním nástrojem, (zvláště ze začátku) je osoba podnikatele. Podle toho by se měl vybavit, volit nákup odpovídajícího oblečení apod.

### Průběh:

Učitel vysvětluje látku a výklad maximálně prokládá praktickými příklady tak, aby se žáci aktivně zapojovali do výkladu a učitel mohl pružně reagovat, když se žáci ve výkladu „ztratí“.

Žáci pak sami plní úkoly, které jim učitel na základě probraného učiva zadává. Střídá různé aktivizující metody a snaží se hrou a hravou formou seznámit s učivem.

Strukturu hodiny (lekce) dodržuje tak, jak byla uvedena na začátku. Pracuje systematicky a strukturu výuky dodržuje



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Téma 5 - Druh podnikání – výroba

#### Cíl:

- naučit žáka detailně pochopit, co obnáší výroba,
- seznámit jej s tím, co vše musí splňovat výrobek,
- seznámit jej s možnostmi a způsoby prodeje,
- naučit jej správné cenotvorbě výrobku.

#### Použitá teorie:

Podnikání ve výrobě patří, z hlediska startu, k ekonomicky nejnáročnějšímu druhu podnikání. Začínající podnikatel musí zajistit vhodné prostory, splňující náročné normy (na hluk, ekologickou zátěž, případné navýšení dopravy apod.) Zároveň musí nakoupit stroje, nářadí a materiál, ze kterého chce výrobky vyrábět.

Z pohledu prodeje vyrobených výrobků můžeme mluvit v zásadě o třech typech prodeje.

**Přímý aktivní prodej** – podnikatel sám nebo v zastoupení svým zaměstnancem či společníkem vyhledá zákazníka a tomu výrobek prodá.

Výhodou je, že 100% marže se mu vrací zpět do podnikání.

Nevýhodou je, že to obnáší náklady spojené s budováním obchodního týmu nebo časovou investici ze strany podnikatele samotného a s tím spojenou nutností disponovat obchodními dovednostmi. Budování obchodního týmu může firmám trvat i roky a je to náročné z hlediska počátečních investic.

Je nezbytné si vytvořit nejen stálou klientelu a o ni náležitě pečovat, ale také neustále hledat nové zákazníky, aby mohlo podnikání růst. Někteří podnikatelé ve výrobě dělají zásadní chybu v tom, že se jim podaří nalézt jednoho či dva velké odběratele – klíčové zákazníky, na kterých celé podnikání postaví (případná ztráta klíčového zákazníka může pak mít pro podnikatele fatální důsledky). Správným postupem je klást důraz na diverzifikaci (rozdělení mezi více různých subjektů) odběratelů i dodavatelů. Je vhodné se řídit základní poučkou, že součet zisků malých odběratelů (zákazníků) by měl vykrýt případnou ztrátu jednoho velkého. Je potřeba si uvědomit, že i ve výrobě by měl podnikatel neustále myslet na růst. Zde se opět vracíme k podnikatelskému plánu.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pokud se dosáhne bodu, kdy už dalšího zákazníka podnikatel nedokáže (z kapacitních důvodů) uspokojit z hlediska poptávky, je třeba opět otevřít podnikatelský plán a zamyslet se nad navýšením kapacity a expanzi, čili nad dalšími strategickými kroky. Zřejmě došlo ke splnění některého z dílčích cílů nebo stanovení příliš nízkých cílů.

**Přímý pasivní prodej** - prodej přes webovou stránku, vystavení výrobků v provozovně nebo ve výloze apod.

Pokud není produkt produktem, který „všichni chtějí“, tak vystavení na webu bude poměrně málo účinné a zřejmě samo o sobě nepokryje odbyt výroby bez významných on-line marketingových investic (internetová propagace výrobku či společnosti).

**Outsourcing prodeje** – varianta, díky níž se může podnikatel soustředit na výrobu i vedení firmy a odbyt nechat na svých obchodních partnerech. Ty je však nezbytné nejprve nalézt a dohodnout podmínky.

Tento způsob pohltí nemalou část marže. **Je nevýhodné přistupovat na podmínky, kdy obchodní partner požaduje procenta z obrátu nikoliv ze zisku.**

### Legislativní náležitosti spojené s prodejem výrobku:

- výrobek musí mít český návod k použití,
- výrobek musí být vybaven prohlášením o shodě (CE).

### Kalkulace, cenotvorba

Cenu výrobku tvoří:

- Náklady - to znamená veškeré peníze, které přímo či nepřímo musí podnikatel vynaložit nejen na výrobu, ale i distribuci, marketing, atesty výrobku, mzdy zaměstnanců apod.

Příklad:

cena za materiál, cena za práci, poměrná cena za energie, poměrná cena za pronájem prostor, poměrná cena za distribuci (cesta, kterou urazí výrobek k zákazníkovi), poměrná cena za atesty a další legislativní náklady.

Marže - částka stanovená podnikatelem. Je-li to možné, je rozumné nejít s marží pod 100%, ale může se také stát, že bude vzhledem k podnikatelskému plánu nutné stanovit marži třeba 300 i více procent, což je v pořádku za předpokladu, že je cena přijatelná pro zákazníka nebo cenu lze odůvodnit přidanou hodnotou. Je třeba mít i představu o tzv. ceně obvyklé (znalost

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

ceny konkurenčních výrobků, substitučních výrobků - jiný výrobek, který svojí funkcí z pohledu zákazníka příslušný výrobek nahradí).

Položka nákladů a marže tvoří cenu výrobku. K té je dobré přičíst ještě DPH (daň z přidané hodnoty, stanovena zákonem v procentech) a daň z příjmu – tím je vypočtena konečná cena výrobku.

Zpětná kontrola správnosti nastavení ceny výrobku je, když se od finální ceny odečtou veškeré náklady a provize distribučním kanálům a zůstane alespoň 60% z původní ceny výrobku. V opačném případě je potřeba se opět vrátit k podnikatelskému plánu a nalézt řešení, jak navýšit marži. Jedním z oblíbených způsobů může být zabalení výrobku do hezčího obalu či jiný marketingový tah. Je potřeba myslet na to, že nic není neřešitelné.

### **Průběh:**

Učitel vysvětluje látku a výklad maximálně prokládá praktickými příklady tak, aby se žáci aktivně zapojovali do výkladu a učitel mohl pružně reagovat, když se žáci ve výkladu „ztratí“.

Žáci pak sami plní úkoly, které jim učitel na základě probraného učiva zadává. Střídá různé aktivizující metody a snaží se hrou a hravou formou seznámit s učivem.

Strukturu hodiny (lekce) dodržuje tak, jak byla uvedena na začátku.



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Téma 6 - Druh podnikání – služby

#### Cíl:

- naučit žáka pochopit, co jsou služby,
- seznámit žáky s tím, co vše je třeba pro služby zajistit,
- seznámit žáky se způsobem kalkulace ceny služeb.

#### Použitá teorie:

Služby jsou z hlediska začátku podnikání o dost jednodušší, než je tomu u výroby.

#### Příklad:

- kadeřnický salón, pohostinství, finanční poradenství apod.

V závislosti na druhu služby je potřeba zajistit prostory (pokud nerealizuje podnikatel služby u klienta) a potřebné vybavení. Platí zde podobná pravidla jako u výroby z hlediska vytváření hodnoty a počáteční investice do pracovních nástrojů apod. U některých služeb je jednodušší skloubit odbyt s realizací, ale není to pravidlem. Služby se často potýkají s podobnými problémy jako výroba z hlediska nalezení správného vyvážení realizace služeb a prodeje.

Služby jsou nejširší skupinou podnikání. Do druhů služeb lze zařadit velké množství aktivit.

Pro zjednodušení lze rozdělit služby na služby poskytované ve vlastní provozovně (např. pohostinství, kadeřnictví nebo autoservis) a na služby realizované u klienta (např. hodinový manžel, různé druhy poradenství, výuky, instalatérství, vymáhání pohledávek, apod.).

Další možným způsobem dělení služeb je na služby vykonávané manuálně či pomocí nástrojů a služby čistě duševní. Toto rozdělení má primárně vliv na cenotvorbu, jinak výrazně přínosné není.

#### Kalkulace ceny

Zde platí podobný princip jako u výroby. Je potřeba spočítat náklady, stanovit marži a dospět k výsledku, kterým je zisk. U služeb bývá častým problémem výše stanovení marže. I když podnikatel výpočtem dospěje k nějakému číslu – marži, musí primárně on věřit tomu, že je cena férová a zcela adekvátní hodnotě, kterou poskytuje zákazníkovi. Pokud tomu nevěří on, tak jak potom chce přesvědčit zákazníka, aby si službu koupil.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Průběh:

Učitel vysvětluje látku a výklad maximálně prokládá praktickými příklady tak, aby se žáci aktivně zapojovali do výkladu a učitel mohl pružně reagovat, když se žáci ve výkladu „ztratí“.

I služba je zbožím a je třeba žákovi znovu vysvětlit, jaké jsou možnosti prodeje služeb (podobně jak u výrobků).

Žáci pak sami plní úkoly, které jim učitel na základě probraného učiva zadává. Střídá různé aktivizující metody a snaží se hrou a hravou formou seznámit s učivem.

Strukturu hodiny (lekce) dodržuje tak, jak byla uvedena na začátku.





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Téma 7 - Druh podnikání – obchodní činnost

### Cíl:

- naučit žáka detailně pochopit, co obnáší obchodní činnost,
- seznámit žáky s možnostmi a způsoby prodeje – prakticky již po třetí podobné (dobré kvůli zapamatování),
- naučit žáky správné cenotvorbě.

### Použitá teorie:

Nákup zboží (či služeb) za účelem jejich dalšího prodeje.

Zde jsou náklady spojeny s nákupem zboží nebo služeb, které bude podnikatel dále prodávat, s náklady na prezentaci zboží a reprezentaci. Správné nastavení cenotvorby je jedním z klíčových prvků úspěchu.

Popis činnosti – obchodování patří mezi jedny z nejstarších lidských činností. Pod obchodní činností lze v rámci živnostenského listu zahrnout velké množství činností.

Činnost obchodu a prodeje není zaměřená pouze na samotném zprostředkování obchodu, ale též o vyjednávání cen, nalézání konsenzu v rámci obchodu. Součástí je též shromažďování kontaktů a tvoření portfolia zákazníků. Podnikatelé v obchodu spolupracují s živnostníky z oblasti služeb a výroby, protože vycházejí z obecné logiky - nestačí něco vyrobit, je nezbytné to hlavně prodat.

### Práce s marží a kalkulace cen

Zde úplně striktně neplatí vzorec z předešlých případů. Může se stát, že zde mohou vyjít náklady při rozpočítání na haléřové položky a pak by v rámci klasického vzorce působila tisíci procentní marže bizarně. Proto se zde hovoří o stanovení ceny. Zde jde primárně o to, jakou cenu dokáže obchodník nasmlouvat u výrobce, či poskytovatele služby. Hovoří se zde o různých množstevních slevách, slevách za dlouhodobou spolupráci či objemových slevách. Také o tom jak dokáže přesvědčit zákazníka, aby za obchodníkem stanovenou cenu to koupil, jinými slovy přesvědčit zákazníka o hodnotě. Rozdíl mezi nákupní cenou, včetně vlastních nákladů prodejce (dopravu, reprezentaci, telefon, licenční poplatky, apod.) a cenou prodejní je marže.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Průběh:

Učitel vysvětluje látku a výklad maximálně prokládá praktickými příklady tak, aby se žáci aktivně zapojovali do výkladu a učitel mohl pružně reagovat, když se žáci ve výkladu „ztratí“.

Žáci pak sami plní úkoly, které jim učitel na základě probraného učiva zadává. Střídá různé aktivizující metody a snaží se hrou a hravou formou seznámit s učivem.

Formou hry na obchod nacvičují chování prodejce k zákazníkovi a další potřebné dovednosti z této oblasti.

Strukturu hodiny (lekce) dodržuje tak, jak byla uvedena na začátku.



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Téma 8 - Základy účetnictví

#### Cíl:

- naučit žáka správně vést základní evidenci příjmů a výdajů,
- seznámit žáka se způsobem archivace účetních dokladů,
- naučit žáka, kdy a jak se vystavuje faktura, příjmový a výdajový doklad a k čemu jsou,
- vysvětlit žákům tak, aby pochopili, že bez těchto činností není možné podnikat,
- seznámit žáky s tím, kdy a kdo podává daňové priznání a kdy se podávají vyúčtování na OSSZ a zdravotní pojištění (daňové priznání a příslušná vyúčtování ponecháváme na odborníkovi – účetním).

#### Použitá teorie:

Každý podnikatel musí vést základní daňovou evidenci . Musí shromažďovat doklady o příjmech a výdajích:

- stvrzenky z obchodů označené razítkem, když nakupuje v běžných obchodech,
- faktury, které vystavil za prodej zboží,
- faktury od firem, které zaplatil při nákupu materiálu apod.
- příjmové a výdajové doklady pokud přebírá peníze od zákazníků nebo vydává peníze např. obchodníkům, kteří mu nevystavili příjmový doklad, nebo třeba při nákupu materiálu od nepodnikatele.

Nemusí mít založený podnikatelský účet. Když jej nemá, přijímá peníze v hotovosti nebo mu je může odběratel poslat na soukromý účet. Výpis z účtu je dokladem o přijetí/vydání peněz. Tato finanční transakce je považována za příjem/výdej peněz z/do pokladny (v hotovosti).

Přijaté faktury, vystavené faktury, příjmové i výdajové doklady i účetní stvrzenky za nákup zboží je třeba archívovat. Ideální je složka přijaté faktury, kde chronologicky ukládá došlé faktury a označuje je svým značením, které bude uvedeno jako identifikace v daňové evidenci - tzv. peněžním deníku. Například DF číslo od 1 do n - pro Došlá Faktura. Podobně složka vystavené faktury opět chronologicky seřazeno a označováno - například VF číslo.

Do další složky se vkládají příjmové a výdajové doklady. Vkládají se papíry s chronologicky vylepenými příjmovými/výdajovými doklady a stvrzenkami a jednotlivé doklady se označují vlastním značením, například D číslo = doklad číslo... Jednotlivé papíry ve složce se číslují.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Peněžní deník dnes označován „Deník příjmů a výdajů“ musí mít úvodní list s následujícími údaji

# DAŇOVÁ EVIDENCE

## Deník příjmů a výdajů

Podnikatelský subjekt:

Zahájení podnikání:

Deník vede:

od:

do:

Počet stran

Stránky peněžního deníku ve velmi jednoduché formě budou číslovány a budou následující  
PENĚŽNÍ DENÍK

| DATUM  | DOKLAD | POPIS TRANSAKCE | POKLADNA |       |          |
|--------|--------|-----------------|----------|-------|----------|
|        |        |                 | PŘÍJEM   | VÝDEJ | ZŮSTATEK |
| Převod |        |                 |          |       |          |
|        |        |                 |          |       |          |
|        |        |                 |          |       |          |
|        |        |                 |          |       |          |
|        |        |                 |          |       |          |
|        |        |                 |          |       |          |
|        |        |                 |          |       |          |
|        |        |                 |          |       |          |
|        |        |                 |          |       |          |
| SOUČET |        |                 |          |       |          |

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Jednou za rok je nutné podat **daňové přiznání**. Toto je pro začátečníka velmi těžké, proto svou výše uvedenou daňovou evidenci za rok předá podnikatel odborníkovi – účetní/účetnímu, který vše za něj správně zpracuje, vytvoří kompletní účetní evidenci, daňové přiznání, které předá do konce března na finanční úřad, vytvoří také doklady pro OSSZ (Okresní správu sociálního zabezpečení), pro zdravotní pojišťovnu. Vypočítá výšku daně, kterou je povinen podnikatel zaplatit a stejně tak i částky, které je třeba uhradit na sociální pojištění a zdravotní pojišťovně.

### Faktury

- jsou daňovým dokladem, který vystavuje podnikatel za své služby, dodané zboží apod. Faktura musí obsahovat tyto zákonné náležitosti: označení, že se jedná o fakturu, národně dodavatele, národně odběratele, bankovní spojení na dodavatele, datum vystavení, datum dodání, datum splatnosti, datum zdanitelného plnění, název a popis položky, počet kusů, podpis dodavatele, podpis odběratele. Nemá-li podnikatel oficiální ceník, je třeba na konci faktury uvést „Cena dohodou a Nejsem plátce DPH“.



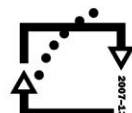
evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Faktura**

**Karel Křenek**  
Pravolevá 325  
Brno 29  
690 00  
IČO: 11 11 11 11

**Číslo faktury: 010515**

**Faktura**

**Odběratel:**

**Datum:**

|      |      |
|------|------|
| IČO: | DIČ: |
|------|------|

Vystavení:  
Zdanitelné plnění:  
Splatnost:  
  
Objednávka:  
Vystavil:

| Množ. | Popis | Cena za kus | Cena |
|-------|-------|-------------|------|
|       |       |             |      |

**Způsob platby:** Běžný účet

**Celkem k úhradě:** xxxxxxxxx,- Kč

**Bankovní spojení:** Komerční banka Brno účet číslo: 19-12345658/0100

Nejsem plátce DPH

Cena dohodou

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



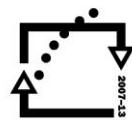
evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Příjmový a výdajový doklad

Příjmový doklad se používá při platbách v hotovosti, kdykoliv putuje hotovost od zákazníka k podnikateli. Stejně tak se vystavuje výdajový doklad, kdy putuje hotovost od podnikatele k dodavateli. Příjmový doklad, pokud jde o platbu za fakturu v hotovosti, musí být vázán k dané faktuře.

Náležitosti příjmového a výdajového dokladu: označení dokladu jako příjmový nebo výdajový doklad, nacionále včetně IČ a DIČ příjemce a výdejce peněz, účel platby, datum předání peněz a podpisy obou stran. U příjmového dokladu stačí podpis toho, kdo peníze přijal.

**VÝDAJOVÝ POKLADNÍ DOKLAD** č..... ze dne.....

|        |              |
|--------|--------------|
| Firma: | Cena bez DPH |
| DIČ:   | +.....% DPH  |
|        | Celkem Kč    |

Slovy

Vyplaceno komu .....

..... DIČ .....

Účel platby .....

Vydal:

Přijal:

Tisk: JS-PAPÍR s.r.o. Jan Střížka Hořice



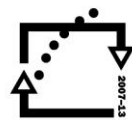
evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Příjmový pokladní doklad** č.: ..... ze dne ..... 200 .....

Firma:

DIČ:

Bakalář, Tihel s.r.o., Tel/Fax: 896 944 774

Cena bez DPH

+ .....% DPH

Celkem Kč

Slovy

Přijato od .....

DIČ: .....

Účel platby .....

Přijal:

**VYDAJOVÝ POKLADNÍ DOKLAD \***

**PŘÍJMOVÝ POKLADNÍ DOKLAD** č. .... ze dne .....

Firma:

IČO:

DIČ:

Cena bez DPH

+ ..... % DPH

Celkem Kč

Slovy

Vyplaceno komu\*

Přijato od .....

DIČ: .....

Účel platby .....

\* NEHODÍČÍ SE ŠKRTHĚTE

Vydal:

Přijal:

### Razítko

ze zákona není povinností vlastnit ani používat, nicméně užívání razítka doporučujeme.

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





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Průběh:

Učitel vysvětluje látku a výklad maximálně prokládá praktickými příklady tak, aby se žáci aktivně zapojovali do výkladu a učitel mohl pružně reagovat, když se žáci ve výkladu „ztratí“.

Žáci pak sami plní úkoly, které jim učitel na základě probraného učiva zadává. Střídá různé aktivizující metody a snaží se hrou a hravou formou seznámit s učivem.

Strukturu hodiny (lekce) dodržuje tak, jak byla uvedena na začátku.

Všechny doklady používané ve školní firmě musí být označeny „Fiktivní doklad“.



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Téma 9 - Propagace firmy, výrobků a služeb

### Cíl:

- vysvětlit žákům důležitost a způsoby propagace firmy,
- naučit žáky vytvořit základní propagační materiály firmy,
- seznámit žáky se základy marketingu, seznámit je s komunikačními kanály,
- vysvětlit žákům důležitost a způsob kontroly v marketingu.

### Použitá teorie:

Správná propagace firmy může mít za následek, že podnikatel získá dominantní postavení v rámci trhu ve svém oboru, že v podnikání uspěje. Nebo naopak špatná propagace může vést až k bankrotu. Není možné svoji firmu vůbec nepropagovat, ale je potřeba velmi úzkostlivě vážit každou korunu, kterou hodlá podnikatel v tomto směru vynaložit. Zde neexistuje univerzální recept, který by bylo možno aplikovat na 100% firem. Je zde potřeba řešit každou společnost individuálně.

### Základy marketingu

Marketing je primárně o práci s potenciálním klientem za účelem jeho transformace v platícího zákazníka, o tom jakým způsobem a jakými kanály s ním firma komunikuje. Základním a klíčovým pro úspěšnou marketingovou aktivitu je znalost cílové skupiny - tj. pro koho jsou služby či výrobky určeny, a to konkrétně.

První, co je třeba udělat před zahájením tvorby marketingové strategie firmy, je představit si, jak vypadá nebo by měl vypadat typický zákazník pro daný produkt nebo službu. Kolik je mu let, jaké má pohlaví, jaká je jeho ekonomická situace, v jaké oblasti pracuje. Je potřeba si jej vymodelovat do nejmenších detailů, podobně jako se dělají profily hledaných osob. Následně je rozumné si tento profil porovnat se skutečností. Například kolik podobných lidí se v okolí místa podnikání vyskytuje, kde nebo jakým způsobem by bylo možné je oslovit, také spočítat, jaké obraty tato skupina může přinést.

Příklad: pokud má podnikatel obchod s oblečky pro miminka nebo hračkami a bude ve svých obchodech pouštět heavy metal, maminky z obchodů spíše utečou - obvykle nepatří mezi vášnivé příznivce této hudby. Naopak mládež, poslouchající tuto hudbu, do obchodu tato

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

hudba přiláká, ale je velmi pravděpodobné, že je sortiment těchto obchodů nezaujme a nic nekoupí.

Je potřeba myslet též na to, že cílová skupina se může měnit, vyvíjet apod.

### Komunikační kanály

Volba komunikačního kanálu velmi záleží na produktu nebo službě, která je nabízena, stejně jako na tom, kdo byl identifikován jako ideální klient - zákazník.

Příklad: pokud je cílovým klientem senior 76let, tak nebude ideální volbou facebooková kampaň.

Mezi nejtýpější komunikační kanály patří:

### Sociální sítě

**Facebook** – zřejmě jedna z největších sociálních sítí, kde je možné vytvořit, kromě svého profilu, též firemní stránku, kam lze vkládat aktuality, nabídky apod. Lze si tam také zaplatit komerční kampaň. Existují dokonce firmy, které nabízejí vytvoření a správu profesionální kampaně.

Podobně fungují i sítě jako je tsu.co, linked-in (je profesní síť se zaměřením na hodnotný obsah), twitter, google+ apod. Pokud je marketingovým průzkumem zjištěno, že cílová skupina se na těchto sítích v masovém měřítku schází, může to být velmi účinná forma a relativně levná.

Základní myšlenka je vybudování stabilní komunity fanoušků, tím loajálních potenciálních klientů, o kterou je ale potřeba se starat. Takové budování může trvat roky.

**Pozitivní kampaně - fóra** – je možné si také zaplatit společnost, která prochází různá diskusní fóra, na nich se registruje pod různými uživateli a umísťuje tam fiktivní pozitivní reference a zkušenosti se společností klienta. Zatím ještě celá řada Čechů vnímá toto medium jako objektivní.

**Výměna bannerů a prolínání** – lze najít spřátelené weby, které souvisí s předmětem podnikání firmy a domluvit se s majitelem na vzájemné výměně bannerů či odkazy na firemní stránky. Kromě toho, že to zlepší pozici webu ve vyhledávačích, tak se můžeme dostat k zákazníkům partnera, protože je to vnímáno jako doporučení.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Webová stránka** – jde o pasivní formu marketingu, kde samotné webové stránky mají minimální účinnost v rámci jednotek procent (a to v lepším případě), pokud se ovšem neinvestuje do nákladných internetových kampaní.

**Tištěná inzerce** – je to jedna z nejnákladnějších variant a není vždy spolehlivá. Opět velmi záleží na cílové skupině.

**Bilboardy** – opět jedna z nejdražších variant a ne zcela účinná. Funguje tak, že je pronajata plocha na konkrétním billboardu, většinou v místě kde se vyskytuje cílová skupina nebo provozovna. Agentura často umí zajistit i grafický návrh i realizaci.

**Odborné konference** – pokud je podnikatel kapacitou v oboru, tak se může účastnit odborných konferencí jako přednášející a díky tomu podpoří popularitu svého podnikání v očích odborné veřejnosti.

**Networking** – stává se fenoménem posledních let. Je-li cílovou skupinou malá firma, živnostník nebo střední firma, pak je zde možnost navázat velmi cenné kontakty a získat nové zákazníky. Podnikatel se prezentuje na setkáních, která pořádá nějaká firma jako například Business for Breakfast, Smart network, Minutový networking, Negotium a mnoho dalších networkingových skupin. Tato varianta bude úspěšná, pokud má podnikatel schopnosti se umět prezentovat. Patří mezi relativně nejlevnější formy propagace, časově náročnější, ale s vysokou efektivitou.

**Veletrh** – poměrně známý kanál z 90. let. V dnešní době již v ČR efektivita veletrhů rapidně klesá, ale o to víc rostou náklady. V zahraničí to může být lepší, ale záleží na konkrétním veletrhu a jeho prestiži. Obecně je trend čím dál nižší účasti.

**Brigádníci** – lze najmout brigádníky, aby v rámci konkrétních kampaní na ulici rozdávali konkrétní cílové skupině letáčky. Je potřeba počítat i s někým na dohled, protože je tu možné riziko nespolehlivosti. Opět jsou s tím spojené určité náklady.

**Reklama v rádiu** – je možné si také zaplatit reklamu nebo vložit zboží či služby do soutěže v rádiu. Zde je potřeba velmi dobře zvážit, jaká cílová skupina dané rádio poslouchá.

**Sponzoring** – v rámci své propagace je možné použít také sponzoring nebo product placement. Je to umístění loga například na dresy sportovců nebo do titulků filmu či přímo produkt nebo službu do filmu. Patří opět k nejdražším formám. Ale pokud se daný tým nebo film stane kultovním, pak je to velmi účinné z hlediska fanouškovské základny, kdy i tisíce lidí, chtějí používat např. počítač, jako používal jejich oblíbený hrdina nebo sportovec.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Obsahový marketing** – například formou blogu nebo vydáváním firemního časopisu jsou informování stávající i noví klienti o novinkách. Ale hlavně je vždy přidáván nějaký cenný obsah, tzn. rada, která jim v životě nebo v práci pomůže. Tím budou firmu/podnikatele vnímat jako autoritu. Např. časopis Albert, D-test, apod.

### Kontrola v marketingu

Podobně jako se v podnikání provádí kontrola ekonomických ukazatelů, musí se provádět pravidelně i revize účinnosti marketingové strategie. Nejjednodušší je srovnání obrátů před započítáním marketingové kampaně, po započítání kampaně nebo její části a nárůsty během jejího průběhu a po jejím skončení. To jsou jasně vypovídající čísla, na jejichž základě se může podnikatel rozhodnout, zda v této strategii pokračovat nebo ji změnit. I marketing chce určitý čas, aby se projevila účinnost.

### Kolik vložených peněz do propagace je už mrhání

Je to otázka, kterou řeší kromě malých podnikatelů i velké nadnárodní společnosti. Je potřeba se snažit přijít na to, kolik daná kampaň přinese v penězích oproti nákladu, který je do ní vložen.

Je třeba myslet na to, že marketingová kampaň podnikání nespasí, pokud už je to s podnikáním moc špatné. Ale může pomoci. Když už firma nějak funguje, je dobré do marketingu dát přibližně polovinu z části zisku, která je určena pro rozvoj společnosti, což je částka, kterou lze určit už z kalkulace při plánování po založení společnosti.

### Průběh:

Učitel vysvětluje látku a výklad maximálně prokládá praktickými příklady tak, aby se žáci aktivně zapojovali do výkladu a učitel mohl pružně reagovat, když se žáci ve výkladu „ztratí“.

Žáci pak sami plní úkoly, které jim učitel na základě probraného učiva zadává. Střídá různé aktivizující metody a snaží se hrou a hravou formou seznámit s učivem.

Žáci vytváří sami grafické podklady pro marketing firmy. Z nich pak vyberou nejlepší pro společnou firmu. S učitelem nacvičují on-line prezentační dovednosti.

Strukturu hodiny (lekce) učitel dodržuje tak, jak byla uvedena na začátku.

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



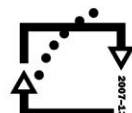
evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Téma 10 - Ukončení podnikání

#### Cíl:

- vysvětlit žákům způsoby ukončení podnikání, možnosti jeho případného obnovení,
- seznámit žáky s důvody k ukončení živnosti.

#### Použitá teorie:

##### Pozastavení činnosti

Je možné přerušit podnikání na libovolnou dobu - od měsíců při sezónních pracích až po roky. Po dobu, kdy je živnost přerušena, neplatí podnikatel sociální ani zdravotní pojištění.

Je však třeba provést daňové přiznání za dobu, kdy v roce byla živnost provozována a s tím i dodanit daň z příjmů a doplatit příslušnou část sociálního a zdravotního pojištění.

Přerušeni živnosti se musí oznámit správě sociálního zabezpečení do 8. kalendářního dne v měsíci a zdravotní pojišťovně do 8 dní od přerušeni živnosti. Živnostenský úřad nemusí být o přerušeni živnosti informován. Ale pokud je oznámení o přerušeni živnosti provedeno na živnostenském úřadě, kde se vyplní změnový list, tak jsou jeho prostřednictvím zajištěna veškerá oznámení.

Obnovení živnosti je pak opět pomocí změnového listu na kterémkoliv živnostenském úřadě, nebo oznámeními na příslušných úřadech.

##### Ukončení činnosti

Postup je podobný jako při pozastavení živnosti, Živnost však zanikne a nelze ji již obnovit.

#### Průběh:

Učitel vysvětluje látku a výklad maximálně prokládá praktickými příklady tak, aby se žáci aktivně zapojovali do výkladu a učitel mohl pružně reagovat, když se žáci ve výkladu „ztratí“.

Žáci pak sami plní úkoly, které jim učitel na základě probraného učiva zadává. Střídá různé aktivizující metody a snaží se hrou a hravou formou seznámit s učivem.

Strukturu hodiny (lekce) dodržuje tak, jak byla uvedena na začátku.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Zkušenosti z vedení školních firem v projektu

Není třeba zde rozebírat všechny informace získané od členů projektového týmu po ukončení činnosti jednotlivých firem. To vše je zapracováno ve výše uvedené metodice.

Uvedme zde pouze nejzásadnější poznatky.

1) Výuka v kroužcích ukázala, že je třeba kroužky prodloužit nejlépe na celý školní rok z důvodu fixace probíraného učiva a jeho zažití – znalosti doplnit potřebnými dovednostmi. Toho nelze dostatečně dosáhnout s časovou dotací, která byla nastavena v projektu (je již zapracováno v metodice).

2) Naprosto zásadní a nenahraditelný z hlediska získávání praktických zkušeností žáků, stejně jako obrovská dávka pozitivní motivace, byl miniveletrh školních firem s kooperační burzou. V běžných kroužcích mimo projekt jej bude velmi obtížné až nemožné realizovat. Jeho jednodušší náhradou by byla výstavní a prodejní akce v rámci aktivit školy (pro děti, rodiče i veřejnost), a to samostatná nebo jako součást tzv. Dnů otevřených dveří. Další možností je workshop pro žáky školy. Jeho realizace se setkala v projektu s nečekaně velkým zájmem žáků i pedagogů. Proto je třeba věnovat těmto aktivitám patřičnou pozornost po stránce předmětu podnikání, podnikatelských znalostí a dovedností.

Bylo by vhodné v průběhu kroužku udělat dvě akce - výstavní a prodejní nebo workshopy, které nahradí miniveletrh.

3) Průběh kroužku má silné tendence sklouzávat do polohy, kdy je nejdůležitějším předmět podnikání a ne podnikání jako takové. Je proto třeba, aby učitel (vedoucí firmy) měl stále na paměti, že jde o kroužek školní firmy - základů podnikání a nemá sloužit například převážně pro zlepšování rukodělných dovedností při výrobě. Naproti tomu zlepšování marketingových dovedností a dobré zvládnutí základů účetnictví je pro kroužek klíčové.



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Soubor aktivizujících metod - pomůcka pro učitele

Soubor aktivizujících metod je dobře popsán v: HODAŇOVÁ, D. *Metodický průvodce k učebnici Morava – Dějiny země uprostřed Evropy*. Metodická příručka pro učitele víceletých gymnázií a odpovídajících stupňů ZŠ a SŠ. Vytvořeno v rámci projektu ESF CZ.1.07/1.1.02/02.0084, Jak učit Moravany o Moravě – moderně a evropsky., Gymnázium INTEGRA BRNO, 2012 . Dostupné z : [http://www.gymnazium-integra.cz/fileadmin/user\\_upload/PROJEKTOVE\\_MATERIALY/Ucime\\_o\\_Morave/KA16\\_Metodika\\_k\\_ucebnici.pdf](http://www.gymnazium-integra.cz/fileadmin/user_upload/PROJEKTOVE_MATERIALY/Ucime_o_Morave/KA16_Metodika_k_ucebnici.pdf)

Protože základy podnikání, věk žáků a především předmět jejich podnikání ve školních firmách může být velmi široký, různorodý a může sahát od humanitních oborů přes obory umělecké až po vysoce specializované technické, je třeba při výuce žáků využívat podle potřeby a v závislosti na něm širokou škálu aktivizujících metod. Abychom tyto metody mohli efektivně využívat, je třeba pochopit jejich princip a ten pak aplikovat na konkrétní případ. Protože v rámci přípravy metodiky vyvstal požadavek mnoha pedagogů na doplnění uceleného přehledu aktivizačních metod, jsou zde doplněny. V literatuře jsou poměrně dobře a obsáhle vysvětleny. Nejsou však vždy dostatečně přehledně seřazeny. Využili jsme proto řazení, které použila D. Hodaňová ve své metodice, protože se nám jeví přehledné a srozumitelně zpracované, i když se věnovalo jiné oblasti, než jsme potřebovali. Využili jsme tedy její způsob řazení a přizpůsobili jsme jej našim potřebám, tedy potřebám učitelů, kteří mají efektivně, s vysokým podílem motivace vést kroužky školních firem. Popíšme si tedy zde základní soubor aktivizujících metod, které lze efektivně při výuce využívat. Kdy a kterou z aktivizujících metod ten který učitel-vedoucí kroužku, kdy využije, bude záležet pouze na něm. Metody jsou seřazeny abecedně, ne podle důležitosti.

### **Brainstorming (mozková bouře)**

#### **Cíl metody:**

- shromáždit co nejvíce názorů na danou problematiku, hledat cesty k řešení problému,
- dát možnost každému vyslovit volně nápady a myšlenky, zamýšlet se nad souvislostmi,
- vytvořit prostor pro diskusi.

#### **Pravidla pro její využití:**

- není dovoleno kritizovat nebo jakkoli hodnotit přinášené nápady,
- snažíme se o uvolnění fantazie, každý návrh nebo nápad se musí zapsat,
- vzájemně se inspirujeme, humor je vítán, agrese nikoli.

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





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Postup provedení metody:

- seznámit žáky s metodou a pravidly,
- napsat téma na velký papír, na tabuli ...,
- požádat všechny o nápady, odpovědi, asociace (Co si představuješ pod pojmem..., Navrhni..., Vymysli, jak...),
- zapisovat všechny nápady,
- klást doplňující otázky (v případě, že se nápady opakují),
- nápady nechat „uležet“.

### Očekávané výstupy:

- žák se seznamuje...
- žák chápe ...

### Postup práce s metodou:

- připomenout žákům pravidla práce metodou brainstormingu,
- napsat pojem (pojmy) na dobře viditelné místo ve třídě (tabule, papír většího formátu),
- požádat žáky o odpovědi na otázky... Co si představujete pod pojmem... Jak řešit situaci...,
- zapisovat všechny nápady (frontálně nebo v předem vytvořených skupinách) k jednotlivým pojmům, řešením...,
- v případě práce ve skupinách umožnit všem doplnit vlastní nápady ke všem pojmům, řešením ...,
- porovnat vlastní nápady s vymezením pojmů, řešení v učebnici.

## Čtení s otázkami

### Cíl metody:

- porozumět textu do hloubky,
- vyhledávat podstatné a důležité informace.

### Postup provedení metody:

- dvojice pročítá text (odstavec),
- jeden klade otázky k textu, druhý odpovídá,
- dvojice se vystřídá.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Očekávané výstupy:

- žák popíše .....
- žák se orientuje v textu a vyhledává v něm podstatné informace,
- žák uvádí nejpodstatnější informace.

### Postup práce s metodou:

- dvojice pročítá text (odstavec v textu) : .....
- jeden žák klade otázky k textu, druhý odpovídá, střídají se v kladení otázek.

## Expertní skupiny

### Cíl metody:

- naučit žáky učit se z textu, zapamatovat si hlavní myšlenky a říci je vlastními slovy,
- pracovat samostatně, odpovědně, dokázat vysvětlit ostatním nové učivo.

### Postup provedení metody:

- rozdělit třídu do tří až pěti „mateřských“ skupin,
- každé skupině přidělit 3 – 5 různých textů k prostudování,
- každý člen skupiny si vybere jeden text (téma),
- všichni, kteří si v „mateřských“ skupinách vybrali stejné téma, vytvoří novou skupinu,
- z původních skupin vzniknou nové „expertní“ skupiny zaměřené na jedno téma,
- členové „expertních“ skupin společně nastudují vybrané téma tak, aby látku mohli naučit ostatní (např. navrhnou zápis, vyhledají obrázky, připraví otázky aj.),
- každý člen „expertní“ skupiny se vrátí do své „mateřské“ skupiny a seznámí ji s tématem,
- „mateřské“ skupiny provedou zápis a splní úkoly, které experti připravili (společně).

### Očekávané výstupy:

- žák vymezí úlohu ...,
- žák vysvětlí ... ,
- žák se pokusí hodnotit...

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Postup práce s metodou:

- rozdělení třídy do n (mateřských) skupin,
- přidělení n různých textů z učebnice každé skupině,
- každý člen skupiny si vybere jedno téma,
- všichni žáci, kteří si v mateřských skupinách vybrali stejné téma, vytvoří novou skupinu (expertní),
- žáci v expertních skupinách společně nastudují vybrané téma a shromáždí (z učebnice, internetu apod.) maximum informací tak, aby látku mohli naučit ostatní (návrh zápisu, popis obrázků, příprava otázek).

**I.N.S.E.R.T. (Interactive Notting System for Effective Reading and Writing – Interaktivní poznámkový systém pro efektivní čtení a myšlení)**

### Cíl metody:

- zpracovat text při prvním čtení, pozorně vnímat a uvědomovat si, co čtu,
- rozhodovat během čtení, jaký mám k dané informaci vztah,
- nejdůležitější informace seřadit do tabulky, která může sloužit místo zápisu.

### Pravidla pro její využití:

Metoda kritického myšlení, která žákům umožňuje podrobně zpracovat předložený text a případně jej následně tvůrčím způsobem rozvíjet. Žáci si text individuálně pečlivě pročítají a k jednotlivým pojmům a větám přiřazují předem dohodnutá znaménka.

Známá myšlenka – odškrtneme (✓),

Nový poznatek – znaménko „+“,

Myšlenka, se kterou nesouhlasí – znaménko „-“,

Pojem, o kterém se chtějí dozvědět více – znaménko „?“

### Postup provedení metody:

- čti s tužkou v ruce a zamýšlej se nad významem informací
- označ informace znaménky (asi jednou nebo dvakrát během odstavce):
  - udělej fajfku, když něco z toho, co čteš, potvrzuje to, co už víš,
  - udělej mínus, když je informace, kterou čteš, v rozporu s tím, co sis myslel/a,

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

udělej plus, když informace, kterou čteš, je pro tebe nová,  
udělej otazník, když informaci nerozumíš nebo se o ní chceš dozvědět víc.

- značky dělej v pravém okraji textu, konkrétní informaci můžeš podtrhnout
- prodiskutujte ve skupinách, na co jednotlivci při četbě narazili, vysvětlete si
- napiš zápis podle tabulky INSERTu, porovnej svůj zápis s ostatními (po sloupcích)

Tabulka INSERTu:

| ✓         | -                                 | +                     | ?              |
|-----------|-----------------------------------|-----------------------|----------------|
| Co už vím | Co je jinak, než jsem si myslel/a | Pro mě nová informace | Čemu nerozumím |

po vyplnění tabulek je vhodné zařadit diskuzi o tom, na co žáci během četby narazili.

- objasnění pojmů, doplnění informací (vzájemně, učitelem, vyhledáním na internetu)
- v závěru hodiny si žáci podle upravených tabulek mohou sestavit zápis učiva a porovnat ho se zápisy spolužáků.

### Očekávané výstupy:

- žák se seznamuje...
- žák chápe ....
- žák rozpozná souvislost...

### Postup práce s metodou:

- samostatná četba kapitoly - každý žák má svůj výtisk,
- čtení a označování informací v textu,
- přepsání informací do tabulky.

| ✓ Co už vím | - Co je jinak, než jsem si myslel/a | + nová informace | ? Čemu nerozumím |
|-------------|-------------------------------------|------------------|------------------|
|             |                                     |                  |                  |
|             |                                     |                  |                  |

Po vyplnění tabulek je vhodné zařadit diskuzi o tom, na co žáci během četby narazili

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- objasnění pojmů, doplnění informací (vzájemně, učitelem, vyhledáním na internetu)
- v závěru hodiny si žáci podle upravených tabulek mohou sestavit zápis učiva a porovnat ho se zápisy spolužáků.

### Komunitní kruh

#### Cíl metody:

- diskutovat o problémech a ožehavých tématech
- budovat postoje a hodnoty
- učit se naslouchat, vcítit se do ostatních
- dodržovat pravidla slušné komunikace

#### Pravidla pro její využití:

- mluví jen ten, kdo má slovo (kámen, předmět)
- nekritizujeme, nekomentujeme, nezesměšňujeme
- nenutíme nikoho, aby se vyjádřil, když nechce
- učitel dodržuje stejná pravidla jako žáci

#### Postup provedení metody:

- všichni se posadí do kruhu
- učitel nastolí otázku, téma, problém
- učitel nebo žák si vezme kámen a vyjádří se k problému
- kámen putuje po kruhu a každý se může k problému vyjádřit
- na závěr se snažíme shrnout názory a vyjádřit postoje

#### Očekávané výstupy:

- žák uvádí konkrétní příklady ....
- žák uvádí příklady zdrojů informací ....
- žák se učí dodržovat pravidla slušné komunikace

#### Poznámka:

diskuze v komunitním kruhu je vhodná např. na úvod výuky, na shrnutí tematického celku apod.

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



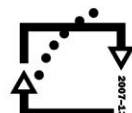
evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Myšlenková mapa

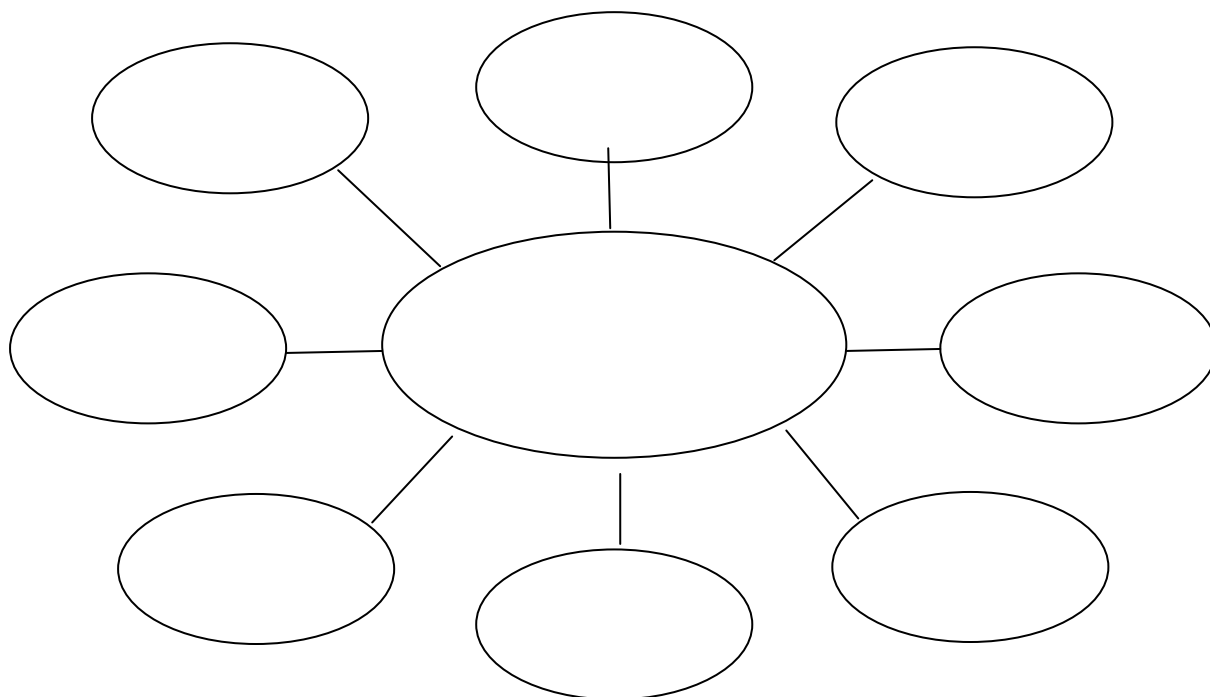
#### Cíl metody:

- zpřesnit vztahy mezi pojmy, prohloubit poznání, uplatnit vědomosti a zkušenosti
- učit se porovnávat, hodnotit, vysvětlovat, interpretovat
- cvičit analýzu a syntézu
- kombinovat klíčová slova a hlavní myšlenky s obrázky, schémata aj.

#### Pravidla pro její využití:

- napiš do středu myšlenkové mapy pojem (problém)
- uvažuj o dílčích problémech, které mají nějaký vztah k hlavnímu problému
- přiřaď každý další problém (pojem) k hlavnímu problému a tvoř jeho „podmnožiny“
- hledej a vyznač vztahy mezi jednotlivými pojmy

#### Schéma myšlenkové mapy





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Očekávané výstupy:

- žák definuje ....
- žák porovná ...
- žák se učí vyhledávat klíčová slova a hlavní myšlenky učiva

### Postup práce s metodou:

- do středu myšlenkové mapy (na tabuli) napíše učitel pojem ...– Hlavní pojem
- na základě vlastních zkušeností žáci nejprve uvažují o tom, co pro ně osobně pojem představuje (mohou si vytvořit vlastní myšlenkové mapy)
- na základě poznatků žáci přiřazují nové pojmy k hlavnímu pojmu
- žáci postupně hledají a vyznačují vztahy mezi jednotlivými pojmy

## Pětilístek

### Cíl metody:

- evokovat nové učivo
- zjistit, bylo-li nové téma (pojem) pochopeno
- shrnout téma, názor
- naučit se přesně formulovat myšlenky

### Pravidla pro její využití:

- seznámit žáky se strukturou pětilístku (co mají psát na který řádek):
  1. řádek – pište 1 slovo (podstatné jméno, název, téma...)
  2. řádek – pište 2 slova (přídavná jména, která vyjadřují odpověď na otázku, jaký je?)
  3. řádek – pište 3 slova (slovesa, zachycující děj, co dělá ...)
  4. řádek – pište 4 slova (větu, souvislé vyjádření)
  5. řádek – pište 1 slovo (synonymum, pointa, vyjádření podstaty, metafora)
- každý žák vytvoří podle instrukcí svůj pětilístek
- učitel může tvořit pětilístek společně s žáky
- prezentace pětilístků (přečtení, zveřejnění na nástěnce ...)

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Schéma pětilístku:

---

---

---

---

---

### Problémová výuka

#### Cíl metody:

- naučit se řešit problém (který žáci řeší svým vlastním aktivním zkoumáním, tzn., že žákům nesdělujeme „hotové“ vědomosti nebo fakta, ale vedeme je k tomu, aby se snažili dospět k novým poznatkům vlastním uvažováním, měřením, pozorováním aj.)
- získat trvalé vědomosti
- aktivizovat vyučování

#### Postup provedení metody:

- nastínění problému (teoretický/praktický), ideální problémová úloha by měla vycházet z reálné životní situace, při řešení problému by měli žáci postupovat podobně jako skuteční vědci, odborníci nebo badatelé, měli by řešit problémovou úlohu vlastním aktivním zkoumáním
- orientace v problému
- hledání jádra problému
- stanovení hypotéz
- ověřování hypotéz
- vyslovení závěru, vyřešení problému
- v případě neúspěšného řešení návrat k bodu, kde vznikla chyba

#### Příklady různých typů problémových úloh:

Opravit úmyslnou chybu

Vybrat správné řešení z nabízených možností

Doplnit důkaz k definici a příklad porušení definice

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





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Objevit souvislosti mezi pojmy

Najít princip předloženého schématu

Objevit problém

Vytvořit problémovou úlohu

Najít řešení problému

Doplnit neúplný text z hlediska logického úsudku

Uspořádat nezvyklé sestavení faktů (např. myšlenek, slov, vět) do celku

Vybrat údaje, které do úlohy nepatří, protože neodpovídají podmínkám

Zodpovědět záporně postavenou otázku a převést ji na kladnou formu

Vymyslet větu, vyprávění, příklad, který by řešil nějakou problémovou situaci

Pořádit důkaz k určité definici, uvést příklad na porušení definice

Najít princip předloženého schématu

Navrhnout několik řešení určité úlohy nebo určit jediné možné řešení

Objevit problém za spolupráce s ostatními

Samostatně objevit problém, formulovat ho, uvést hypotézy, zdůvodnit řešení

### Očekávané výstupy:

- žák charakterizuje ...
- žák uvede příklady ....
- žák se učí opravovat chyby ....

### práce s metodou například při opravě úmyslné chyby v textu:

- žáci si pozorně (samostatně nebo ve dvojicích) přečtou předložený text
- na základě svých znalostí z předchozích hodin opraví v textu úmyslné chyby
- opravený text porovnejí s originálním zněním

## Rozhovor, diskuze

### Cíl metody:

- získat co nejvíce názorů na dané téma
- naučit se formulovat svoje názory, vysvětlovat, argumentovat, odporovat
- trénovat způsoby dorozumívání v různých komunikačních situacích

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Pravidla:

Metoda rozhovoru:

- verbální komunikace v podobě otázek a odpovědí na dané téma
- druhy otázek: zjišťovací (Které znáš druhy podnikání?), otevřené (Co si myslíš o...), uzavřené (odpověď ano/ne), konvergentní (vyžaduje se známá, jednoznačná odpověď), divergentní (očekává se postižení nových skutečností), problémové (Proč...?), na posouzení situace (Co by se stalo, kdyby...?), rozhodovací (Je to tak nebo jinak?)

Metoda diskuze:

- na rozdíl od rozhovoru se vymezuje jako forma komunikace, při níž si účastníci navzájem vyměňují názory na dané téma, pro svá tvrzení uvádějí argumenty, společně nacházejí řešení daného problému.

### Postup provedení metody:

- zvolit zajímavé téma
- dodržovat řád, tj. vymezit téma, prezentovat a vyměňovat si názory, argumentovat a zdůvodňovat tvrzení, shrnout výsledky diskuze
- cvičit žáky v dovednostech diskutovat
- připravit se na diskuzi (znát včas téma, připravit argumenty, znalost problematiky aj.)
- promyslet řízení diskuze (udělování slova, dodržování času, nedovolit odklon od tématu)
- příznivé klima (povzbuzování, chválení, dobré organizační a prostorové zajištění)
- shrnutí důležitých poznatků během diskuze a na jejím závěru

### Očekávané výstupy:

- žák porovnává...
- žák chápe důvod...
- žák se učí získávat, formulovat názory, argumentovat pro své názory i odporovat jiným názorům na dané téma

### Postup práce s metodou:

- učitel (nebo předem určený žák) vede rozhovor v podobě otázek a odpovědí na dané téma, rozhovor je možné vést v rámci komunitního kruhu, žáci jsou předem seznámeni s tématem rozhovoru a mohou se na něj připravit
- téma diskuse – diskusní otázka - je žákům známá a mohou se na ni připravit
- žáci prezentují různá stanoviska k tématu a vyměňují si navzájem své názory

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- žáci uvádějí argumenty na podporu svých názorů
- během diskuze žáci s pomocí učitele shrnují důležité poznatky
- v závěru shrnují žáci výsledky diskuze (jednoznačná odpověď neexistuje)
- diskuze vyžaduje od učitele i žáků znalost tématu, pečlivou přípravu argumentů, podrobnou znalost problematiky
- učitel si předem promyslí řízení diskuze, zejména nedovolí její odklon od tématu a dbá na příznivé klima ve třídě během celé diskuze.

### Skupinová výuka

#### Cíl metody:

- rozvíjet kooperaci mezi žáky (spolupráce, vzájemná pomoc, dělba práce)
- řešit náročnější úlohy nebo problémy
- rozvíjet komunikační dovednosti (sdílení názorů, prezentace výsledků, argumentace)
- rozvíjet sociální dovednosti
- aktivizovat žáky ve vyučování

#### Pravidla pro její využití:

- tvoření heterogenních (různorodých) skupin, jejichž výkonnost je vyrovnaná
- tvoření homogenních (stejnorodých) skupin, diferenciací např. dle výkonu

#### Postup provedení metody:

- formulace úkolu, otázky nebo problému (jasné, srozumitelné zadání v písemné podobě)
- vlastní skupinová práce žáků (analýza zadání, zpracování materiálu, hledání cesty k řešení, ověřování správnosti, argumentace, učitel prochází mezi skupinami)
- prezentace výsledků skupinové práce (ústně, písemně, analýza výsledků, diskuze, sebehodnocení a hodnocení učitelem)

#### Očekávané výstupy:

- žák popíše strukturu ....
- žák vyjmenuje....
- žák se orientuje v ...
- žák rozvíjí své sociální a komunikační dovednosti

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Postup práce s metodou:

- každý žák obdrží tabulku s jasným zadáním úkolů v písemné podobě
- žáci jsou seznámeni s pravidly metody (ptát se každého spolužáka ve skupině jen na jednu otázku, dodržet časový limit, snažit se vyplnit co nejvíce políček)
- před řešením úkolů se žáci formou samostudia seznámí s učivem (např. za domácí úkol)
- vlastní skupinová práce žáků se skládá z analýzy zadání a hledání cesty k řešení (žáci se volně pohybují ve třídě s vlastní tabulkou, ptají se spolužáků, ověřují si správnost odpovědí, odpovědi si zaznamenávají do svých tabulek), učitel prochází mezi skupinami a sleduje dodržování pravidel, může se též aktivně zapojit
- prezentace výsledků skupinové práce může probíhat ústně nebo písemně, žáci společně s učitelem vyhodnocují správně vyplněnou tabulku, analyzují výsledky skupinové práce, diskutují, hodnotí vlastní výsledky, učitel hodnotí práci skupiny
- bingo (výhru) získává žák, který správně vyřeší úkoly v řádcích, sloupečcích a úhlopříčkách tabulky.

### Poznámka:

V tabulce – každá buňka jeden problém, otázka – do buněk žáci doplňují odpovědi

## Strukturované psaní

### Cíl metody:

- naučit se pracovat v terénu
- využít poznatky z výuky v praxi
- vytvořit „mini“ publikaci na dané téma

### Postup provedení metody:

- společně vybrat vhodné téma
- vytvořit fotodokumentaci
- vytvořit jasně strukturovaný text:

nadpis

- popis objektu (kde se nachází, jeho činnost)
- popis objektu (materiál, barva, nápisy, zvláštnosti)
- informace získané ze zkoumání historie objektu (kdy a proč vznikl aj.)

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- stanovit kritéria hodnocení „mini“ publikace (termín odevzdání příspěvků, jednotná podoba příspěvků, text bez pravopisných chyb, obsahová správnost, forma zpracování)

### Očekávané výstupy:

- žák uvádí příklady zdrojů informací ....
- žák vymezí úlohu ...
- žák se učí pracovat v terénu a využívá tak poznatky z výuky v praxi
- žák vytváří vlastní publikaci na dané téma

### Postup práce s metodou:

- vysvětlení objektu ....
- volba vhodného tématu

## Výukové projekty

### Cíl metody:

- řešit komplexnější problémové úlohy
- osvojit si potřebné vědomosti a dovednosti
- propojit výuku s praktickým životem (projekty přesahují hranici třídy, školy)
- využít mezipředmětové vztahy, spolupráce v rámci několika vyučovacích předmětů
- zapojit do výuky rodiče, vybrané odborníky aj.
- vést žáky k aktivitě, samostatnosti, odpovědnosti, sebedůvěře, toleranci
- při výukovém projektu žáci něco tvoří, organizují, zkoušejí, navrhují, plánují aj.
- projekty: teoretické, praktické; krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé; žákovské nebo vnesené učitelem do vyučování; projektový týden (učení napříč ročníky a předměty)

### Postup provedení metody:

- stanovení cíle, tématu
- vytvoření plánu řešení
- realizace plánu, sledování jeho plnění
- vyhodnocení projektu

### Očekávané výstupy:

- žák využívá vědomostí a dovedností z různých vyučovacích předmětů v rámci mezipředmětových vztahů

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- žák se učí samostatnosti, odpovědnosti, sebedůvěře a toleranci
- žák se snaží řešit komplexnější problémové úlohy

### Postup práce s metodou:

- výukový projekt je možno realizovat např. jako projektový den
- žáci pracují v jednotlivých tematicky zaměřených workshopech (témata workshopů jsou dopředu známa, žáci se zapisují podle vlastního zájmu, dílny mohou být např. dvouhodinové a žáci se tak mohou zapsat do dvou workshopů během dopoledního vyučování, dílny se mohou vzájemně doplňovat a vyměňovat si informace,
- žáci využívají dosavadních znalostí a získávají nové vědomosti a dovednosti

### Poznámka:

Vyhodnocení projektu může probíhat například formou prezentace výstupů z jednotlivých žakovských dílen, doplněných o výstavu materiálů a prací vzniklých v průběhu projektu, součástí vyhodnocení může být i prezentace prostřednictvím žakovských prací v školním/regionálním časopise a vystavení prezentace včetně fotodokumentace na webových stránkách školy.



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Literatura

- BELZ, H. – SIEGRIST, M. *Klíčové kompetence a jejich rozvíjení*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80–7178-479–6.
- DOSTÁL, J. *Učební pomůcky a zásada názornosti*. Olomouc: Votobia, 2008. ISBN 978-80-7409-003-5.
- FISHER, R. *Učíme děti myslet a učit se*. Praha : Portál, 1997. ISBN 80-7178-120-7.
- GAVORA, P. Kritické myslenie v škole. *Pedagogická revue*, 1995, č. 1-2.
- GRECMANOVÁ, H., URBANOVSKÁ, E. *Aktivizační metody ve výuce, prostředek ŠVP*. 1.vyd. Olomouc: Hanex, 2007. ISBN 978-80-85783-73-5.
- KALHOUS, Z., OBST, O. *Školní didaktika*. 1.vyd. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-253-X.
- KASÍKOVÁ, H. *Kooperativní učení, kooperativní škola*. 1.vyd. Praha: Portál, 1997. ISBN 80-7178-167-3.
- KLOOSTER, D. Co je kritické myšlení. *Kritické listy*, 2000, č. 1-2., s. 8-9. ISSN 1214-5823.
- KOTRBA, T., LACINA, L. *Aktivizační metody ve výuce. Příručka moderního pedagoga*. 2.vyd. Brno: Barrister&Principal, 2011. ISBN 978-80-87474-34-1.
- LERNER, I. J. *Didaktické základy metod výuky*. Praha: SPN, 1986.
- MAŇÁK, J. a kol. *Alternativní metody a postupy*. Brno: PedF MU, 1997. ISBN 80-210-1549-7.
- MAŇÁK, J., ŠVEC, V. *Výukové metody*. Brno: PdF MU, 2003. ISBN 80-7315-039-5.
- PETTY, G. *Moderní vyučování*. 3.vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-978-X.
- PODLAHOVÁ, L. *První kroky učitele*. Praha: Triton, 2004. ISBN 80-7254-474-8.
- PRŮCHA, J. *Moderní pedagogika*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-047-X
- PRŮCHA, J., WALTEROVÁ, E., MAREŠ, J. a kol. *Pedagogický slovník*. 6.vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-546-2.
- PŘÍRUČKA PRO PODNIKÁNÍ V ROCE 2010. Praha: Hospodářská komora České republiky, 2010. ISBN: 978-80-254-2127-7.
- SITNÁ, D. *Metody aktivního vyučování. Spolupráce žáků ve skupinách*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-246-1.
- SKALKOVÁ, J. *Obecná didaktika*. 1.vyd. Praha: ISV nakladatelství, 1999. ISBN 80-7178-127-4.
- SKALKOVÁ, J. *Za novou kvalitu vyučování*. Brno: Paido, 1995. ISBN 80-85931-11-7
- SVOBODOVÁ, J., JŮVA, V. *Alternativní školy*. Brno: Paido, 1995. ISBN 80-85931-61-3.
- ZORMANOVÁ, L. *Výukové metody v pedagogice*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4100-0.

### Zákony:

- (2006). Zákon č. 262/2006 Sb. - zákoník práce v aktuálním znění.
- (2012). Zákon č. 89/2012 Sb. - občanský zákoník.
- (2012). Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Internetové zdroje

HODAŇOVÁ, D. *Metodický průvodce k učebnici Morava – Dějiny země uprostřed Evropy.*

Metodická příručka pro učitele víceletých gymnázií a odpovídajících stupňů ZŠ a SŠ.

Vytvořeno v rámci projektu ESF CZ.1.07/1.1.02/02.0084, Jak učit Moravany o Moravě – moderně a evropsky., Gymnázium INTEGRA BRNO, 2012 Dostupné z: [http://www.gymnazium-integra.cz/fileadmin/user\\_upload/PROJEKTOVE\\_MATERIALY/Ucime\\_o\\_Morave/KA16\\_Metodicka\\_k\\_ucebnici.pdf](http://www.gymnazium-integra.cz/fileadmin/user_upload/PROJEKTOVE_MATERIALY/Ucime_o_Morave/KA16_Metodicka_k_ucebnici.pdf)

iPodnikatel.cz- Portál pro podnikatele. © 2011 – 2014. [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz> OHLÁŠENÍ ŽIVNOSTI VOLNÉ PRO FYZICKÉ OSOBY S BYDLIŠTĚM NA ÚZEMÍ ČESKÉ REPUBLIKY (Česká fyzická osoba) [on line] Ministerstvo vnitra ©2015. [cit. 2015-04-03]. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/portal/podnikani/situace/291/294/5185.html>.

PRIVACY POLICY –TERMS & CONDITIONS. CRMPRO [online] 2015 © CRMPRO [cit. 2010-05-13]. Dostupné z: <https://www.crmpro.com/index.html>

PŘÍRUČKA PRO PODNIKÁNÍ. Obecný základ. HKČR: *Hospodářská komora České republiky.* [on line] ©2013. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: [www.komora.cz](http://www.komora.cz)

PŘÍRUČKA PRO PODNIKÁNÍ. Řemeslníci. HKČR: *Hospodářská komora České republiky.* [on line] ©2013. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: [www.komora.cz](http://www.komora.cz)





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

# PŘÍLOHY

## Z ČINNOSTI ŠKOLNÍCH FIREM

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Příloha 1

### PRACOVNÍ LISTY

školní firma GamEng

1.

**Jméno firmy:**

(GamEng -logo – název z anglických slov Game and Eng for English, což v překladu znamená Hra a angličtina. 1. a 4. písmeno bude velké a dvojnásobné velikosti oproti ostatním malým písmenům. A protože děti mají rády barvy, tak každé z nich bude mít jinou pastelovou veselou barvu – barvy budou uspořádány pokud možno v kontrastním pořadí)).

**Vymysli slogan své firmy (na svůj výrobek):**

**Sídlo:** adresa firmy

**Kontakty:** emailová adresa, telefon, web

**IČO:**

identifikační číslo osoby – je v České republice unikátní osmimístné identifikační číslo právnické osoby, podnikající fyzické osoby nebo organizační složky státu.

Kdo jsi ty? Uveď příklad u ostatních.

**Datum založení podniku:**

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

2.

**Podnikatelský záměr:**

- co budeš vyrábět – popiš tvorbu a zpracování

**Cílová skupina (trh):**

- kdo se bude tvůj výrobek kupovat a proč

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### SWOT analýza

S – strength – silná stránka našeho podnikání – zeleně

W – weakness – slabá stránka našeho podnikání – červeně

O – opportunities – příležitosti, které nám přináší okolí – zeleně

T – threats – hrozby, které nám přináší okolí – červeně

Teď zkus napsat vlastní SWOT analýzu

**S**

**W**

**O**

**T**

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Základní plán:

- popiš, jak vidíš svůj podnik za 1 rok a za 5 let, jeho rozvoj.

### Investor:

- vypiš, kde můžeš získat peníze na start podnikání a napiš, jakým způsobem bys ty rád financoval své podnikání

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

3.

### Popis podniku

#### Forma podnikání:

**OSVČ** – osoba samostatně výdělečně činná, která má příjmy z podnikání nebo z jiné samostatně výdělečné činnosti. Typickou OSVČ je například živnostník, samostatný zemědělec, samostatně výdělečný umělec, atd.

Napiš i jiné formy podnikání:

#### Provozovna:

- místo, kde vykonáváš výrobní nebo obchodní činnost či poskytuješ služby

#### Forma vedení účetnictví:

- daňová evidence nebo podvojný účetnictví?

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

4.

### Popis výrobku:

- podívej se na svůj výrobek a popiš ho

Napiš všechny materiály a zařízení, které budeš potřebovat, abys vyrobil svůj výrobek:

### Zajištění dodavatelů:

Kde nakoupíš jednotlivé materiály a zařízení a za kolik?

**Konkurence:** kdo vyrábí, nebo prodává stejné zboží jako ty. V čem jsi lepší?

### Marketing:

- jak dáš lidem vědět o svém výrobku

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

5.

### Stanovení ceny produktu:

Při tvorbě ceny – stanovte si minimální a průměrnou marži, které musíte dosahovat, aby byl váš projekt **ziskový**. Budete mít nejlevnější cenu z konkurentů, ale budete to nahrazovat velkým objemem prodeje? Nebo si stanovíte cenu vyšší a dodáte lepší kvalitu? Cenu porovnejte s cenou konkurence – je-li vaše cena vyšší, najděte argumenty, kterými přesvědčíte zákazníka, proč má takovou cenu respektovat (to bude důležité při propagaci produktu).

Co je to marže?

Co je zisk?

Co je to bankrot?

Co všechno musíš zahrnout do ceny produktu, abys neprodával pod cenou a nebankrotoval?

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





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Materiál na jeden kus produktu:

Práce: čas, který potřebuji, abych vytvořil a zpracoval k prodeji 1 ks produktu

Pronájem a služby:

**Cena za materiál + práci + pronájem, služby (tel, internet) + marži**

Prodejní cena \_\_\_\_\_ je \_\_\_\_\_ Kč.

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

6.

### Finanční plán:

Shrňte výdaje potřebné k rozjezdu podnikání – podrobně rozepiš

Zdroje kapitálu

### Krátkodobý plán

Zkus popsat, co budeš dělat první týden (v kolik přijdeš do práce, co uděláš první, kdy si dáš svačinu a oběd, kdy budeš vyrábět, prodávat,...)

PONDĚLÍ

ÚTERÝ

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



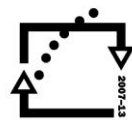
evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

STŘEDA

ČTVRTEK

PÁTEK

Co myslíš, k čemu slouží plánování?

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



## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

7.

### Portfolio firmy

Název:

Logo“

Slogan:

Marketing:

Zamysli se, komu budeš své výrobky prodávat a jak ho oslovíš, nebo mu dáš vědět o svých výrobcích. Rozepiš to.



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



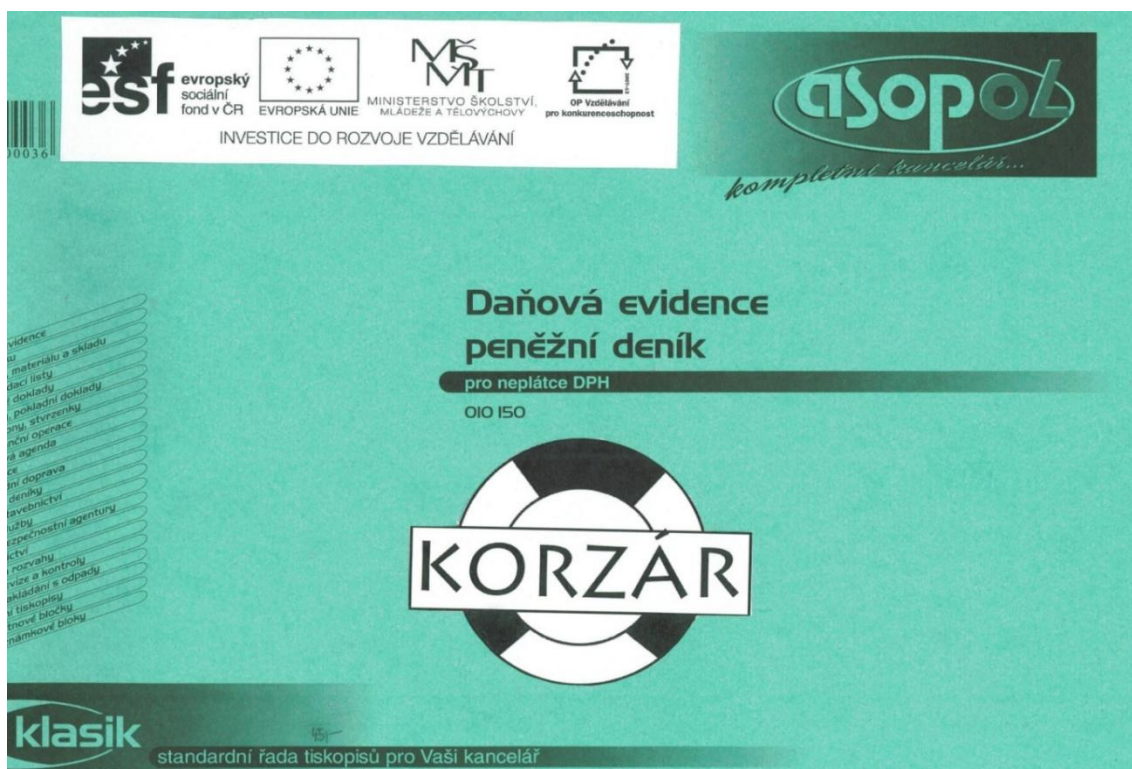
OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Příloha 2

## ÚČETNICTVÍ

Vedení daňové evidence, dokladování – ukázky ze školní firmy KORZÁR



**PENĚŽNÍ DENÍK**

Organizace - firma: KORZÁR IČ : 84 1127 1234  
 sešit č.: 1 DIČ: .....

Peněžní deník obsahuje 19 číslovaných stran, tj. slovy devatenáct  
 v 7.12.2015 dne 1.2. 20 15

Kajl Mark  
podpis

Peněžní deník vedl: Jméno odpovědného pracovníka:  
 Od 1.2. 20 15 do ..... 20 ..... MARK KAJL  
 Od ..... 20 ..... do ..... 20 .....  
 Od ..... 20 ..... do ..... 20 .....

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

| Ř. á. d. | Datum | Číslo dokladu | Text            | Peněžní prostředky |        |          |               |        |          | Příjem       |                         |         | Příjmy celkem | Výdaje celkem | Průběžné Příjmy |   |
|----------|-------|---------------|-----------------|--------------------|--------|----------|---------------|--------|----------|--------------|-------------------------|---------|---------------|---------------|-----------------|---|
|          |       |               |                 | Hotovost           |        |          | Peněžní ústav |        |          | Prodej zboží | Prodej výrobků a služeb | Ostatní |               |               |                 |   |
|          |       |               |                 | Příjmy             | Výdaje | Zůstatek | Příjmy        | Výdaje | Zůstatek |              |                         |         |               |               | 7               | 8 |
|          |       |               | převod          |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 1.       | 2.3.  | P1            | osobní vklad    | 70.000,-           |        | 70.000,- |               |        |          |              |                         |         | 70.000,-      |               |                 |   |
| 2.       | 3.3.  | V1            | nákup materiálů |                    | 84,-   | 9.976,-  |               |        |          |              |                         |         |               |               | 84,-            |   |
| 3.       | 11.3. | V2            | nákup knihovny  |                    | 724,-  | 9.792,-  |               |        |          |              |                         |         |               |               | 724,-           |   |
| 4.       | 2.5.3 | V3            | nákup lepidla   |                    | 729,-  | 9.663,-  |               |        |          |              |                         |         |               |               | 729,-           |   |
| 5.       | 3.1.3 | V4            | nákup lepidla   |                    | 739,-  | 9.524,-  |               |        |          |              |                         |         |               |               | 739,-           |   |
| 6.       |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 7.       |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 8.       |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 9.       |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 10.      |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 11.      |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 12.      |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 13.      |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 14.      |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 15.      |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 16.      |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 17.      |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 18.      |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 19.      |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
| 20.      |       |               |                 |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |
|          |       |               | přenos          |                    |        |          |               |        |          |              |                         |         |               |               |                 |   |

**Fiktivní DOKLAD**  
**Výdajový pokladní doklad** č.: 2 ze dne 11.3.2015

Firma: KORZAR  
 Cena bez DPH \_\_\_\_\_  
 + .....% DPH \_\_\_\_\_  
 DIČ: \_\_\_\_\_  
 Celkem Kč = 124 =

Slovy ~ jednosloticelekyri ~  
 Vyplaceno komu Matěj Padek  
 Účel platby Nákup knihovny  
 Vydal: Padek Přijal: Padek

**Fiktivní DOKLAD**  
**Příjmový pokladní doklad** č.: 1 ze dne 2.3.2015

Firma: KORZAR  
 Cena bez DPH = 10.000 =  
 + .....% DPH \_\_\_\_\_  
 DIČ: \_\_\_\_\_  
 Celkem Kč = 10.000 =

Slovy ~ Deset tisíc ~  
 Přijato od Tomáš Kveřa  
 Účel platby Osobní vklad  
 Vydal: \_\_\_\_\_ Přijal: Kveřa

**Fiktivní DOKLAD**  
**Výdajový pokladní doklad** č.: 4 ze dne 31.3.2015

Firma: KORZAR  
 Cena bez DPH \_\_\_\_\_  
 + .....% DPH \_\_\_\_\_  
 DIČ: \_\_\_\_\_  
 Celkem Kč = 84 =

Slovy ~ jednosloticelekyri ~  
 Vyplaceno komu Matěj Padek  
 Účel platby kyjilka - Pucex kopid  
 Vydal: Padek Přijal: Padek

**Fiktivní DOKLAD**  
**Výdajový pokladní doklad** č.: 1 ze dne 3.3.2015

Firma: KORZAR  
 Cena bez DPH \_\_\_\_\_  
 + .....% DPH \_\_\_\_\_  
 DIČ: \_\_\_\_\_  
 Celkem Kč = 84 =

Slovy ~ osmdesátčtyři ~  
 Vyplaceno komu Matěj Padek  
 Účel platby Nákup materiálů - polyetylen  
 Vydal: Padek Přijal: Padek



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Příloha 3

## VÝROBEK

Katalogový list a návod k výrobku - ukázka ze školní firmy AFF

Antonka Fiktivní Firma, Antonínská 3, 602 00 Brno

IČO 12345678, tel.: +420 541213142,

email: [aff.antonka@seznam.cz](mailto:aff.antonka@seznam.cz)

www: [antonka3.funsite.cz/aff](http://antonka3.funsite.cz/aff)

# RAZÍTKOVACÍ KOSTKA

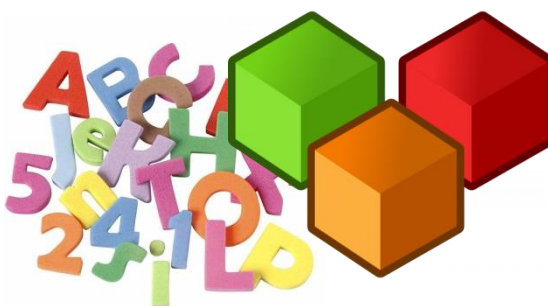
NAŠE MALÁ KOSTIČKA,  
TO JE PROSTĚ JEDNIČKA!

Proč: kdo si hraje, nezlobí

Materiál: dřevo a moosgummi

Velikost: 40 x 40 x 40 mm

Cena: 18,- Kč/kus



Z ANTONÍNSKÉ DĚTIČKY MAJÍ  
ŠIKOVNÉ RUČIČKY!

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### RAZÍTKOVACÍ KOSTKA

Blahopřejeme Vám k pořízení výukové pomůcky - razítkové kostky. Při vhodném zacházení a dodržení bezpečnostních pokynů získají děti nové dovednosti.



#### BEZPEČNOSTNÍ INFORMACE, UPOZORNĚNÍ A VAROVÁNÍ

- 1) Přečíst návod s instrukcemi.
- 2) Určeno pro děti od 3 let.
- 3) Používat pod dohledem dospělé osoby.
- 4) Nepoužívat v blízkosti hořících nebo rozpálených předmětů a zařízení, hrozí nebezpečí vznícení.
- 5) Je zakázáno házet po sobě kostkami.
- 6) Pomůcka není určena do vody.

#### CERTIFIKACE

Razítková kostka je otestována podle evropské normy na bezpečnost hraček EN 71-3 :2013. Atestaci vystavil 11.5.2015 certifikační orgán ITC (Institut pro testování a certifikaci, a.s.) závěrečným protokolem o zdravotní nezávadnosti č.j. 353300973/2013, ve kterém jsou uvedeny výsledky podrobných rozborů a soulad s požadavky novelizovaných norem platných od 20.7.2013.

#### PROHLÁŠENÍ O SHODĚ

Pomůcka vyhovuje předpisům a normám EU dané směrnicím o bezpečnosti hraček. (2009/48/ES)

#### NÁVOD K POUŽITÍ

- Na přiložený čtvereček mosgumy si nakreslete tužkou nebo propiskou obrázek.
- Obrázek vystříhnete.
- Nalepte lepidlem (např. Herkules) na stěnu kostky (lepte zrcadlově převráceno).
- Postup opakujte až polepíte čtyři stěny (plášť krychle), podstavné stěny nechte volné.
- Nepolepujte všech šest stěn, při razítkování byste byli špinaví.
- Lepidlo nechte zaschnout
- Po zaschnutí můžete pomocí razítkovací peřinky a razítkovací barvy obtiskovat razítka.
- Kostky lze použít k výrobě razítek.
- Na jednu kostku lze vytvořit až čtyři různé motivy.

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





evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### MOŽNOSTI POUŽITÍ

- Každý žák obdrží jednu kostku a vytvoří si razítka dle vlastní fantazie (možno následné použití např. v českém jazyce k tvorbě příběhu podle daných obrázků).
- Učitel zadá téma a žáci vytvoří razítka podle tématu.
- Žáci pracují ve čtyřčlenných skupinách. Učitel zadá téma a žáci po domluvě vytvoří každý jeden obrázek.
- Žáci si vytvoří na kostku obrázky pro vlastní hodnocení a na konci hodiny si sami zhodnotí vlastní práci.

Kostky lze používat k rozvoji prostorového vnímání dětí při dalších aktivitách, nebo k představě o počtech předmětů (např. v matematice), k rozvoji motorických dovedností.

Při výuce dbejte na bezpečnost dětí.

### ÚDRŽBA A DOPORUČENÍ

Kostky jsou vyrobeny ze smrkového dřeva, ošetřeny ochranným, voděodolným lakem, který zabraňuje namočení a znečištění.

Pro čištění použijte suchý nebo namočený hadřík. Kostky používejte v suchém prostředí při pokojové teplotě. Kostky by měly být uloženy mimo dosah zvířat, především psi a hlodavci je mohou poškodit.

### OBCHOD, ZÁRUKA A REKLAMACE

- řídí se běžnými obchodními podmínkami.

Při dodržení našich pokynů Vám budou sloužit kostky několik let.

- jsou ekologické a při dosloužení mohou být použity jako palivo.



**UPOZORNĚNÍ:** Nevhodné pro děti do 3 let. Hračka předpokládá základní pohybovou vyspělost.



### VÝROBCE

AFF – Antonka Fiktivní Firma  
Antonínská 3, 602 00 Brno  
IČO 12345678  
tel.: +420 541 213 142  
email: [aff.antonka@seznam.cz](mailto:aff.antonka@seznam.cz)



web: [www.antonka3.funsite.cz/aff](http://www.antonka3.funsite.cz/aff)

MADE IN CZECH REPUBLIC

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Technická dokumentace, pracovní postup – ukázka ze školní firmy AFF



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



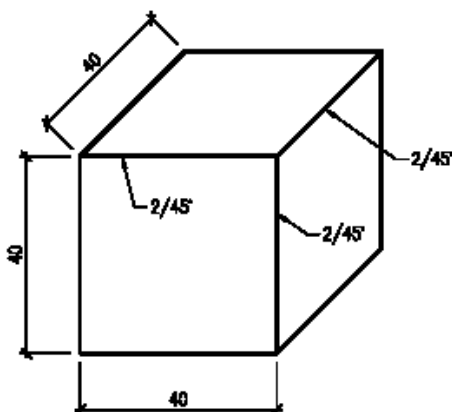
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### RAZÍTKOVÁ KRYCHLE 1:1



SMRKOVÉ DŘEVO

|          |                         |  |                                                      |
|----------|-------------------------|--|------------------------------------------------------|
| KRESLIL  | LEO OBŘIL               |  |                                                      |
| SCHVÁLIL | MIKUL JIŘKA PACHOLKOVÁ  |  |                                                      |
| DATA     | 05/2015                 |  |                                                      |
| FORMÁT   | A4                      |  |                                                      |
| MĚŘÍTKO  | 1 : 1                   |  | ANTONKA FIKTIVNÍ FIRMA<br>ČÍSLO VÝKRESU<br><b>02</b> |
| PŘÍLOHA  | <b>RAZÍTKOVÁ KOSTKA</b> |  |                                                      |

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Razítková kostka

Autor: Jiří Hovorka

Razítková kostka je vhodná pro žáky 1. stupně



**Materiál:** nejvhodnější materiálem je smrk čtvercového průřezu, bezbarvý lak, mosguma

**Nářadí:** svěrák, chrániče čelistí svěráku, tužka, úhelník, ocelové měřidlo, pila čepovka, struhák, jemný pilník, brusný papír (80,100), posuvné měřidlo, štětec, nádobka na lak

### Pracovní postup:

1. Na stůl položíme dřevěný materiál
2. Orýsujeme tvar pomocí tužky, ocelového měřidla a úhelníku podle přiložené dokumentace
3. Upevníme materiál do svěráku, jehož čelisti jsme opatřili chrániči
4. Zahájíme řezací proces pilkou zvanou čepovka
5. Posuvným měřítkem kontrolujeme rozměr kostky
6. Pomocí struháku odebereme přebytečný materiál
7. Pilníkem srazíme hrany pod úhlem 45stupňů, 2x2mm
8. Posuvným měřítkem kontrolujeme rozměr kostky
9. Na obroušení použijeme plochý pilník
10. Brousíme brusným papírem o hrubosti 80
11. Na závěr provedeme konečné dobroušení brusným papírem hrubosti 100

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



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Konečná úprava:

- Kostku napustíme impregnačním přípravkem
- Po zaschnutí lehce dobrousíme brusným papírem hrubosti 100
- Ošetříme bezbarvým lakem na dřevo
- Po zaschnutí lehce dobrousíme brusným papírem hrubosti 100
- Následně opět ošetříme bezbarvým lakem
- Z mosgumy nastříháme 4 čtverečky o velikosti 40x40mm



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

#### Příloha 4

## PROHLÁŠENÍ O SHODĚ pro produkty školní firmy eMko

### Prohlášení pro odběratele

Vydané dle článku 16 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1935/2004 o materiálech a předmětech určený pro styk s potravinami a o zrušení směrnic 80/590/EHS a 89/109/EHS (dále „Nařízení (ES) č. 1935/2004“) a § 26 odst. 1 písm. d) zákona č. 258/2000 sb., o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů ve znění pozdějších předpisů ve spojení s § 19 odst. 2, přílohy č. 9 odd. 3 vyhlášky č. 38/2001 sb., o hygienických požadavcích na výrobky určené pro styk s potravinami a pokrmy (dále „vyhl. č. 38/2001 sb.“).

Výrobce: školní firma eMko  
Měšťanská 21  
Brno – Tuřany, 620 00  
IČO: 8232154568



Prohlašujeme, že níže uvedené výrobky vyhovují

- Požadavkům čl. 3 Nařízení (ES) č. 1935/2004
- Požadavkům na limity olova a kadmia uvedené v příloze č. 9 vyhl. č. 38/2001 sb.

Identifikace výrobků: keramika ručně vyráběná, nebo odlévaná ze sádrových forem. Předměty dekorační a užitkové – nápojové hrnky, misky, talíře atd. Na dně výrobku raznice s logem firmy, dále samolepka s údaji o firmě výrobce.

Pro prodej v zahraničí:

Výrobky vyhovují směrnici komise 2005/3.1./ES ze dne 29. 4. 2005, kterou se mění směrnice Rady 84/500/EHS, pokud jde o prohlášení souladu a kritéria provádění metod analýz pro keramické předměty určené pro styk s potravinami.

Mgr. Petra Koláčková  
Jednatel firmy

V Brně dne 2. 6. 2015

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



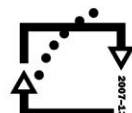
evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



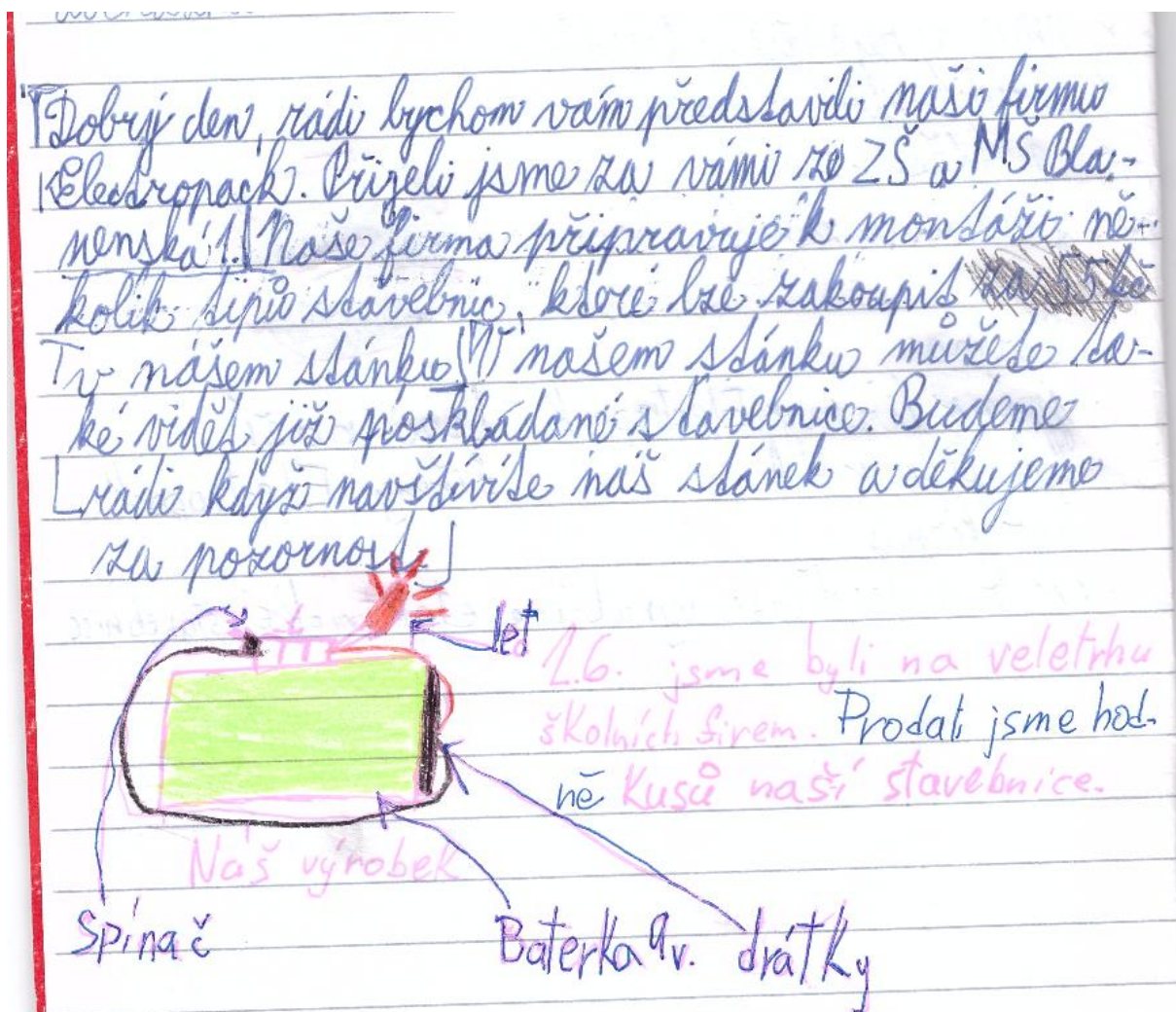
OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## Příloha 5

### PROPAGACE FIRMY

Příprava na prezentaci školní firmy na miniveletrhu – ukázka z pracovního sešitu žáka 4. třídy ze školní firmy ELEKTROPACK





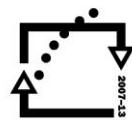
evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

---

**METODICKÁ PŘÍRUČKA. ZÁJMOVÝ KROUŽEK ŠKOLNÍ FIRMA.** Zpracována v rámci projektu „Školní firmy“ registrační číslo CZ.1.07/1.1.00/54.0020. Brno, 2015, 79 stran.

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