

MUNI  
PED

**Fiktivní firma**

# Fiktivní firma (FiF)

- Nástroj pro rozvoj podnikatelských kompetencí žáků SŠ a VOŠ
  - Aktivní rozvoj obchodních dovedností a znalostí
- = **virtuální společnost**, která simuluje reálné procesy, produkty a služby

# FiF jako příprava absolventů pro praxi

- Původně byly určeny především pro žáky OA
- Dnes fungují i na SŠ s jiným zaměřením a také na některých VOŠ a nástavbách
  - Dopravní školy, hotelové školy, kadeřníci, kosmetičky, ...
- Ročně tímto předmětem projde více než 3 000 žáků středních škol
  - povinný, učební praxe, nepovinný nebo výběrový předmět
  - především pro žáky 3. a 4. ročníků

# Učební prostory, rozvrh a zaměření pro FiF

- nezbytná vybavenost počítači a možnost tisknout dokumenty
- výuka v dopoledních hodinách
  - výuka je náročná jak pro žáky, tak pro učitele
- zaměření FiF
  - OA většinou nechávají volnost
  - jiné typy odborných škol se snaží propojit předmět podnikání s vlastním oborem vzdělání
    - např. dopravní škola zvolí spediční firmu, hotelová škola pak restauraci nebo hotel atp.

# Požadavky kladené na učitele ve FiF

## Změna charakteru práce učitele

- Z podávání učiva k vedení samostatné práce žáků a její koordinaci

## Předpokladem je dobrá práce žáků i dobrá práce

### učitele

- Žáci se mají starat o dobré jméno firmy a její výsledky
- Učitel má být poradcem stojícím mimo firmu

## Požadavky na učitele

- Z ekonomické oblasti
- Z didaktické oblasti

# Oblast ekonomická

- Vědomosti a dovednosti na požadované praktické

## úrovni

- Větší hloubka praktických znalostí
- Schopnost sepsat společenskou smlouvu pro konkrétní podmínky firmy, nejenom znalost právní nauky o náležitostech společenské smlouvy
- Učitel si nevystačí s pouhým popisem ale musí znát formuláře a praktické činnosti
- Další požadavky:
  - Znalost platné právní úpravy ekonomických činností
  - Vědomosti a dovednosti nezbytné pro jednání s institucemi
  - Dovednost práce s výpočetní technikou
  - Znalost ekonomických softwarů
  - ...

# Oblast didaktická

- Klíčové je správné nastavení stylu vedení žáků
  - Učitele nemůže ponechat práci žáků náhodě a živelnosti
  - Učitel musí být schopen samostatného rozhodování pro úspěšné vedené problémově orientované výuky ve FiF
- Další požadavky:
  - Schopnost inovace ve vyučování
  - Schopnost týmové práce
  - Dovednost motivace žáků k dosažení vynikajících výsledků
  - Angažovanost ve vyučovacím procesu
  - Dovednost objektivně hodnotit a klasifikovat

# Cíle výuky ve FiF

## Trénovat:

- iniciativu,
- samostatnost.

## Poskytnout žákům znalosti, jak založit a vést obchodní společnost nebo živnost.

## Žáci se učí:

- pracovat v týmu,
- přijímat odpovědnost,
- rozvíjet iniciativu
- zlepšovat své měkké a také odborné dovednosti.

## Trénink prezentace výsledků jak svých, tak celé společnosti.



# Vyučovací metody ve FiF

- NE monologické vyučovací metody (používáme při podávání nového učiva)
  - Frontální výuka musí být omezena na nezbytné minimum
- Hlavní metody spojeny se samostatnou prací žáků.
  - **rozhovor,**
  - **práce s odbornou literaturou** (samostatné studium zákonů, předpisů a směrnic).
- Celou práci žáků ve FiF můžeme považovat za určitou formu **inscenační metody.**
- Práce ve fiktivní firmě svým charakterem patří do **problémové výuky.**
- Vyučující je žákům rádce a pomocníkem, ale odpovědnost za výsledky leží čistě na žácích.

# Činnosti ve FiF

- Fiktivní firmy spolu obchodují navzájem podle běžných obchodních zvyklostí.
- Její pracovníci uskutečňují všechny základní podnikové činnosti jako jsou např:
  - nákup, prodej, reklama
  - písemný i telefonický hospodářský styk
  - fakturace a účtování
  - činnosti podnikového sekretariátu

# Hodnocení ve FiF

- Začlenit klasické hodnocení tak, jak probíhá ve firmách.
- Hodnotící arch (připraví personálním oddělení)
  - Každý vedoucí ohodnotí práci svých bezprostředních podřízených a navrhne známku.
  - Taktéž učitel vyplní tyto hodnotící archy.
- Hodnotící pohovory
  - Hodnocený se vyjádří k posudkům.
  - Pokud se navržené známky shodují, je vše v pořádku.
  - Pokud je mezi nimi rozdíl, můžete dále pokračovat v hodnocení.

Konečná zodpovědnost za hodnocení je na učiteli, ale tento způsob hodnocení je mnohem blíže realitě a žáci jej jistě ocení.

# Hodnotící arch/list

**Firma:**

## Hodnotící list

**Zaměstnanec:**

**Pracovní zařazení:**

**Hodnocení:**

**Dne:**

**Navržená klasifikace:**

.....  
podpis přímého nadřízeného

**Vyjádření ředitele/ředitelky:**

# Hodnocení učitelem

- Ve značné míře na základě pozorování
- Příklady ukazatelů hodnocení pro převod na

## klasifikační stupně:

- Včasné vyřizování veškerých písemností
- Vlastní iniciativa a aktivita
- Stupeň samostatnosti v rozhodování, pečlivost
- Znalost potřebné dokumentace
- Kvalita a rychlost pracovních činností
- Úroveň organizace práce (vlastní, příp. podřízených)
- Vlastní náměty na zkvalitňování práce
- Používání vlastního úsudku
- Úroveň komunikace ve skupině
- Úroveň využívání teoretických znalostí
- Schopnost plánovat, organizovat, řídit a kontrolovat

# CEFIF

## centrum fiktivních firem

- zaštiťuje NPI ČR
- koordinuje fiktivní firmy zakládané na školách po celé ČR

## Jak to funguje?

1. škola se zapojí do programu CEFIF a stane se členem
2. třída vybere jméno fiktivní firmy, předmět podnikání a získá identitu
3. FiF se registruje na CEFIF Portalu a získá přístup do pracovního prostředí
4. vyplní se dotazník fiktivní firmy a tak se ní dozvědí ostatní
5. FiF vyplní Jednotný registrační formulář a získá výpis z živnostenského rejstříku
6. FiF vyplní návrh zápisu společnosti do Obchodního rejstříku a získá výpis z Obchodního rejstříku

# Historie

- koncept FiF vznikl v 17. stol. v Gdaňsku za účelem zácvičku nových pracovníků v manufakturách
- pro potřeby vzdělávání začaly být FiF používány v německy mluvících zemích od 2. pol. 20. stol.
- v ČR od r. 1992
  - Mgr. Slanař, ředitel jedné z vídeňských OA, který měl původ v Československu, přednášel na VŠE o této vzdělávací metodě.
  - Na základě zájmu, který tato přednáška vzbudila, bylo na Katedře didaktiky ekonomických předmětů založeno Centrum fiktivních firem
  - Na VŠE CEFIF působil až do konce roku 2001, kdy přešel na Výzkumný ústav odborného školství, jednoho z předchůdců současného Národního pedagogického institutu České republiky, kde sídlí dosud.

# Členství v CEFIF

- není zdarma
- symbolický poplatek na zabezpečení chodu CEFIF
  - 1 FiF = 5 000,-Kč/rok
  - 2 – 5 FiF = 7 500,- Kč/rok
  - 6 – 8 FiF = 10 000,- Kč/rok



# Výběr jména FiF a předmětu podnikání

- nesmí obchodovat s nevhodným zbožím
  - drogy, tabákové výrobky, alkoholické nápoje, eskortní služby, sexuální pomůcky, kasino apod.
- nesmí se jmenovat stejně jako velká známá firma ani ve variaci tento název připomínající
  - (např. Toyota, Abidas)
- Obchodní jméno nesmí evokovat nevhodná slova, a to ani v cizím jazyce

# Název a logo

- Originální, zapamatovatelné, hravé, ...
- Chytlavé, související s firmou

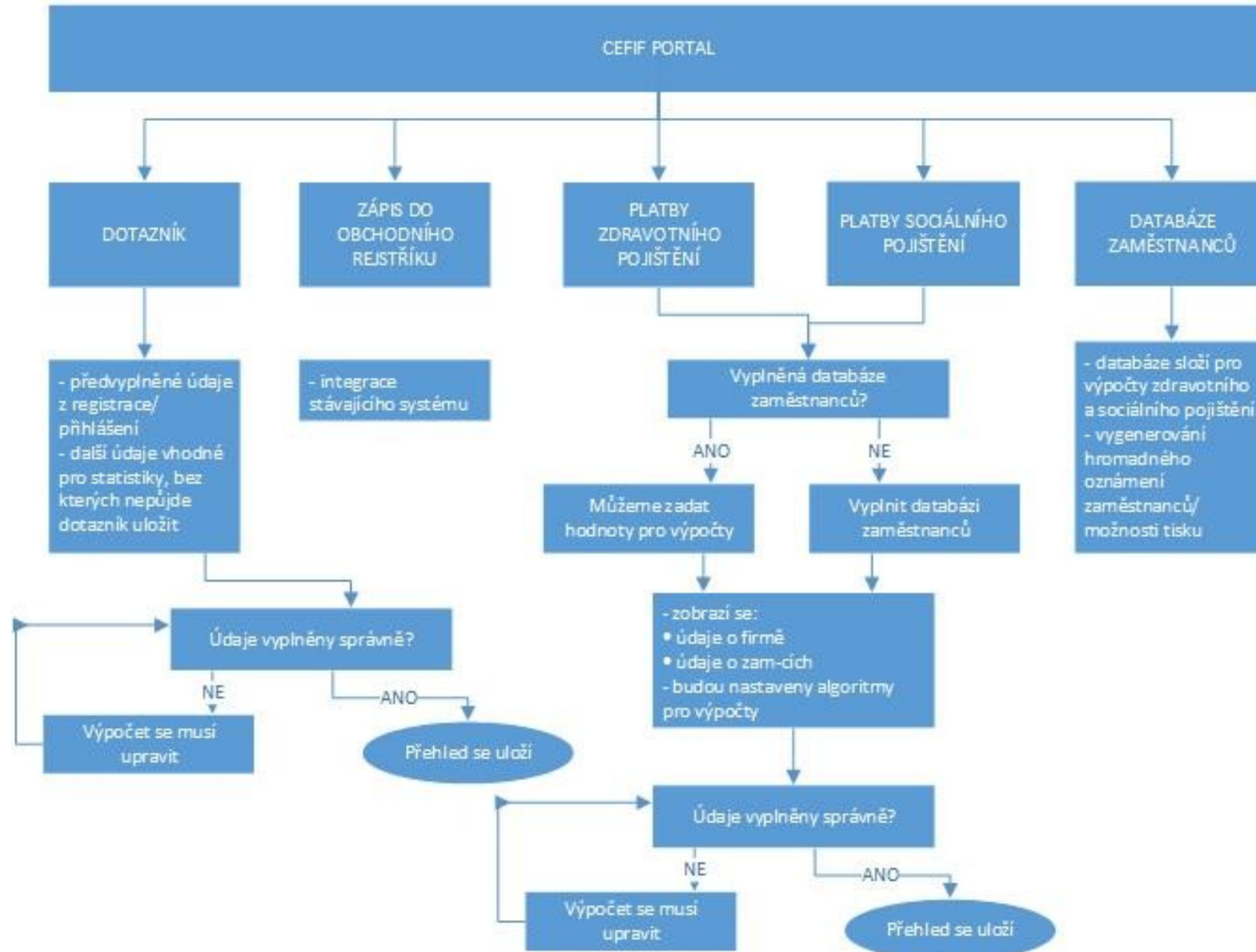


# ORGANIZAČNÍ STRUKTURA FiF

- odpovídá struktuře středně velké firmy reálné
- nevyrábí žádný produkt, není třeba zřizovat oddělení výroby
- konkrétní struktura je dána především počtem žáků
- doporučuje se alespoň 1x provést obměnu žáků pracujících na jednotlivých pozicích
  - Ředitel fiktivní firmy -> zodpovídá za chod firmy aje pravou rukou vyučujícího, reprezentuje FiF, vede porady
  - Sekretariát ředitele -> evidence příchozí a odchozí pošty, zápisy z porad, správa e-mailů a veškeré dokumentace
  - Personálně právní oddělení -> registrace na živnostenském úřadě/v obchodním rejstříku, příprava pracovních smluv, evidence zaměstnanců a jejich dovolených
  - Finanční účtárna -> vedení účetnictví, výplata mezd
  - Obchodní oddělení -> katalog zboží, nákup, prodej
  - Oddělení marketingu -> vizitky, letáky, logo, web, sociální média, promo akce

# ÚŘADY CEFIF

- Obchodní rejstřík
- Živnostenský úřad
- Finanční úřad
  - daně ze závislé činnosti a funkčních požitků, daň z příjmu PO (jedná-li se o PO) nebo daň z příjmu FO (jedná-li se o FO)
- Správa sociálního zabezpečení
  - platba soc. poj.
- ZDRAFIK - fiktivní zdravotní pojišťovna
  - platba zdrav. poj.
- Pojišťovna CEFIF
- Centrální dodavatel
- FIBA banka
- CEFIFBANKA
- Informační centrum



# Aktivity po založení FIF

## 1) Získávání obchodních partnerů

- Úkolem fiktivní firmy není generovat zisk, ale zkušenosti
  - obchodní partneři jsou důležití ne kvůli finančním příjmům, ale kvůli uzavřeným obchodům a s nimi spojenými dalšími činnostmi
  - FIF by měli chtít obchodovat a měli by pozitivně reagovat na každou obchodní nabídku
  - potenciální obchodní partneři: FiF působící na stejné škole, ostatní pedagogové, ostatní žáci, žáci z jiných škol a FiF z jiných škol, rodiče například na dni otevřených dveří

## 2) Nabídkové akce

- příprava specifických akcí pro různá období (Vánoce, velikonoce) a významné dny
- nabídka speciálních akcí obchodním partnerům
- nabídkové letáky, reklamní akce

### 3) Webové stránky a sociální sítě

- nejsou povinnou aktivitou
- CEFIF doporučuje založit a pravidelně aktualizovat minimálně facebookový profil
- pokud jsou ve skupině žáci, kteří jsou schopni připravit byť třeba jednoduché webové stránky, nechte jim prostor



#### 4) Jedeme na veletrh

- veletrhy jsou vrcholem v životě FiF
- ročně proběhne cca 18 menších regionálních (či regionálních s mezinárodní účastí) veletrhů a jeden mezinárodní v Praze
- každý veletrh má svá specifika, různé soutěže či různá pravidla stejných soutěží
- nutné přichystat veletržní státek

# Veletržní stánek

- výzdobu stánku
  - měla by být spojena s předmětem podnikání
- nedílnou součástí jsou katalogy, letáky, vizitky apod.
- příprava veletržní nabídky
- s sebou pracovní smlouvy žáků, kteří vystavují,  
a výpis z živnostenského rejstříku
  - stejně, jako to musí splnit reálné společnosti
- důležité je rozdělit žákům role
  - Kdo bude v sále zvat ke stánku, kdo bude na stánku mluvit, kdo bude vyhotovovat daňové doklady atd. Je potřeba, aby roli prodejců na stánku zvládalo více žáků než jenom jeden.

# Veletrhy fiktivních firem

- Pořádání = pravidelná náplň činnosti pro marketingová oddělení jednotlivých FiF
  - Regionální, národní i mezinárodní úrovni
- Rozšíření kontaktů s dalšími FiF
- Nabídka výrobků a služeb FiF i návštěvníkům
- Velké nároky zejména na marketingová oddělení
  - vytvářejí letáky, katalogy, propagační materiály i webové stránky
- Realizátoři veletrhů
  - chystají různé soutěže (–např. o nejlepší stánek, o nejzdařilejší katalog, prezentaci firmy, nejlepšího prodejce pro FiF),
  - zvou významné hosty (zástupce obcí, firem, novináře, regionální TV, P. E. D.)

# Příklady FiF

## Krystal

- Výroba skla, spolupráce s reálnou firmou Bohemia Krystal

## Študák

- Pivovar, spolupráce s reálným pivovarem v Žatci

- Módní salóny, autoškoly, pekárny, cukrárny, cestovní kanceláře, reklamní agentury, knihkupectví, prodejci krmiva pro zvířata, prodejci zahradního nábytku, prodejci oblečení nebo kosmetiky...



# Video z veletrhu FiF

- Mezinárodní veletrh fiktivních firem 2016
- Veletrh fiktivních firem Brno 2015 □

MUNI  
PED

# Příklad alternativního využití principů FiF

# Využití FiF v oboru kosmetické služby

## Zadání:

Založte fiktivní firmu v oboru kosmetické služby se sídlem v Brně. Firma by měla nabízet i něco navíc než jen kosmetické ošetření a kosmetické produkty. Ve skupince si rozdělte následující role: realitní makléř, návrhář interiéru, kosmetička (zde je jedno, jaké konkrétní zaměření zvolíte), ekonom, libovolná role. U libovolné role máte možnost zvolit si roli dle potřeb při zakládání fiktivní firmy. Pokud tuto roli využijete, popište ji a zdůvodněte, proč byla pro váš projekt nepostradatelná.

Tento projekt zhotoví šest žáků. Základní parametry projektu jsou: základní informace o firmě, místo, výběr cílové skupiny, profesní údaje vlastníků a rozpočet. Každou vámi vybranou položku do firmy či salónu zveřejněte, a to včetně počtu, ceny, zajištění a prodejce. Dbejte na přehledné zpracování a na konci každé hodiny proveďte zpětnou vazbu review. Metoda zpětné vazby review slouží nejen ke zhodnocení provedené práce, ale také je zaměřena na váš vlastní projev hodnot a postojů během aktivity, nebojte se projevit nápaditost v řešení simulovaných situací. Bude zvolen jeden moderátor, který bude mít připravené konkrétní cíle a přichystá si je na papír. Na konci projektu pak bude snazší zachytit progres týmové práce. Tyto zpětné vazby založte na úplný konec vašeho projektu.

Na tento projekt máte deset vyučovacích hodin.



# Řešení žáků

## Název projektu

Kosmetický salón Best Beauty

## Charakteristika projektu

Objektem podnikatelského záměru je otevření kosmetického salónu ve městě Brno. Salón budou provozovat Lenka Tesařová a Eva Burianová, a to na základě vydaného živnostenského oprávnění.

## Kontaktní údaje

Best Beauty – Tesařová, Burianová

Holandská 878/2

Brno – Štýřice

639 00

## Shrnutí

Kosmetický salón Best Beauty zaměřený na péči o pleť, prodlužování řas a manikúru. Salón bude poskytovat služby zákazníkům všech věkových kategorií. Tato firma na trhu práce uspěje díky její nadstandartní péči o své zákazníky a široký sortiment nabízených služeb. Také zde budou poskytovány i rekvalifikační kurzy. V prvním roce působení na trhu služeb tato firma získá stálou klientelu zákazníků a ustálený měsíční příjem. V druhém roce podnikání firma získá co nejvíce kladných recenzí a aktivní účast na kosmetických veletrzích. V dalších letech si firma bude zakládat další pobočky.

## Profesní a osobní údaje vlastníků

Lenka Tesařová – kosmetička, vizážistka

- vzdělání: tříleté studium v oboru kosmetické služby
- praxe: 1998–2004: působení v kosmetickém salónu Tana Kmenta  
2004–současnost: samostatná činnost v oboru

Eva Burianová – manikérka

- vzdělání: čtyřleté studium v oboru ekonomika a podnikání, 2006 absolvování rekvalifikačního kurzu modeláž nehtů
- praxe: 2006–2009: působení v kosmetickém salónu Vinita nails Praha  
2009–současnost samostatná činnost v oboru.

## Nabízené služby:

- celkové kosmetické ošetření pleti a dekoltu;
- denní líčení;
- večerní líčení;
- prodlužování řas metodou řasa na řasu;
- manikúra;
- rekvalifikační kurzy.

## Zákazníci a cílová skupina

Našimi zákazníky budou lidé, zejména ženy, které hledají kvalitní ošetření pleti a profesionální jednání s přátelským přístupem. Další významnou skupinou zákazníků by mohli být zaměstnanci mnoha firem nacházejících se ve stejné budově s naším salónem a v okolí.

## Prostorové zajištění činnosti

Provozovna bude umístěna v nebytových prostorách v přízemí patrového domu. Celková plocha provozovny bude 50 m<sup>2</sup>, z toho 10 m<sup>2</sup> tvoří technické zázemí a zbylých 40 m<sup>2</sup>, je určen pro zákazníky. Prostory odpovídají požárním předpisům a platným hygienickým normám pro tento předmět podnikání.

Tabulka 1 Fiktivní firma 1 - Vybavení provozovny

| Zařízení           | Charakteristika | Počet (ks) | Zajištění | Cena             |
|--------------------|-----------------|------------|-----------|------------------|
| Kosmetické lehátko | Medhelp-shop.cz | 2          | Nákup     | 13 580 Kč        |
| Kosmetická lupa    | Yourspa.cz      | 2          | Nákup     | 2 924 Kč         |
| Kosmetická židle   | Medhelp-shop.cz | 2          | Nákup     | 6 180 Kč         |
| Kosmetický stolek  | SIKO.cz         | 2          | Nákup     | 998 Kč           |
| Komoda             | Ikea.cz         | 2          | Nákup     | 3 180 Kč         |
| Konferenční stolek | Bonami.cz       | 1          | Nákup     | 1 099 Kč         |
| Židle              | Jysk.cz         | 2          | Nákup     | 1 500 Kč         |
| Věšák              | EMAKO           | 1          | Nákup     | 999 Kč           |
| <b>Celkem</b>      |                 |            |           | <b>30 460 Kč</b> |

Tabulka 2 Fiktivní firma 1 - Rekonstrukce a měsíční nájem

| Zařízení                   | Charakteristika  | Rozměr (m <sup>2</sup> ) | Zajištění | Cena             |
|----------------------------|--|--------------------------|-----------|------------------|
| Podlahová krytina          | Plovoucí podlaha<br>Dobrépodlahy.cz  | 40 m <sup>2</sup>        | Nákup     | 31 880 Kč        |
| Dlažba                     | SIKO   | 10 m <sup>2</sup>        | Nákup     | 1 990 Kč         |
| Tapeta                     | Tapety-folie.cz  | 10,05 x 053 m            | Nákup     | 449 Kč           |
| Malba                      | Hornbach.cz<br>Barva Primalex PLUS   | 17 kg                    | Nákup     | 449 Kč           |
| Nájem za obchodní jednotku | Měsíční včetně energií a služeb (recepce, parkovací místo)<br>1 198 Kč za 1 m <sup>2</sup> |                          |           | 59 900 Kč        |
| <b>Celkem</b>              |  |                          |           | <b>94 668 Kč</b> |

Tabulka 3 Fiktivní firma 1 - Dekorace a textilie

| Druh          | Charakteristika          | Počet (ks) | Zajištění | Cena            |
|---------------|--------------------------|------------|-----------|-----------------|
| Zrcadlo       | Nabyteknikulec.cz        | 2          | Nákup     | 1 480 Kč        |
| Prostěradla   | Vyprodejpvleceeni.cz     | 10         | Nákup     | 1 190 Kč        |
| Deky          | Bonami.cz                | 4          | Nákup     | 996 Kč          |
| Ručníky       | Vyprodejpvleceeni.cz     | 30         | Nákup     | 870 Kč          |
| Komprese      | Ikea.cz                  | 10         | Nákup     | 175 Kč          |
| Dekorace      | Ikea.cz;<br>domovinky.cz | 6          | Nákup     | 1 438 Kč        |
| <b>Celkem</b> |                          |            |           | <b>6 149 Kč</b> |



Obrázek 1 Fiktivní firma 1 - Inspirativní foto převzato ze *Skinlogic: Fotogalerie* [online]. 2017 [cit. 2020-03-06].

#### Závěr:

Zhotovení tohoto projektu naší skupině trvalo osm vyučovacích hodin vyhledávání informací a diskutování o výběru místa, produktů a ostatních položek. Zbylé dvě vyučovací jednotky jsem zkompletovaly výše uvedený projekt do finální podoby. Náklady na založení této firmy je 131 277 Kč. Vytvoření tohoto projektu pro naši skupinu byl velmi přínosný, a to hlavně v týmové spolupráci a zorientování se na trhu služeb a financí, potřebných do začátku podnikání. Nejen že jsme společnými silami vytvořili tuto fiktivní firmu, ale také jsme splnili námi stanovené cíle na začátku projektu. Libovolnou postavu jsme nevyužili.

### Zpětná vazba review:

Naše cíle:

1. hodina – Cílem dnešní hodiny je domluvit se na základních parametrech naší nové firmy.
2. hodina – Dnes rozdělíme role a určíme si jasné úkoly. Např. Žák č. 1 je realitní makléř a má za úkol vyhledat tři obchodní prostory v lukrativní části Brna.
3. hodina – Naším cílem je charakterizovat cílovou skupinu.
4. hodina – Dnešním záměrem je promyslet si prostorové členění.
- 5.– 8. hodina – Sestavování rozpočtu vstupní investice.
9. hodina – Doladění detailů.
10. hodina – Finální provedení projektu.

13. 9. 2019 – Dnes jsme se jednohlasně shodly na základních parametrech fiktivní firmy. K novým nápadům nám napomohla metoda brainstorming. Dále jsme si stanovily cíle na budoucích devět vyučovacích hodin.

20. 9. 2019 – V druhé vyučovací hodině jsme si rozdělily role. Neobešlo se to bez obtíží, dnešní hodina je trochu promaměná, neboť jsme úkoly k jednotlivým rolím musely určit o přestávce.

27. 9. 2019 – Dnes byla společná komunikace mnohem lepší a na cílové skupině jsme se dohodli poměrně rychle a bez obtíží. Dokonce jsme dnes stihli naplánovat následující postup na další hodinu.

4. 10. 2019 – V této hodině jsme zvolili náš prostor pro podnikání. Zde jsme velice konzultovali výši nájemného.

11. 10. 2019 – Dnes jsme sestavili rozpočet pro vybavení provozovny.

18. 10. 2019 – V dnešní hodině jsme zhotovili rozpočet na rekonstrukci.

25.10.2019 – Zhotovení posledního rozpočtu – dekorace a textilie.

7. 11. 2019 – Zkompletování rozpočtu do tabulek.

14. 11. 2019 – Doladění všech detailů a dohledání zapomenutých věcí.

21. 11. 2019 – Finální zhotovení a dohledání inspiračního foto pro představu. Zhodnocení naplněných cílů.

# Zdroje

- STEJSKALOVÁ, Pavla. *Didaktika praktického vyučování obchodu a služeb: Určeno pro studenty učitelství praktického vyučování*. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 978-80-210-6456-0.
- BOUŠKOVÁ, Jitka. *VYUŽITÍ FIKTIVNÍCH FIREM NA STŘEDNÍCH ŠKOLÁCH*. Brno, 2020. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce PhDr. Jan Válek, Ph.D.
- HULA, Lukáš. *FIKTIVNÍ FIRMY V ČESKÉ REPUBLICE 1992 - 2008*. Praha: NÚOV, 2008, , 62.
- *Národní ústav pro vzdělávání* [online]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/>
- *npi Centrum fiktivních firem* , Dostupné z: <https://cefif.npi.cz/>