



metodika výuky ve fiktivní firmě

Lukáš Hula

OBSAH

ÚVOD A DEFINICE	3
1. CO PŘEDCHÁZÍ VLASTNÍ VÝUCE?	4
1.1 ŠKOLNÍ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM (ŠVP)	4
2.2 UČEBNÍ PROSTORY	4
3 VZNIK FIKTIVNÍ FIRMY	5
2.3 ROZVRH HODIN	5
2.4 ZAMĚŘENÍ FIKTIVNÍ FIRMY	5
3.1 PRVNÍ HODINA	5
3.2 OBCHODNÍ JMÉNO A PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ	5
3.3 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA FIKTIVNÍ FIRMY	7
4 CEFIF A JEHO ÚŘADY	10
4.1 ŽIVNOSTENSKÝ ÚŘAD	10
4.2 OBCHODNÍ REJSTRÍK	11
4.3 FINANČNÍ ÚŘAD	11
4.4 ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ZDRAFIK	12
4.5 SOCIÁLNÍ POJIŠŤOVNA	12
4.6 CENTRÁLNÍ DODAVATEL	12
4.7 CEFIFBANKA	13
4.8 FIBA BANKA	13
4.9 POJIŠŤOVNA CEFIF	13

5	CEFIF PORTAL	14
5.1	ZALOŽENÍ FIKTIVNÍ FIRMY V CP	14
5.2	DOTAZNÍK FIKTIVNÍ FIRMY	15
5.3	ŽIVNOSTENSKÝ ÚŘAD	15
5.4	OBCHODNÍ REJSTRÍK	15
5.5	E-BANKING	15
5.6	CENTRÁLNÍ DODAVATEL	15
5.7	MODUL FINANČNÍHO ÚŘADU	16
5.8	MODUL SPRÁVY ZAMĚSTNANCŮ	16
5.9	MODUL ZDRAVOTNÍHO POJIŠTĚNÍ	16
5.10	MODUL SPRÁVA SOCIÁLNÍHO POJIŠTĚNÍ	16
5.11	MODUL FIKTIVNÍ FIRMY	16
6	AKTIVITY PO ZALOŽENÍ FIKTIVNÍ FIRMY	16
6.1	ZÍSKÁVÁNÍ OBCHODNÍCH PARTNERŮ	16
6.2	NABÍDKOVÉ AKCE	16
6.3	WEBOVÉ STRÁNKY A SOCIÁLNÍ SÍŤ	17
6.4	JEDEME NA VELETRH	17
6.5	UKONČENÍ ČINNOSTI FIKTIVNÍ FIRMY	17
7	HODNOCENÍ ŽÁKŮ	18
7.1	ŠKOLNÍ ZPŮSOB	18
7.2	FIREMNÍ ZPŮSOB	18
7.3	KOMBINOVANÝ ZPŮSOB	18

Národní pedagogický institut
České republiky

Senovážné náměstí 872/25
110 00 Praha 1

www.npi.cz

Praha 2022

Cílem této metodiky je na jednom místě soustředit všechna doporučení pro to, jak koncipovat výuku ve fiktivní firmě (dále FF). Termínem fiktivní firma míníme školní fiktivní společnost, která spolupracuje s Centrem fiktivních firem (dále CEFIF) působícím při Národním pedagogickém institutu České republiky (dále NPI ČR). Metodika je určena především učitelům středních odborných škol, ale je samozřejmě použitelná i pro ostatní úrovně a typy vzdělávání, nicméně tato metodika je psána především pro potřeby oborů vzdělání zakončených maturitní zkouškou s dostatečnou hodinovou dotací ekonomických předmětů. Součástí metodiky jsou také informace o mezinárodní síti fiktivních firem PEN Worldwide (dřívější název EUROPEN-PEN International), jejímž je CEFIF členem a základní doporučení pro práci s aplikací CEFIF Portal. Cílem metodiky naopak není seznamovat čtenáře s teoretickou částí výuky, jako je např. účetnictví, právo nebo obchodní korespondence.

Pro účely metodiky jsme stanovili tuto definici:

Fiktivní firma je učební metoda, která prostřednictvím simulace aktivit reálného podnikatelského subjektu rozvíjí podnikatelské kompetence žáků a studentů základních, středních, vyšších odborných a vysokých škol.

Historicky nejstarší doložená FF působila v polském Gdaňsku v 17. století (v té době se město jmenovalo Danzig a bylo součástí Pruska) a jejím úkolem bylo zapracovat nové pracovníky manufaktury¹. Pak ležel koncept dlouho ladem a v druhé polovině 20. století jej pro současnost oprášili ve Spolkové republice Německo a odtud se dostal do celého světa.

Moderní verze fiktivní firmy vznikla v Německu jako součást praktické rekvalifikace nezaměstnaných někdy kolem roku 1975. První centrála byla v Heidelbergu, teprve později vznikla centrála v Essenu. V roce 1975 bylo v Německu registrováno 120 fiktivních firem a jejich počet se postupně zvyšoval. Zároveň se tato forma rekvalifikace nezaměstnaných rozšířila i do dalších zemí Evropy.

Do České republiky myšlenka fiktivních firem pronikla v první polovině roku 1992, a to díky panu Mgr. Peterovi Slanařovi, řediteli obchodní akademie ve Vídni, jenž na semináři dne 20. května 1992 představil fiktivní firmy českým školám, které tato idea zaujala. Seminář pořádala Katedra didaktiky ekonomických předmětů Vysoké školy ekonomické v Praze ve spolupráci s Výzkumným ústavem odborného školství (jeden z předchůdců NPI ČR). Od prvního rozhodnutí nebylo daleko ke konkrétním činům, a tak od září 1992 vzniklo prvních šest firem. Původně jsme předpokládali, že české fiktivní firmy budou zaregistrovány v Centru fiktivních firem v Bratislavě (v bývalé ČSFR přišla idea fiktivních firem jako první na Slovensko) a také asi tři fiktivní firmy tam zaregistrovány byly. V této době však již všechno naznačovalo, že Československo se rozdělí na dva samostatné státy a registrace českých firem v Bratislavě by do budoucna mohla činit potíže. Proto 16. listopadu 1992 vzniklo Centrum fiktivních firem na VŠE a financovalo jej Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (dále MŠMT). Následně se MŠMT rozhodlo přehodnotit financování a výsledkem byl přesun CEFIF na Národní ústav odborného vzdělávání, nynější NPI ČR, kde působí dodnes².

¹ Zdroj: www.penworldwide.org

² S využitím ROTPORT, Miloslav. Historie fiktivních firem v ČR v letech 1992–2001. Praha: NÚOV Praha, 2007.

1. CO PŘEDCHÁZÍ VLASTNÍ VÝUCE?

Škola, která chce do své výuky zařadit fiktivní firmu, musí nejprve kontaktovat CEFIF a vyplnit přihlášku do sítě CEFIF. Na jejím základě budou škole schváleny nově založené firmy v prostředí CEFIF Portal. O tomto prostředí dále.

To ovšem není jediná věc, kterou je potřeba před vlastní výukou učinit. Je třeba si rozmyslet a zajistit i další věci.

1.1 ŠKOLNÍ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM (ŠVP)

Samozřejmě je potřeba mít výuku zakotvenou v ŠVP. Každý ŠVP odráží potřeby školy a daného oboru vzdělání a každá škola jej vytváří trochu jinak. Z tohoto důvodu neexistuje předdefinovaná část ŠVP, kterou by mohly školy použít. Proto se v tomto textu zaměříme jenom na společné faktory.

1.1.1 HODINOVÁ DOTACE

Doporučujeme hodinovou dotaci ve výši třítydenní vyučovací hodiny celkem za studium. Tu je možno rozložit buď na dvě pololetí po třech hodinách, nebo na tři pololetí po dvou hodinách. Vyšší hodinová dotace samozřejmě není na škodu, ale i s nižší je samozřejmě možné dosáhnout úspěšného rozvoje podnikatelských kompetencí žáků a integrace učiva.

1.1.2 ZAŘAZENÍ DO ROČNÍKU

Při volbě ročníku je třeba zvažovat několik faktorů, jako jsou znalosti žáků, délku kurzu, provazbu na ostatní učivo a další. Z důvodu potřebných znalostí žáků nepovažujeme za vhodné zařazovat výuku do prvního nebo druhého ročníku. Stejně tak není úplně vhodný ročník čtvrtý, který je zkrácen kvůli maturitním zkouškám. Vhodné je zařadit fiktivní firmu do třetího ročníku, popř. do 2. pololetí třetího ročníku a do 1. pololetí ročníku čtvrtého.

1.1.3 TYP PŘEDMĚTU

Fiktivní firma bývá nejčastěji zařazena jako klasický **povinný předmět** nebo jako **učební praxe**. Některé školy mají zařazenu fiktivní firmu jako předmět výběrový, ale hrozí zde riziko, že se nenajde dostatečný počet zájemců o předmět a nebude možné jej v daném kalendářním roce vyučovat. Některé školy mají předmět zařazený jako **nepovinný**, kde je výhoda, že si jej vyberou jenom ti žáci, kteří o něj mají opravdu zájem, což je na kvalitě výstupů vidět.

2.2 UČEBNÍ PROSTORY

Pro výuku ve fiktivní firmě je absolutně nezbytná vybavenost počítači a možnost tisknout dokumenty. Není nutné, aby každý žák měl svoji stanici, ale je nutné zajistit dostatečné množství tak, aby nebyla omezena práce žáků. Počítač samozřejmě musí být napojený na dostatečně stabilní a rychlý internet. Zaznamenali jsme tři typy učeben:

- Speciální učebna pro potřebu fiktivních firem. Nejlepší a také nejdražší varianta, kdy je učebna vybavena jako open space kancelář.
- Počítačová učebna – žáci mají dostatek PC, ale problémem může být ostatní pracovní prostor. Je potřeba, aby součástí učebny byla uzamykatelná skříňka, kde bude fiktivní firma schraňovat své tištěné dokumenty.
- Klasická učebna – nejméně vhodná. Je potřeba, aby součástí učebny byla uzamykatelná skříňka, kde bude fiktivní firma schraňovat své tištěné dokumenty.

2.3 ROZVRH HODIN

I vhodné zařazení do rozvrhu pomáhá výuce. Jednoznačně doporučujeme spojit vyčleněné hodiny do jednoho bloku, zároveň ale nedoporučujeme větší bloky v intervalu „jednou za 14 dní“, kde hrozí, že může dojít v případě prázdnin, absencí, školních akcí apod. k podstatnému výpadku ve výuce.

Výuka je náročná jak pro žáky, tak pro učitele. Z tohoto důvodu je lepší zařazovat ji spíše v dopoledních hodinách. S ohledem na účast na veletrzích fiktivních firem, které se konají nejčastěji ve středu a ve čtvrtek, je vhodné zařazovat předmět v úterý a ve středu, aby byl bezprostředně před veletrhem prostor na přípravu.

2.4 ZAMĚŘENÍ FIKTIVNÍ FIRMY

Před vlastní výukou je dobré se rozhodnout, jestli vyučující nechá svým žákům volnost ve výběru předmětu podnikání nebo jestli jim stanoví okruh, ze kterého musí zvolit. Obchodní akademie většinou nechávají volnost. Naopak 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.

3 VZNIK FIKTIVNÍ FIRMY

Vznikem fiktivní firmy myslíme období několik prvních týdnů výuky, kdy je vybrán název, předmět podnikání, je vytvořena a naplněna organizační struktura a začínají se tvořit první propagační materiály, katalogy atd.

3.1 PRVNÍ HODINA

První hodina nového předmětu s sebou nese velká očekávání a má podstatný vliv na to, jak žáci předmět přijmou. Už z této hodiny musí vyplynout základní pravidla výuky:

– Pravidlo I. **Vyučující je žákům rádcem a pomocníkem, ale odpovědnost za výsledky leží čistě na žácích.**

– Pravidlo II. **Frontální výuka musí být omezena na nezbytné minimum.**

Na první hodině (popř. prvních hodinách) učitel žáky seznámí s tím, co to je fiktivní firma, a zjistí jejich očekávání. K tomuto doporučujeme metodu brainstormingu.

3.2 OBCHODNÍ JMÉNO A PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ

Pokud poskytne vyučující svým žákům volnost při výběru předmětu podnikání a obchodního jména, je třeba respektovat tato omezení, která CEFIF vyžaduje:

– Fiktivní firma **nesmí obchodovat s nevhodným zbožím**³ – drogy, tabákové výrobky, alkoholické nápoje, eskortní služby, sexuální pomůcky, kasino apod.

– Fiktivní firma se **nesmí jmenovat stejně jako velká známá firma** ani ve variaci tento název připomínající (např. Toyota, Abidas)

– Obchodní jméno fiktivní firmy nesmí **evokovat nevhodná slova**, a to ani v cizím jazyce

Pokud si nejste jistí, jestli je předmět podnikání vaší firmy v pořádku, kontaktujte CEFIF. Nejlépe telefonicky, abyste neztráceli čas při rozjezdu firmy. Nebojte se nechat telefonovat žáky, rozvíjí to jejich pocit odpovědnosti a situace je jim vysvětlena přímo.

3.2.1 SPOLUPRÁCE S REÁLNOU FIRMOU

Spolupráce s reálnou firmou posunuje výuku ve fiktivní firmě na vyšší úroveň, nese však s sebou i určitá úskalí. Předně, kde takovou firmu sehnat? Partnerská firma se většinou rekrutuje z řad sociálních partnerů, se kterými škola dlouhodobě spolupracuje. Další možností jsou rodiče – podnikatelé. Tato spolupráce je ovšem velmi často limitovaná na dobu, kdy jsou děti podnikatelů ve fiktivní firmě, ale i ten jeden rok spolupráce je dobrý.

Partnerská firma s sebou samozřejmě přináší své podnikatelské know-how a vynikající znalost produktu. Když se podaří toto žákům předat, tak jejich výkony na veletrzích budou na vyšší úrovni a prodej zboží bude mnohem profesionálnější – protože prostě budou vědět, co prodávají. Reálná firma také disponuje spoustou propagačních předmětů, ukázek zboží apod., což příhodně osvěží stánek fiktivní firmy. Možný je také i drobný sponzorský dar.

Partnerská firma ovšem nepřináší jenom hmotné výhody, ale také ty nehmotné. Těmi nejvýznamnějšími jsou zkušenosti – zkušenosti s podnikáním, vedením lidí, hodnocením, nábořem –, ale také další důležité aspekty, jakými jsou kultura kvality ve firmě, budování značky, identifikace s oborem, firemní postoje k společenské odpovědnosti firem a dalším tématům, jako např. greening, digitalizace atd. Proto je vhodné, pokud časové možnosti lidí z partnerské firmy umožňují, zapojit je např. do výběrových řízení na jednotlivé pozice ve firmě nebo třeba jako externí hodnotitele práce žáků. Zaměstnavatelé mohou také nabízet žákům fiktivních firem účast na projektech firmy, a hledat tak pro sebe nová a kreativní řešení, pro žáky fiktivních firem to je příležitost seznámit se s celým projektovým cyklem.

Dotazník v CEFIF Portal obsahuje i kolonku věnovanou právě spolupráci s reálnou společností.

Pokud chce škola spolupracovat s reálnou firmou, tak jí samozřejmě musí nabídnout něco na oplátku. V době nízké nezaměstnanosti je asi nejzajímavější možnost získat nové zaměstnance. Pokud firma ví, že bude otevírat novou pozici nebo že bude brzy potřebovat náhradu za jiného pracovníka, tak jednou z cest může být právě i absolvent fiktivní firmy, který s reálnou firmou spolupracoval. Během výuky je dostatek času zjistit, který žák by se mohl hodit jako budoucí posila do firmy a také jej na to náležitě připravit, takže firma ušetří i náklady na zapracování.

Na veletrzích žáci prodávají své fiktivní zboží. Ideální příležitost k tomu, aby se pro svou partnerskou firmu zeptali na jejich výrobky. Vždyť veletrh navštíví spousta lidí. **Fiktivní firma Eso z Telče** dlouhodobě spolupracovala s firmou Kostelecké uzeniny. Na základě dohody nemohla používat jméno reálné firmy (ani upravené) a ani logo, ale pravidelně dostávala na veletrh výrobky, které nabízela v rámci ochutnávky a dávala pak výrobcu zpětnou vazbu.

Obzvláště v menších městech hraje roli i dobré jméno v místní komunitě. Fiktivní firmy mají svoji nástěnku na chodbě skoro každé školy, která tento předmět vyučuje. A pokud je nástěnka vhodně umístěna, tak pak všichni návštěvníci vědí, že škola spolupracuje s místní firmou XY.

3.2.2 DĚDĚNÍ FIKTIVNÍ FIRMY

Hovoříme-li o obchodním jméně, nesmíme vynechat institut tzv. dědění firmy. Dědění firmy spočívá v tom, že žáci si postupně předávají jednu a tu samou firmu a drží tím tradiční obchodní jméno. Noví žáci odkoupí obchodní podíly od svých předchůdců a firma nadále pokračuje ve své činnosti.

Většina škol, která dědění firmy používá, žákům umožňuje, aby si změnili předmět podnikání – především z důvodu snazší identifikace s firmou. Právě identifikace bývá důvodem, proč občas některá škola od dědění ustoupí.

Další možností, jak dědit firmu, je částečná změna názvu. Jednou z nejstarších, dosud aktivních českých fiktivních firem je Progress, s. r. o., z OA Písek. Před několika lety začala škola dělit tuto firmu do samostatných divizí, kdy se každá jmenuje trochu jinak – jako například Progress live.

3.2.3 DĚDĚNÍ ÚDAJŮ FIKTIVNÍ FIRMY

Když zmiňujeme dědění firmy, tak musíme také zmínit dědění IČO a čísla účtu, které někteří vyučující požadují.

Tento převod je samozřejmě možný. Co se týče IČO, tak stačí při registraci v CEFIF Portal do poznámky uvést požadované IČO a pracovník CEFIF založí novou firmu právě s tímto IČO. Co se týče čísla účtu, tak je potřeba kontaktovat banku, která nemá důvod nevyhovět.

Pozor! Je potřeba si uvědomit, že registrace do systému a zasílání výpisů z účtů je vázáno na e-mail fiktivní firmy, takže pokud staronová firma změnila svůj e-mail, je potřeba na to banku upozornit.

3.2.4 E-MAIL FIKTIVNÍ FIRMY

Každá fiktivní firma musí mít svůj e-mail. Není to jenom prostředek komunikace s ostatními firmami a CEFIF, ale chodí na něj potvrzující e-maily při operacích na CEFIF Portal a v neposlední řadě také bankovní výpisy.

Doporučujeme e-mail zakládat buď na doméně školy, nebo na poštovním serveru nabízejícím dostatečnou kapacitu e-mailové schránky (gmail.com, seznam.cz). Přístupové údaje by měli mít všichni žáci, kteří budou s e-mailem pracovat, a také vyučující.

Doporučujeme vyučujícím nastavit si automatické přeposílání všech příchozích e-mailů do své e-mailové schránky a vyžadovat po svých žácích, aby veškerá firemní e-mailová komunikace byla v kopii zasílána i vyučujícímu.

Pokud dochází k dědění firmy, důrazně doporučujeme, aby firma používala jednu a tu samou e-mailovou adresu s tím, že vyučující po odchodu stávajících žáků změni přístupové údaje. Toto se bohužel většinou neděje. Noví žáci pak opomenou např. nahlásit změnu e-mailu bance a diví se, proč nedostávají výpisy z účtu. Dostávají, ale bohužel na starý e-mail.

3.3 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA FIKTIVNÍ FIRMY

Fiktivní firma má obdobnou organizační strukturu jako každá jiná firma. Jedinou výjimkou je skutečnost, že fiktivní firma nepotřebuje výrobní oddělení, a tudíž žádné nemá – veškerá případná výroba je také fiktivní a pozice vedoucího výroby není potřeba. Jinak je organizační struktura obdobná jako ve firmě reálné.

Názvy oddělení se mohou od sebe trochu lišit, někdo rozlišuje obchodní a marketingové oddělení, někde nerozlišují mzdovou a normální účtárnu. Rozdělení podle této metodiky je jedno z mnoha, které mohou firmy použít. Hlavní je, aby organizační struktura odpovídala počtu žáků ve firmě a aby pomáhala vyučujícímu s výukou.

Nyní se pojďme podrobněji věnovat jednotlivým pozicím.

3.3.1 ŘEDITEL FIKTIVNÍ FIRMY

Jak už název napovídá, ředitel fiktivní firmy řídí její činnosti a **zodpovídá za chod firmy**. Je **pravou rukou vyučujícího**, který jeho prostřednictvím zadává hlavní úkoly. Obvykle je to ředitel fiktivní firmy, který **reprezentuje fiktivní firmu** navenek (např. představení firmy na veletrhu). Do jeho pravomocí spadají i **porady**.

Doporučení: dělejte porady.

Porady jsou velmi důležité pro správný chod firmy. Proto je doporučujeme i v prostředí firmy fiktivní. Doporučujeme dvě krátké porady. Jednu na začátku bloku a druhou na konci. V delším časovém horizontu pak i poradu delší a podrobnější. Porady by se kromě vyučujícího a ředitele měli zúčastnit i jeho zástupce a vedoucí jednotlivých oddělení.

Vyučující zadá úkoly na daný den či nejbližší týdnů a pověří ředitele, aby zajistil jejich splnění. Dále je potřeba zkontrolovat splnění domácích úkolů, byly-li nějaké. Na závěrečné poradě ředitel a vedoucí příslušných oddělení vyhodnotí splnění úkolů na daný den a vyučující případně zadá domácí úkoly.

Nyní se pojďme stručně podívat na **osobu ředitele**. Kdo by se měl stát ředitelem fiktivní firmy? Kdo vybírá ředitele fiktivní firmy?

Ředitelem by se měl určitě stát žák s dobrými organizačními a komunikačními dovednostmi. Žák, který se dokáže postavit za své spolužáky, ale zároveň se dokáže postavit i na stranu vyučujícího. Žák, který má přirozenou autoritu mezi svými vrstevníky. Určitě zde neplatí pravidlo, že třídní přemiant musí být nejlepším ředitelem. Velmi často se stává, že není – právě pro nedostatek organizačních dovedností.

První variantou výběru je, že učitel ředitele určí sám, podle znalosti žáků. Tento způsob výběru má výhodu v tom, že si vyučující vybere někoho, koho dobře zná a s kým se mu dobře spolupracuje. Pokud vyučující neměl doposud možnost vyučovat danou skupinu žáků, tak velmi doporučujeme, aby si o nich promluvil s třídním učitelem, popř. s dalšími vyučujícími. Nevýhodou je, že mohou být pošlapány ambice některých dalších žáků a že ani ostatní žáci nemají možnost se k výběru vyjádřit.

Druhou variantou je, že vyučující nechá žáky, aby ředitele vybrali ze svého středu. Tato varianta s sebou nese pro učitele určitá rizika a doporučujeme ji jenom tehdy, pokud své žáky dobře zná a ví, že vyberou správně. Zde je velké riziko, že žáci ze svého středu vyberou někoho, kdo je mezi nimi populární, nebo někoho, o kom vědí, že mu tak úplně nebude záležet na výsledcích, ale spíše na pohodě v týmu.

Třetí variantou, a z našeho pohledu nejlepší, je kombinace předchozích dvou. Učitel vybere dva až tři žáky, o kterých ví, že by mohli být dobrým ředitelem, a nechá následně vybrat třídu už jenom z těchto předem vybraných osob. Zachová tím jak svůj vliv na výběr, tak poskytne žákům možnost se také podílet na výběru.

Existuje ještě další varianta, ale o té se zmíníme až později, protože je použitelná pro všechny pozice.

3.3.2 ZÁSTUPCE ŘEDITELE FIKTIVNÍ FIRMY

Pro něj platí prakticky to samé, co pro ředitele. Tito žáci spolu úzce spolupracují a podílejí se na chodu firmy.

3.3.3 SEKRETARIÁT

Práce v sekretariátu fiktivní a reálné firmy se neliší. Stejně jako v reálu je potřeba evidovat příchozí a odchozí poštu, dělat zápisy z porad, spravovat e-mailovou schránku firmy, spravovat veškerou dokumentaci fiktivní firmy atd. Uchování dokumentace je velmi důležitá a zodpovědná činnost. Sekretariát by měl pečlivě schraňovat zejména výpisy z obchodního a živnostenského rejstříku, smlouvu o vedení běžného účtu, pracovní smlouvy žáků, popisy pracovních pozic.

3.3.4 PERSONÁLNĚ PRÁVNÍ ODDĚLENÍ

Pro účely fiktivní firmy spojujeme tato dvě oddělení do jednoho. Důvodem je jejich rozdílná vytíženost v průběhu životního cyklu firmy. Právní oddělení, které má na starosti registraci na živnostenském úřadě a v obchodním rejstříku, po úspěšném zaregistrování nemá tolik práce. A právě personální oddělení nemá zase mnoho práce na úplném začátku, kdy firma vlastně ještě neexistuje. Proto doporučujeme jejich spojení do jednoho oddělení. Do jeho působnosti tedy spadá příprava pracovních smluv (vzory jsou mj. i na CD CEFIF ke stažení z CEFIF Portal), jejich uzavření se zaměstnanci. Dále oddělení vede evidenci zaměstnanců a jejich dovolených. Někde bývá spojeno i se mzdovou účtárnou.

S pracovní smlouvou a evidencí zaměstnanců také souvisí několik praktických otázek. První z nich je **otázka rodného čísla**. Každý žák ať má fiktivní rodné číslo. Při jeho vymýšlení prosím respektujte tato pravidla:

- Stejně jako reálné, tak i fiktivní rodné číslo má 10 znaků.
- První dva znaky určují rok – prosíme, vyplňte podle pravdy, ať víme, jestli se jedná o žáka, nebo vyučujícího (někteří vyučující se nechávají zapsat do návrhů na zápis do obchodního rejstříku).
- Třetí a čtvrtá číslice odkazuje na měsíc narození, ženy k třetí číslici přičítají 5. Měsíc narození doporučujeme již uvádět vymyšlený.
- Pátá a šestá číslice odkazuje na den narození. Den narození doporučujeme již uvádět vymyšlený.
- Poslední čtyři číslice jsou rozlišující. Zvolte je prosím tak, aby výsledné číslo nebylo dělitelné 11 (reálné RČ je dělitelné 11).

Co se týče výše **mzdy**, tak doporučujeme stanovovat podle mzdy obvyklé v daném regionu.

Na pracovní smlouvu se uvádí i **titul**. Prosím dbejte důsledně na to, aby si žáci nevymýšleli tituly. Jednak tím dochází k matení pracovníků CEFIF, jednak by takové jednání bylo na hraně zákona.

3.3.5 MZDOVÁ ÚČTÁRNA

Pro účely této metodiky uvádíme samostatně. Také bývá součástí personálního oddělení nebo je spojena s finanční účtárnou.

Mzdová účtárna má na starosti vedení mezd a vyplňování přehledů pro zdravotní a sociální pojišťovny. Co se týče **zpracování mezd a účetnictví**, tak drtivá většina fiktivních firem používá nějaký účetní software. CEFIF nestanovuje, o jaký účetní SW se má jednat – respektujeme lokální oblíbenost různých SW. Toto je v kompetenci školy. **Přehledy pro zdravotní a sociální pojišťovny** se zasílají prostřednictvím CEFIF Portal.

3.3.6 FINANČNÍ ÚČTÁRNA

Pracovní činnost finanční účtárny je stejná jako v případě reálné firmy. Pokud má vyučující ve skupině žáka, který má problémy s účetnictvím, doporučujeme, trochu paradoxně, jeho zapojení právě do tohoto oddělení. Mnohým z nich pomohlo vidět účetnictví v praxi, byť fiktivní, a jejich výsledky v tomto předmětu šly výrazně nahoru. Samozřejmě to předpokládá dohled dalšího žáka, který účetnictví zvládá na výbornou.

Pokud chce vyučující využít fiktivní firmu ke zdokonalení znalostí žáků z účetnictví, tak doporučujeme, aby alespoň po dobu jednoho pololetí žáci místo účetního SW používali klasickou formu účtování přes tzv. téčko. Tento způsob je sice pomalejší, ale pomůže žákům v pochopení účetních principů.

Trochu speciální je výplata mezd. Tato se v reálném světě děje především na účet, ale to ve fiktivní firmě není možné – není v kapacitách bank vést 3 000 žakovských účtů⁴. Proto doporučujeme, aby výplaty byly vypláceny následovně:

- „Ve fiktivní hotovosti“;
- Založit si ve vlastním účetnictví analytické účty na jednoho každého žáka a mzdy vyplácet tam. Výhodou je, že žák jednou za čas může za vydělané peníze nakoupit a tím pomůže obchodování fiktivních firem.

3.3.7 OBCHODNÍ A MARKETINGOVÉ ODDĚLENÍ

Někde stojí tato oddělení samostatně, někde jsou spojená a jinde mají jenom jeden název, ale co je hlavní, činnosti zůstávají. Jaké jsou tedy nejtypičtější činnosti tohoto oddělení?

- Zpracovává katalog zboží;
- Přípravuje hlavičkový papír, vizitky, letáky apod.;
- Přípravuje logo/slogan firmy;
- Spravuje webové stránky;
- Spravuje sociální média firmy;
- Přípravuje promo akce;
- Je ve styku s obchodními partnery;
- Je ve styku s Centrálním dodavatelem;
- Zajišťuje nákup zboží od ostatních fiktivních firem.

Doporučení: Při nabídce svých produktů zároveň vyjádřete ochotu recipročně nakoupit od vašeho obchodního partnera. Zvýšíte šanci na uzavření obchodu a pomůžete i ostatním. Také dobře fungují nákupy domluvené na úrovni učitelů fiktivních firem. **Účelem fiktivní firmy není generovat zisk, ale zkušenosti.**

3.3.8 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA PODNIKAJÍCÍ FYZICKÉ OSOBY

Založit fiktivní firmu jako podnikající fyzickou osobu doporučujeme především těm školám, které mají nižší hodinovou dotaci výuky ve fiktivní firmě, popř. mají málo vyučovacích hodin na ekonomickou přípravu v průběhu studia. Na jedné škole fiktivní firmy působí tak, že ve třetím ročníku jsou založeny jako podnikající fyzická osoba a v ročníku čtvrtém se z nich stanou společnosti s ručením omezením.

4 CEFIF A JEHO ÚŘADY

Většina agend patřících jednotlivým úřadům CEFIF se děje, pokud není stanoveno jinak, elektronickou formou na webovém prostředí CEFIF Portal – více v kapitole 5. V této kapitole si stručně povíme o tom, jak jednotlivé úřady pracují a co je ve styku s nimi potřeba splnit.

Úřady CEFIF mají své účty u všech fiktivních bank v ČR. Neexistuje tedy jeden centrální účet jako v reálu, ale několik. Platí zásada, že banka platí na účet u té banky, u které má sama vedený účet. Přehled účtů je k dispozici na CE CEFIF.

4.1 ŽIVNOSTENSKÝ ÚŘAD

Živnostenský úřad CEFIF je prvním úřadem CEFIF, se kterým se žáci setkávají. Problematice obchodního jména jsme se věnovali v minulých kapitolách, a tedy ji zde pomineme.

Pokud chce fiktivní firma získat výpis z živnostenského rejstříku, a to zcela jistě chce, tak musí vyplnit tzv. jednotný registrační formulář (JRF), což je poměrně stručný dokument a žákům by neměl činit problémy. Je třeba se však řídit některými zásadami, které se budou jak zde, tak i při styku s dalšími úřady CEFIF hodit.

- Sídlem společnosti je vždy škola a v případě školy disponující více budovami adresa té budovy, kde je fiktivní firma vyučována;
- Je potřeba, aby žáci používali pořád to samé fiktivní rodné číslo a adresu bydliště;
- Je potřeba uhradit správní poplatek⁵;
- Kontaktní adresa je zivnostensky.urad@npi.cz.

4.2 OBCHODNÍ REJSTRÍK

V okamžiku, kdy fiktivní firma získá výpis z obchodního rejstříku (OR), tak má za sebou ten nejtěžší krok směrem k CEFIF.

Zápis do obchodního rejstříku musí učinit všechny fiktivní firmy, tedy i fyzické osoby, ač by v reálu nemusely. Toto je jeden z rozdílů oproti běžné praxi. **Fiktivní firma tak může být buď podnikající fyzickou osobou, nebo společností s ručením omezeným.** Žádné další typy obchodních společností nejsou povoleny (s výjimkou pro banky, které ovšem potřebují souhlas CEFIF k tomu, aby vůbec vznikly).

Žáci mají velmi často problém s přiložením všech povinných příloh k návrhu na zápis do OR. Těmito přílohami jsou:

- zakladatelská listina (jeden majitel) / společenská smlouva (více majitelů);
- oprávnění k podnikání – výpis z živnostenského úřadu;
- potvrzení správce vkladu;
- čestné prohlášení a podpisový vzor jednatele/jednatelů
- zápis z jednání valné hromady;
- souhlas s umístěním sídla společnosti – generuje se při vyplnění JRF.

Před podáním návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku musí být splaceno nejméně 30 % každého peněžitého vkladu.

Je potřeba, aby si žáci uvědomovali, že mají nějakým způsobem nastaveno podepisování dokumentů a toto nastavení dodržovali.

Je potřeba uhradit bezhotovostní platbou poplatek za zápis společnosti do OR.

Kontaktní adresa je obchodni.rejstrik@npi.cz.

4.3 FINANČNÍ ÚŘAD

FÚ CEFIF disponuje modulem na CEFIF Portal, ale většina podání se děje e-mailem na adresu financni.urad@npi.cz.

Využíváme formulářů Finanční správy ČR, a to ať papírových, tak elektronických, které jsou k dispozici na webových stránkách <https://www.financnisprava.cz/cs/danove-tiskopisy/databaze-aktualnich-danovych-tiskopisu>. Taktéž je možné si formulář předvyplnit na portálu Moje daně https://adisepo.mfcr.cz/adistc/adis/idpr_epo/epo2/uvod/vstup_expert.faces a pak jej jenom stáhnout, dopravit a poslat CEFIF.

Důležité je, aby žáci věděli, že každá daň má svůj pevně stanovený termín, kdy se musí zaplatit (např. viz daňový kalendář), ale tyto lhůty pro fiktivní firmy neplatí. Uvědomujeme si, že školní život je jiný než život obchodní společnosti, proto **CEFIF netrvá na dodržování lhůt k odeslání** daňových přiznání, záloh na daně apod. Důležité pro nás je, aby fiktivní firma své povinnosti splnila, ale nemusí to být hned.

FÚ CEFIF neprovádí žádné kontroly na místě. Vaše firma nikdy nebude přepadena náhodnou kontrolou FÚ, pokud by to ovšem vyučující nepožadoval.

V rámci CEFIF nepoužíváme ani EET, ani kontrolní hlášení DPH. Fiktivní firma je registrovaná k daním v okamžiku, kdy odešle správně vyplněný formulář na CEFIF. Ještě zmíníme některé daně:

4.3.1 DAŇ Z PŘÍJMU

Daň z příjmu je jednou ze dvou povinných daní, které musí odvádět každá fiktivní firma. Její odvedení je i jednou z podmínek pro udělení Osvědčení o práci ve fiktivní firmě. Fiktivní firmy mohou využít institutu vyplňování daňového přiznání daňovým poradcem.

4.3.2 DAŇ ZE ZÁVISLÉ ČINNOSTI A FUNKČNÍCH POŽITKŮ

Toto je druhá daň, ke které musí být všechny fiktivní firmy přihlášeny – předpokládáme totiž, že mají zaměstnance. Podklady k této dani žáci nezasílají na CEFIF a jejich výstupy v tomto případě kontroluje vyučující. Je to z toho důvodu, že máme velké množství žáků ve fiktivních firmách a pracovat s těmito formuláři by už bylo kapacitně nad naše možnosti. Poslat platbu je ovšem nutné.

4.3.3 DAŇ Z PŘIDANÉ HODNOTY

Tato daň je v prostředí fiktivních firem nepovinná, a to i pro ty firmy, jejichž obrat za posledních 12 po sobě jdoucích měsíců překročí jeden milion korun. Je to z toho důvodu, že ne každá firma má dostatek vyučovacích hodin k tomu, aby se mohla odpovědně věnovat DPH. Nicméně registraci k této dani velmi doporučujeme.

4.4 ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ZDRAFIK

Fiktivní alternativa Všeobecné zdravotní pojišťovny. Všichni žáci mají povinnost se přihlásit k platbě zdravotního pojištění u této společnosti. Kontaktním e-mailem je zdrafik@npi.cz.

Veškerá agenda se děje přes CEFIF Portal. Doporučujeme fiktivním firmám, aby v případě, že žák onemocní, jej do stavu nemocných převedli i ve fiktivní firmě. Není ovšem v silách CEFIF zajistit, že by docházelo k výplatě nemocenské, když by délka nemoci přesáhla 14 dní. Proto doporučujeme po 14 dnech převést zaměstnance na neplacené volno či uschopnit či pokračovat ve vyplácení z rozpočtu fiktivní firmy.

4.5 SOCIÁLNÍ POJIŠŤOVNA

Fiktivní alternativa České správy sociálního zabezpečení. Všichni žáci mají povinnost se přihlásit k platbě sociálního pojištění. Kontaktním e-mailem je socialni.pojisteni@npi.cz. Veškerá agenda se děje přes CEFIF Portal.

4.6 CENTRÁLNÍ DODAVATEL

Centrální dodavatel je dodavatel, který fiktivním firmám dodává zboží pro jejich podnikání. Přes Centrálního dodavatele doporučujeme nakupovat zboží, které je určené k dalšímu prodeji. Vybavení, jež fiktivní firma nakupuje pro svoji vlastní potřebu (automobil, kancelářský nábytek, občerstvení ad.), doporučujeme nakupovat od ostatních fiktivních firem.

Centrální dodavatel je plátce DPH, proto dodává zboží včetně DPH. Kontaktním e-mailem je centralni.dodavatel@npi.cz. Veškerá agenda se děje přes CEFIF Portal.

Při objednávce fiktivní firma uvede název zboží (ne jejich katalogové číslo) a cenu, za kterou hodlá toto zboží nakoupit. Pracovník CEFIF posoudí, jestli je cena obvyklá. Pokud ano, tak objednávku potvrdí a fiktivní firmě přijde faktura. Pokud ne, tak objednávku vrátí s vysvětlením, proč se tak stalo. Fiktivní firma musí také správně uvést sazbu DPH a také vypočítat její výši.

4.7 CEFIFBANKA

CEFIFBANKA je banka provozovaná CEFIF. Neměla by být hlavní volbou banky pro nově vznikající fiktivní firmy. Tou by měla být fiktivní banka, která je operována přímo žáky fiktivní banky. Informace o těchto bankách naleznete na CD CEFIF na CEFIF Portal. Kontaktním e-mailem je cefifbanka@npi.cz. Veškerá agenda se děje přes CEFIF Portal.

Bankovní účet musí mít každá fiktivní firma. Zároveň ale nepodporujeme, aby fiktivní firma měla více účtů u více bank. Protože firma zakládá účet později, než vyplňuje dotazník fiktivní firmy na CEFIF Portal, tak po založení účtu nezapomeňte tento dotazník aktualizovat.

Účet u CEFIFBANKY založíte vyplněním smlouvy (k dispozici na CD CEFIF) a odesláním na e-mailovou adresu banky.

4.8 FIBA BANKA

V rámci propojení české a mezinárodní databáze fiktivních firem budou umožněny mezinárodní platební příkazy prostřednictvím e-bankingu a tato banka bude zrušena.

4.9 POJIŠŤOVNA CEFIF

Prostřednictvím Pojišťovny CEFIF mohou fiktivní firmy uzavřít především povinné pojištění odpovědnosti za škodu a povinné pojištění cestovních kancelářů. Další druhy pojištění jsou na dohodě mezi fiktivní firmou a CEFIF. Kontaktním e-mailem je komercni.pojistovna@npi.cz.



Obrázek č. 1 Výsle úvodní obrazovky CEFIF Portal v prostředí určeném pro fiktivní firmy

CEFIF Portal (dále CP) je internetové prostředí, přes které fiktivní firma komunikuje s CEFIF. Je to také místo, kde je možné zadat bankovní příkazy nebo si stáhnout informace z CD CEFIF (název CD CEFIF je historický, kdy jsme v minulosti všechny zásadní formuláře a dokumenty posílali školám na CD. Většinu těchto formulářů nahradil CP a zbytek je k dispozici ke stažení). CEFIF Portal je k dispozici na adrese <https://cefifportal.nuv.cz>.

Základní informace k práci s CP jsou na webových stránkách CEFIF <http://www.nuv.cz/p/centrum-fiktivnich-firem/cefif-portal>. Je důležité si uvědomit, že CP je navržen tak, aby se fiktivní firmě vždy zpřístupnili jenom některé funkce. Důvodem je to, že chceme, aby fiktivní firma postupovala postupně a aby vyplnila údaje, které potřebujeme. V této metodice se budeme zabírat CP z pohledu pedagoga, tedy kdy jej použít, v jakém pořadí, co všechno portál umí. CP je konstruován intuitivně a pro průměrně zdatného uživatele by neměla být práce s ním složitá.

Pro účely evidence fiktivních firem potřebujeme znát e-mail vyučujícího. Prosíme, použijte z důvodu GDPR primárně vaše školní e-mailové adresy. Adresu učitele automaticky přiřazujeme do distribučního seznamu pro účely zaslání informačních e-mailů.

Pokud by při práci s CEFIF Portal nastala chyba, udělejte printscreen chybové hlášky a ten pošlete na CEFIF (lukas.hula@npi.cz). Bez chybové hlášky nemůže naše IT podpora identifikovat problém a zjednat nápravu.

5.1 ZALOŽENÍ FIKTIVNÍ FIRMY V CP

Už při registraci se fiktivní firma rozhoduje, jestli bude podnikat jako fyzická, nebo právnická osoba. Podle toho zvolí druh registrace.

Pozor! Po založení není možné změnit právní formu, a to ani zásahem administrátora.

Při registraci fiktivní firmy prosíme, nezapomínejte na to, že je dobré do poznámky dole uvést druhou variantu obchodního jména, kdyby náhodou první byla obsazena nebo shledána nevhodnou. Ušetříte tím čas při registraci.

Vlastní registrace sestává ze dvou kroků: nejprve získáte ověřovací kód a teprve po jeho zadání odešlete registraci pracovníkovi CEFIF ke schválení.

V okamžiku, kdy pracovník CEFIF registraci schválí, se automaticky stane několik věcí:

- Fiktivní firma obdrží IČO, které je zároveň i uživatelským jménem pro vstup do CP.
- Fiktivní firma obdrží heslo pro vstup do systému. Doporučujeme změnit na vlastní.
- Fiktivní firma bude „viditelná“ v generovaném seznamu fiktivních firem.
- Fiktivní firmě se zpřístupní dotazník fiktivní firmy.

5.2 DOTAZNÍK FIKTIVNÍ FIRMY

Dotazník fiktivní firmy slouží k tomu, aby firma o sobě poskytla CEFIF a dalším firmám základní informace. Dotazník je možné editovat. A je to dokonce záhodné, protože v okamžiku vzniku fiktivní firma nebude znát např. své číslo účtu nebo svoji instagramovou adresu. Firma si může sama stáhnout seznam fiktivních firem.

Důležité! Odesláním vyplněného dotazníku se zpřístupní modul pro živnostenský úřad a pro obchodí rejstřík.

5.3 ŽIVNOSTENSKÝ ÚŘAD

Vyplněním JRF – jednotného registračního formuláře získá fiktivní firma živnostenský list a zpřístupní se jí veškeré další moduly.

5.4 OBCHODNÍ REJSTŘÍK

Návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku můžete začít vyplňovat v okamžiku, kdy vyplníte dotazník, ale **není možné jej podat do doby, než je firmě vydán výpis z živnostenského rejstříku** (stejně jako v reálu).

Údaje zapsané do formuláře pro živnostenský úřad se následně propisují i do podání pro obchodní rejstřík. Šablony některých dokumentů (např. pro Společenskou smlouvu), které musíte přikládat k návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku, jsou k dispozici na CD CEFIF, které je umístěné na CP.

5.5 E-BANKING

Tento modul umožňuje zadávat platební příkazy formou internetového bankovníctví. Abyste jej zprovoznil, musíte udělat tyto kroky:

- Založit si účet u některé z fiktivních bank;
- V modulu E-banking propojit svůj účet na CEFIF Portal s bankovním softwarem, který používají banky.

Upozornění! Od školního roku 2021/2022 je používání internetbankingu povinné. Vklady a výběry hotovosti se i nadále uskutečňují prostřednictvím fiktivní banky.

5.6 CENTRÁLNÍ DODAVATEL

V tomto modulu si můžete objednat zboží od CEFIF. Cenu, za kterou se nákup uskuteční, zadává fiktivní firma. CEFIF kontroluje, jestli cena odpovídá a v případě, že by byla nereálná nebo že by objednávka byla nejasná, objednávku vrátí. Hlavním důvodem pro vrácení ovšem bývá skutečnost, že žáci chybně spočítají DPH či výslednou cenu zboží. Potvrzením objednávky ze strany CEFIF je fiktivní firmě automaticky zaslána faktura.

V tomto modulu můžete přímo platit objednávky pomocí kreditní karty. Veškeré informace ke kreditní kartě vám sdělí vaše banka.

5.7 MODUL FINANČNÍHO ÚŘADU

Modul finančního úřadu slouží k nahrávání informací o platbách finančnímu úřadu. Vyplňte údaje o odvedené dani, po zaplacení se platba v databázi spáruje s tímto záznamem a CEFIF ví, že jste zaplatili.

5.8 MODUL SPRÁVY ZAMĚSTNANCŮ

Zde uveďte všechny zaměstnance fiktivní firmy včetně jejich fiktivních rodných čísel. Fiktivní rodná čísla uvádíte i v jiných dokumentech. Je důležité, aby tato fiktivní RČ byla stejná. Bez vyplnění tohoto modulu nemůžete podávat přehledy pro zdravotní a sociální pojištění.

5.9 MODUL ZDRAVOTNÍHO POJIŠTĚNÍ

Zde podáte přehled pro zdravotní pojišťovnu.

5.10 MODUL SPRÁVA SOCIÁLNÍHO POJIŠTĚNÍ

Zde podáte přehled pro sociální pojištění.

5.11 MODUL FIKTIVNÍ FIRMY

Modul má dvě funkce. První z nich je, že si můžete stáhnout seznam fiktivních firem. Druhou funkcí je, že sem můžete vkládat odkazy na online místnosti, kde budete k dispozici vašim obchodním partnerům.

6 AKTIVITY PO ZALOŽENÍ FIKTIVNÍ FIRMY

V této kapitole se budeme věnovat nejdůležitějším aktivitám, které se ve fiktivní firmě dějí v průběhu školního roku.

6.1 ZÍSKÁVÁNÍ OBCHODNÍCH PARTNERŮ

Obchodní partneři jsou z logiky věci nejdůležitějším prvkem pro finanční stabilitu firmy. Ve světě fiktivních firem je jejich význam obdobný, ale ani ne tak kvůli finančním příjmům, jako kvůli uzavřeným obchodům a s nimi spojenými dalšími činnostmi. Úkolem fiktivní firmy není generovat zisk, ale zkušenosti.

Protože obchod je od nepaměti vzájemná směna, tak doporučujeme všem firmám, které oslovují své partnery s nabídkou, aby zároveň nabídly, že v případě uzavření obchodu jsou ochotny také nějaké zboží odebrat.

Při vyplňování dotazníku fiktivní firma vyplňuje, jak moc chce obchodovat. Fiktivní firmy, které uvádějí, že chtějí obchodovat, by měly pozitivně reagovat na každou nabídku, ale zase – i tak jim poskytněte možnost něco prodat vám. Budou jedině rády.

Přirozenými obchodními partnery jsou fiktivní firmy působící na jedné škole. Zároveň se ve fiktivní firmě nebojte oslovovat ostatní pedagogy, aby přišli do hodiny a něco si nakoupili. Nebo za nimi, samozřejmě po domluvě, pošlete žáky. Obchodovat jde i s jinými žáky školy, stačí k tomu jenom vytvořit podmínky. Fiktivní firma je také využívána při dni otevřených dveří. Ukažte rodičům budoucích žáků, jak vypadá výuka u vás na škole, a zároveň naplňte pokladnice vaší firmy!

6.2 NABÍDKOVÉ AKCE

Ke každému období se vážou nějaké významné dny či svátky (Vánoce, Velikonoce ad.). Připravte s žáky akce specifické pro tato období a nabídněte je svým obchodním partnerům. Nabídkové letáky určitě oceníte i při účasti na veletrzích, ale pozor, porotci nemají rádi, pokud jim jsou nabízeny staré reklamní akce.

6.3 WEBOVÉ STRÁNKY A SOCIÁLNÍ SÍŤ

Webové stránky ani sociální síť nejsou povinnou aktivitou, kterou musí fiktivní firma vyvíjet, ale pokud máte jenom trochu prostoru, tak doporučujeme založit a pravidelně aktualizovat minimálně facebookový profil. Pokud máte ve skupině žáky, kteří jsou schopni připravit byť třeba jednoduché webové stránky, nechte jim prostor. Webové stránky se určitě budou hodit a bývá to i jedna z disciplín v soutěžích fiktivních firem. Soutěž zaměřenou na sociální síť pak pořádá pravidelně mezinárodní centrála PEN Worldwide.

6.4 JEDEME NA VELETRH

Účast na veletrzích s sebou nese finanční náklady – cesta, vybavení stánku, propagace, případně ubytování ad. Nejdražší je pak samozřejmě účast na mezinárodním veletrhu v Praze, kde se náklady na účast mohou vyšplhat řádově na nižší desítky tisíc korun (poplatek, ubytování, doprava, náklady na výzdobu stánku, atd.). Ale na druhou stranu, zkušenosti z veletrhu za to stojí. Proto je vhodné se s vedením školy domluvit na rozpočtu pro fiktivní firmu. Porota při soutěžích hledí především na kreativitu, ne na to, kolik má jaká FF k dispozici finančních prostředků, takže peníze opravdu slouží spíše k účasti než k vyhrávání soutěží.

Veletrhy fiktivních firem jsou vrcholem v životě FF. 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. Prostory jsou taktéž různé, někdy školní třída, jindy veletržní stánek 3 × 1 m. Proto první pravidlo pro účast na veletrhu zní: pečlivě se seznamte s propozicemi, a pokud si nejste jistí, tak kontaktujte pořadatele. Předejdete pak případným problémům.

Na veletrh si přichystejte výzdobu stánku. Měla by být spojena s předmětem podnikání. Nedílnou součástí veletržního stánku jsou katalogy, letáky, vizitky apod. Nezapomeňte na veletrh připravit veletržní nabídky. Také je potřeba na veletrh vzít s sebou pracovní smlouvy žáků, kteří vystavují, a výpis z živnostenského rejstříku – stejně, jako to musí splnit reálné společnosti.

Před veletrhem je důležité 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. Není nic horšího, než když porota přijde na stánek v době, kdy je tento žák třeba na obědě a nemá ho kdo zastoupit.

6.5 UKONČENÍ ČINNOSTI FIKTIVNÍ FIRMY

V reálném prostředí existují dva způsoby ukončení činnosti firmy. **Nucená likvidace a dobrovolná likvidace.** Likvidace FF rozhodnutím fiktivního soudu se neděje. Dobrovolná likvidace formou rozhodnutí společníků firmy a následné vypořádání majetku se v prostředí FF děje jenom zřídka. V drtivé většině případů je to proto, že na řádnou likvidaci prostě nezbyde čas. **Pro CEFIF je nejdůležitější, aby věděl, že fiktivní firma ukončuje svoji činnost a je možné ji vymazat z databáze.** Toto je možné učinit dvěma způsoby. Prvním z nich je informování prostřednictvím CEFIF Portal. Druhá možnost spočívá v tom, že vyučující informuje CEFIF, že si přeje vymazat firmu z databáze. Třetí možností je hned v počátku založit fiktivní firmu pouze na omezenou dobu. Firma je pak z databáze odstraněna automaticky.

Byť je fiktivní firma hlavně o zprostředkování zkušeností a pochopení mezipředmětových vazeb, tak před učitelem stojí i jiný úkol – žáky oznámkovat. V podstatě existují tři hlavní způsoby, jak dojít ke známce na vysvědčení, a to:

– Školní

– Firemní

– Kombinovaný

Pojďme se na jednotlivé způsoby podívat podrobněji.

7.1 ŠKOLNÍ ZPŮSOB

Školním způsobem míníme klasické známkování. Ovšem i to je možno pojmout vícero způsoby. Nedoporučujeme psát písemky a žáky ústně zkoušet. Jednak tím vyučující přichází o čas, který je možno věnovat práci, a také tím posunuje výjimečnost předmětu zase zpátky do běžné reality. Tento způsob hodnocení se hodí v případě, když škola pojme fiktivní firmu tak, že se v ní nejprve žáci naučí teorii, kterou si pak následně osahají v praxi.

7.2 FIREMNÍ ZPŮSOB

Firemním způsobem myslíme napodobení simulace procesu hodnocení zaměstnanců, jak jej všichni známe z práce. Zásadní rozdíl zde ovšem je v tom, že hodnotitelem není jenom nadřízený, ale i učitel. Klasický hodnoticí pohovor tedy není rozhovor dvou lidí, ale setkání tří – učitele, hodnoceného žáka a jeho přímého nadřízeného.

K tomu, aby tento způsob hodnocení byl úspěšný, potřebujeme několik **předpokladů**. Prvním z nich je **důvěra**. Musíte věřit, že se žáci ohodnotí opravdu podle toho, jak pracovali, a ne podle vztahů, jaké v žákovském kolektivu panují. Dalším předpokladem je **hodnoticí arch**. Příprava hodnoticího archu je jeden z úkolů, který stojí před personálním oddělením. Třetím předpokladem je informovanost – žáci musí vědět, že hodnocení proběhne, a vedoucí pracovníci musí vědět, že si mají všimnout práce svých podřízených, aby mohli správně hodnotit. Posledním předpokladem je **dostatek času** – hodnoticí pohovory zaberou docela dost času, mají-li být provedeny poctivě.

Celý proces můžete, ale nemusíte pojmout tak, že součástí hodnocení je i sebehodnocení. Ideální scénář je, že nejprve hodnocený provede sebehodnocení. Následně pak zhodnocení provede vedoucí pracovník, navrhne známku a hodnocený žák se k hodnocení může vyjádřit. Poté hodnocení provede pedagog, navrhne známku a žák má opět možnost se vyjádřit. Poslední slovo při udělování známky má samozřejmě vyučující, ale měl by v tomto případě brát v potaz i hodnocení od ostatních účastníků.

7.3 KOMBINOVANÝ ZPŮSOB

Tento způsob v sobě zahrnuje známky, protože žáci rádi vědí, jak si stojí, a na konci pololetí se pak uskuteční hodnoticí pohovor. V tomto modelu doporučujeme udělovat známky za dokončené projekty či aktivity, účast na veletrhu apod. Známek by nemělo být příliš mnoho a jsou spíš orientační – to hlavní se opět odehraje při hodnoticím pohovoru, který probíhá podle stejných pravidel, jak je popsáno výše.

Mezinárodní síť PEN Worldwide⁶ tvoří 40 členských zemí, ve kterých působí cca 7 000 fiktivních firem. Většinou se jedná o země evropské, ale fiktivní firmy najdeme s výjimkou Austrálie na všech trvale obydlených kontinentech. Tyto země utvořily asociaci, která sídlí v německém Essenu a která koordinuje aktivity členských zemí, vytváří prostředí pro jejich vzájemné obchodování, přispívá k šíření myšlenky fiktivní firmy ve světě. Je registrovaná u německého obchodního soudu, řídí se německým právem a její právní forma odpovídá našemu zapsanému spolku.

Asociace je financovaná příspěvky členských zemí a případně dalším projektovým financováním (Erasmus+, Světová banka apod.). Toto vše má na starosti tzv. Koordinační centrum (Coordination Centre – CoC), v jehož čele stojí výkonný ředitel (Executive director), který má k ruce čtyři další spolupracovníky. Všichni jsou k asociaci v zaměstnaneckém poměru.

Oficiálními představiteli jsou prezident a viceprezident, které volí ze svých řad řádní členové (patří mezi ně i Česká republika). Oba jsou členem pětičlenné Managing Committee, což je obdoba dozorčí rady. Je tvořena zástupci národních centrál fiktivních firem. Její mandát je jednoletý a pomáhá zpracovávat nejdůležitější agendy a plány rozvoje asociace. Také zastupuje asociaci na právní bázi a připravuje Members Meeting.

Nejvyšším orgánem je pak tzv. Members Meeting, což je setkání představitelů jednotlivých národních centrál. Toto setkání se koná 2× ročně. Jedná se o obdobu valné hromady, ale její působnost je rozšířená o výměnu zkušeností, nejrůznější workshopy a networking.