



Srednja ekonomsko-poslovna šola Koper

Scuola media di economia e gestione aziendale

Koper – Capodistria

RAZPISANE TEME, NASLOVI ZA IZDELAVO PROJEKTNE NALOGE NA POKLICNI MATURI ZA ŠOLSKO LETO 2026/27

Dijak v dogovoru z mentorjem določi naslov naloge v okviru predlaganih tem.

Rok za oddajo teme, naslova projektne naloge izbranemu mentorju je do četrтка, **22. oktobra 2026**. Ta dan je tudi rok za oddajo obrazca tajnici poklicne mature v času od 10.55 do 12.30 v kabinetu 211.

Koledar za izdelek oz. storitev v obliki projektne naloge je objavljen na spletni strani šole.

Vloga za odobritev teme je na spletni strani šole (zavihek Šolanje/Poklicna matura/Vloga za odobritev teme).

prof. URŠKA POTOČNIK BOŽIČ

1. Primerjava liberalnega in socialno-tržnega gospodarskega sistema
2. Vpliv konkurence na poslovanje izbranega podjetja
3. Proizvodni dejavniki in gospodarnost poslovanja izbranega podjetja
4. Ponudba in povpraševanje na primeru izbranega izdelka ali storitve
5. Pomen mednarodne trgovine za slovensko gospodarstvo

Tema	Pričakovanja mentorice
Kako pridobiti in obdržati dobre sodelavce v majhnem podjetju.	Dijak razišče, kaj je zaposlenim pomembno pri delu, ter pripravi načrt pridobivanja in uvajanja novega sodelavca, predlog motivacijskih ukrepov in način spremljanja zadovoljstva zaposlenih.
Interna komunikacija v podjetju: kako izboljšati pretok informacij	Dijak razišče težave pri pretoku informacij med zaposlenimi ter pripravi načrt interne komunikacije s predlogom kanalov, pravil obveščanja in primerov sporočil ali gradiv.
Podjetje v krizi: kako komunicirati s strankami in javnostjo	Dijak preuči izbran krizni dogodek ter pripravi načrt odziva, razdelitev odgovornosti, zaporedje ukrepov in osnutke sporočil za stranke oziroma javnost.
Kako iz majhnega podjetja ustvariti prepoznavno lokalno zgodbo	Dijak razišče ciljno javnost in možnosti sodelovanja z lokalnim okoljem. Pripravi načrt odnosov z javnostmi, predlog dejavnosti ali dogodka ter primere gradiv za objavo.
Dober vodja, uspešna ekipa	Dijak razišče izbran izziv pri vodenju manjše ekipe ter pripravi načrt razdelitve nalog, odločanja, sestankov, podajanja povratnih informacij in reševanja nesoglasij.
Od ideje do prve stranke: načrt nove storitve za mlade ali lokalno okolje	Dijak preveri potrebe potencialnih uporabnikov ter pripravi zasnovo storitve, načrt organizacije dela in promocije, oceno stroškov in prihodkov ter časovni načrt začetka izvajanja.
Dogodek, ki poveže podjetje in stranke	Dijak razišče interese ciljne skupine ter pripravi celoten načrt izvedljivega dogodka: namen, program, zadolžitve, promocijo, časovnico, stroške in način ocene uspeha.

prof. INGRID BARUCA

1. Poslovni načrt podjetja X
2. Analiza prodaje podjetja X z uporabo ustreznih statističnih metod
3. Analiza gostov v izbranem nastanitvenem objektu X ter analiza njihovega zadovoljstva in zvestobe
4. Analiza gostov v izbranem prehrabnem objektu X ter analiza njihovega zadovoljstva in zvestobe
5. Analiza izobrazbene strukture v podjetju X

prof. KATJA BENČIČ

1. Kam vložiti 10.000 €? Primerjava različnih oblik investiranja
2. Od prve plače do finančne neodvisnosti - finančni načrt mlade osebe
3. Delnice pod drobnogledom - analiza treh podjetij na borzi
4. Kako inflacija »poje« naše prihranke?
5. Plačevanje nekoč in danes - od gotovine do digitalne denarnice
6. Kriptovalute kot naložba - priložnost ali veliko tveganje?
7. Moj prvi naložbeni portfelj - kako razporediti 5.000 €?
8. Poslovni načrt

prof. TINE FARKAŠ

1. Spremljanje stroškov proizvoda skozi proizvodni proces v izbranem proizvodnem podjetju
2. Obvladovanje zalog v izbranem podjetju
3. Vpliv sodobnih informacijskih tehnologij v računovodstvu
4. Kreativno računovodstvo in izogibanje davkom
5. Davčna primerjava med s.p. in d.o.o.
6. Vpliv obrestnih mer na odločitev o najemu posojil

Tema maturitetne naloge	Predlagana usmeritev
Poslovni načrt za izbrano podjetje	Poslovna ideja, analiza trga in konkurence, ciljni kupci, trženjski splet, segmentacija, organizacija, finančni načrt in presoja izvedljivosti poslovne ideje.
Primerjava trženjskih strategij dveh konkurenčnih podjetij	Primerjava ciljnih trgov, pozicioniranja, ponudbe, cen, distribucije in tržnega komuniciranja.
Digitalni marketing podjetja - analiza in predlog izboljšav	Spletna stran, družbena omrežja, spletno oglaševanje, vsebinski marketing, e-pošta; analiza konkretnega podjetja.
Družbena omrežja kot orodje tržnega komuniciranja	Analiza aktivnosti izbranega podjetja na Instagramu, TikToku, Facebooku ipd.; vrste vsebin, odziv uporabnikov in učinkovitost komunikacije.
Vpliv blagovne znamke na nakupno odločanje potrošnikov	Analiza izbrane blagovne znamke in lastna raziskava med potrošniki.
Vedenje potrošnikov in dejavniki nakupnega odločanja	Cena, kakovost, blagovna znamka, priporočila, oglaševanje, družbena omrežja; smiselna je anketa in analiza rezultatov.
Pospeševanje prodaje in njegov vpliv na nakupne odločitve	Popusti, kuponi, vzorci, nagradne igre, programi zvestobe, akcijske ponudbe; analiza konkretnega podjetja ali trgovca.
Cenovna politika podjetja kot instrument trženja in prodaje	Oblikovanje cen, psihološke cene, popusti, akcijske cene, cenovna diferenciacija ter primerjava s konkurenco.
Programi zvestobe kot orodje za ohranjanje kupcev	Analiza konkretnega programa zvestobe in raziskava, ali ugodnosti dejansko vplivajo na ponovne nakupe.

Tema maturitetne naloge	Predlagana usmeritev
Spletna trgovina in nakupna izkušnja kupca	Analiza konkretne spletne trgovine: ponudba, uporabniška izkušnja, plačilo, dostava, vračila, promocija in zaupanje kupcev.
Klasična in spletna prodaja, primerjalna analiza	Primerjava prodajnih poti z vidika podjetja in kupca ter analiza izbranega podjetja, ki uporablja oba kanala.
Vpliv influencer marketinga na nakupno vedenje potrošnika	Analiza konkretne kampanje oziroma blagovne znamke in lastna raziskava
Celostna grafična podoba in prepoznavnost podjetja	Ime, logotip, barve, tipografija, embalaža in drugi elementi identitete; analiza vpliva na prepoznavnost blagovne znamke.
Trajnostni marketing in odnos potrošnikov do trajnostnih izdelkov	Kako podjetje uporablja trajnost kot del svoje ponudbe in komunikacije ter kako to zaznavajo kupci.
Umetna inteligenca v marketingu in prodaji	Uporaba AI pri ustvarjanju vsebin, personalizaciji ponudbe, podpori kupcem, chatbotih in analizi podatkov; analiza konkretnih primerov uporabe.
Zadovoljstvo kupcev kot dejavnik uspešnosti podjetja	Dejavniki zadovoljstva, kakovost storitve, reklamacije, priporočila in ponovni nakupi; raziskava na primeru izbranega podjetja.

prof. TJAŠA KOJIČ

1. Vpliv umetne inteligence na delo administrativnih delavcev
2. Administrativno poslovanje v sodobnem podjetju
3. Digitalizacija storitev javne uprave z vidika uporabnikov

prof. KLEMEN MAUČEC

1. Podobnosti in razlike med d.o.o in enoosebno d.o.o.
2. Posebnosti pokojninskih zavarovanj in novosti po spremembi v letu 2025
3. Posebne oblike prodajnih pogodb (kup na pokušnjo, prodaja s specifikacijo, prodaja po vzorcu ali modelu)
4. Vloga, pomen in namen stanovanjskega zavarovanja
5. Vloga, pomen in namen obveznega avtomobilskega zavarovanja
6. Stvarne služnosti
7. Razlike in podobnosti med k.d. in k.d.d.
8. Stečaj gospodarske družbe

prof. LIA REBULA

1. Trajnostno turizem kot poslovna priložnost
2. Vpliv družbenih omrežji na uspešnost turističnega podjetja
3. Podjetniška ideja v turizmu - od ideje do poslovnega načrta
4. Turistična destinacija kot blagovna znamka

prof. MATEJA STEPANČIČ

1. Bančne provizije in nadomestila - analiza stroškov bančnega računa
2. Varnost plačilnega prometa in najpogostejše spletne finančne prevare
3. Varčevanje za pokojnino z vlaganjem v vzajemne sklade
4. Primerjava klasičnega bančnega varčevanja in varčevanja v vzajemnih skladih
5. Prometni zastoji na slovenskih avtocestah - vzroki, posledice in možne rešitve
6. Poslovni načrt podjetja