



SREDNJA EKONOMSKA,
STORITVENA IN
GRADBENA ŠOLA

ŠOLSKI CENTER KRANJ

ORGANIZACIJA TEČAJEV MINIBRIDŽA ZA SLOVENSKA UČNA PODJETJA

PRIPRAVIL: UP TADO, D.O.O.

JANUAR 2026

1. Povzetek projekta

Ime projekta: Organizacija tečajev minibridža za slovenska učna podjetja

Ponudnik: UP Tado, d.o.o., Srednja ekonomska, storitvena in gradbena šola, Cesta Staneta Žagarja 33, ŠC Kranj

Cilji:

- seznaniti dijake z bridžem (miselna igra s kartami);
- jih poučevati;
- z njimi igrati minibridž;
- razvijati njihovo strateško razmišljanje;
- povezovati učna podjetja med seboj (tekmovanja, skupne aktivnosti ...).

Vrednost za učna podjetja:

- Razvijanje poslovnih kompetenc (izobraževanje, trening, vodenje projektov).
- Aktivno vključevanje dijakov v poučevanje, organizacijo in trženje storitve.
- Izboljšanje predstavitve učnih podjetij na sejmih CUPS.
- Povezovanje s širšo skupnostjo in trgom (dijaki, starši, lokalna skupnost ...).

2. Opis tečaja

2.1 Kaj je minibridž?

- poenostavljena oblika bridža (primerna za začetnike)

Glavne značilnosti:

- omejena licitacija;
- odigravanje kart v borbi za vzetke (štihe);
- primeren za vse starostne skupine (dijaki, učitelji, družine).

2.2 Kaj vključuje tečaj

- uvod v minibridž: predstavitev bridža in minibridža;
- pravila minibridža: kako se igra, določanje točk, kontrakti ...;
- praktične vaje (MS PowerPoint, Excel, namizna aplikacija Wbridge5, spletna platforma BBO, igranje bridža »v živo« ...);
- Analiza primerov (praktično štetje točk, izbira kontraktov, učenje logike igre ...).

3. Vizija in poslanstvo

Vizija: Postati eden najbolj prepoznavnih učnih produktov med učnimi podjetji v Sloveniji, ki prinaša znanje, zabavo in medsebojno tekmovalnost preko kartne igre.

Poslanstvo:

- Spodbujati strateško razmišljanje in sodelovanje med dijaki.
- Razvijati podjetniške kompetence pri dijakih (organizacija storitve, marketing, prodaja, poučevanje ...).
- Povezati učna podjetja skozi tekmovanja in skupne dogodke.

4. Analiza trga in ciljne skupine

Ciljna skupina

- Slovenska učna podjetja (CUPS), ki iščejo inovativne izobraževalne produkte.
- Dijaki v srednjih šolah, ki iščejo dodatne izzive.
- Mentorji in učitelji, ki želijo vključiti minibridž v učni proces.
- Lokalne skupnosti in starši kot potencialni udeleženci tečajev ali dogodkov.

Povpraševanje

- Trend rasti interesov za strateške igre in poučne vsebine v času digitalnega učenja.
- Potrebe po razvojnih kompetencah (logično mišljenje, komuniciranje, sodelovanje).
- Minibridž omogoča vključevanje velikega števila začetnikov (ne vključuje celotne licitacije).

5. Izvedba programa

5.1 Načini izvedbe

- Delavnice v učnem podjetju (»v živo« ali preko spletnih okolij).
- Samostojno učenje z gradivi (<https://tecajbridza.splet.arnes.si>), ki se nadgradijo z vajami in primeri.
- Online in offline kombinacija (dijaki rešujejo predvidene naloge).

5.2 Struktura tečaja

- Uvod v minibridž (zakaj in kako).
- Pravila igre (deljenje kart, razvrščanje kart glede na barve v roki in na mizi, štetje točk, kontrakti, evidentiranje vzetkov ali štihov ..).
- Praktične naloge (igranje »v živo« in s pomočjo aplikacij ...)
- Mini turnir ali tekmovanje učnih podjetij.

6. Trženje in promocija

6.1 Promocijske strategije

- Predstavitev na CUPS marketu (produkt učenja bridža in minibridža kot storitve učnega podjetja).
- Spletna promocija (objave na socialnih omrežjih, spletnih straneh učnih podjetij in e-poštni marketing).
- Sodelovanje med učnimi podjetji (izmenjava izkušenj, skupna tekmovanja ali predstavitve).
- Mentorji kot ambasadorji, ki spodbujajo vključevanje tečaja v učni proces.

7. Financiranje in cenovna strategija

Prihodki

- Prodaja tečaja v obliki paketov (npr. osnovni, razširjeni).
- Organizacija tekmovanj kot storitev za učna podjetja.
- Partnerstva s šolami ali lokalnimi organizacijami v obliki sodelovanje pri dogodkih.

Stroški

- Priprava in nadgradnja učnih vsebin.
- Stroški mentorjev in organizatorjev.
- Marketinški stroški.

7. Financiranje in cenovna strategija

Prihodki

- Prodaja tečaja v obliki paketov (npr. osnovni, razširjeni).
- Organizacija tekmovanj kot storitev za učna podjetja.
- Partnerstva s šolami ali lokalnimi organizacijami v obliki sodelovanje pri dogodkih.

Stroški

- Priprava in nadgradnja učnih vsebin.
- Stroški mentorjev in organizatorjev.
- Marketinški stroški.

8. Tveganja in upravljanje kakovosti

Tveganja

- Nizka vključenost učnih podjetij.
- Omejena dostopnost digitalnih orodij.

Mitigacija (zmanjševanje tveganj ali negativnih učinkov)

- Ponudba pilotnih (poskusnih) delavnic.
- Personalizirana podpora pri izvajanju.
- Redna povratna informacija udeležencev.

9. Merila uspeha

- Število udeležencev v tečaju iz različnih učnih podjetij.
- Zadovoljstvo udeležencev (ankete).
- Število organiziranih minibridž dogodkov ali tekmovanj.