



KATALOG ZNANJA

1 IME PREDMETA: **POSLOVNA PODOBA**

2 SPLOŠNI CILJI

Splošni cilji predmeta so:

- spoznati protokol oblačenja (ang.»dress code«) za različne priložnosti,
- spoznati značilnosti poslovne podobe,
- spoznati pozitivne vplive estetike oblačenja z usklajenim obnašanjem v poslovnem in družabnem okolju,
- kako oblikovati svojo poslovno podobo za javne nastope glede na status in položaj ter vrsto javnih nastopov,
- izboljševati lastno poslovno podobo in imidž organizacije, ki jo predstavljamo,
- krepiti pozitivni odnos do samopodobe,
- negovati pozitiven odnos do poslovne podobe med slovenskimi intelektualci.

3 PREDMETNOSPECIFIČNE KOMPETENCE

V predmetu si študenti pridobijo naslednje kompetence:

- prepoznajo protokol oblačenja za različne priložnosti, ravni in nivoje poslovnega oblačenja,
- spoznajo kako z oblačili izkazovati spoštovanje in dobre odnose s sogovorniki,
- spoznajo pomen poslovne podobe v okviru poslovnih dogodkov v kontekstu kulture podjetja in prepoznavnosti ter imidža organizacije v okolju,
- spoznajo sporočilnost barv, proporcev in celostnega zunanjšega videza ter kako nam ta spoznanja lahko olajšajo komunikacijo,
- prepoznajo svoje telesne značilnosti, proporce, ustreznost barv in svoj stil,
- spoznajo kako oblikovati svojo podobo za javne nastope glede na status in položaj ter vrsto javnih nastopov,
- razvijejo samokritičnost, kritično mišljenje in predvidevajo posledice nebesedne komunikacije.

4 OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI Študent:	FORMATIVNI CILJI Študent:
<ul style="list-style-type: none">• spozna sporočilno moč prvega vtisa, vizualne podobe, razmerje med besednim in nebesednim komuniciranjem;• prepozna vzroke za primernost in neprimernost lastne in zunanje podobe drugih udeležencev v komunikacijskih dogodkih;• pozna, razume in presoja vpliv	<ul style="list-style-type: none">• prepozna, razume in upošteva vpliv različnih vizualnih stilov sodelavcev, strank in poslovnih partnerjev na ustvarjanje ugodnega poslovnega okolja;• uspešno izvaja kontrolo nad svojo vizualno podobo;• na poslovni in družabni dogodek se pripravi glede na specifičnost

<p>poslovne podobe na oblikovanje imidža organizacije in njenih zaposlenih;</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizira različne poslovne, komunikacijske dogodke z vidika poslovne podobe; 	<p>situacije;</p> <ul style="list-style-type: none"> • soustvarja imidž organizacije oz. projekta;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna trženjski splet (7P) in oblike promocije izdelkov namenjenih oblikovanju vizualne podobe; 	<ul style="list-style-type: none"> • kritično obravnava in selektivno uporablja informacije iz medijev;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna kratko zgodovino oblačenja, nege telesa, in oblikovanja blagovnih znamk; 	<ul style="list-style-type: none"> • uporablja izdelke, nastale v preteklosti, ki so osnova za poslovno podobo še danes;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna pomen telesne aktivnosti, vpliva vonja, higienskega minimuma in vzdrževanja oblačil ter obutve; • spozna telesne proporce in možne načine preoblikovanja razmerij; 	<ul style="list-style-type: none"> • pozitivno sprejema lastno podobo in se zaveda pomena telesne aktivnosti ter nege telesa, oblačil in obutve;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna osnove likovne teorije; • spozna pomen in simboliko barv ter njihovo povezavo s poslovno podobo, priložnostmi in osebnostnimi značilnostmi; • spozna pomen harmonije in kontrastov; 	<ul style="list-style-type: none"> • uporablja barve in vzorce v skladu z osebnostnimi značilnostmi in jih prilagaja delovnemu okolju ter specifičnim priložnostim;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna protokol poslovnega oblačenja; • prepozna značilnosti poklicne vloge; 	<ul style="list-style-type: none"> • prepozna poslovno podobo, primerno za svoje poslovno okolje in svojo poklicno vlogo;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna kakšna poslovna podoba je, glede na poklic, primerna za: <ul style="list-style-type: none"> • običajen delavnik, • sprejem poslovnih gostov v lastnem delovnem okolju; • obisk poslovnih gostov na terenu in v njihovem delovnem okolju; 	<ul style="list-style-type: none"> • prepozna in razume razlike v primernosti dnevne, poslovne podobe glede na okolje; • razlike v oblačenju prilagaja sebi in svojemu delovnemu okolju;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna kakšna poslovna podoba je primerna za popoldansko druženje s poslovnimi partnerji na: <ul style="list-style-type: none"> • razstavah in • drugih kulturnih prireditvah; 	<ul style="list-style-type: none"> • prepozna in razume primernost poslovne podobe za popoldansko, manj formalno druženje; • oblačila prilagaja svojemu stilu;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna kakšna poslovna podoba je primerna za večerno druženje s poslovnimi partnerji na: <ul style="list-style-type: none"> • večerjeh, • koncertih in • drugih kulturnih prireditvah; 	<ul style="list-style-type: none"> • prepozna in razume primernost poslovne podobe za večerno druženje s poslovnimi partnerji; • oblačila prilagaja svojemu stilu;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna kakšna poslovna podoba je primerna za: <ul style="list-style-type: none"> • poslovna potovanja, • obisk in predstavitev na sejmi, nastopanje na konferencah; 	<ul style="list-style-type: none"> • prepozna in razume primernost in praktičnost oblačil za potovanja, daljše poslovne odsotnosti in javno nastopanje; • oblačila prilagaja svojemu stilu;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna: <ul style="list-style-type: none"> • pomen povezave vizualne podobe s predstavitvijo v vseh zgoraj navedenih situacijah, • kako pritegniti pozornost nase z oblačili in ustreznim predstavljanjem; 	<ul style="list-style-type: none"> • prepozna pomen sožitja poslovne podobe s predstavitvijo sebe in organizacije; • združuje nebesedno in besedno komunikacijo; • pridobljeno znanje predstavi na zagovoru seminarske naloge.

5 OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV in POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur				Št. ur obremenitve študenta	KT	Št. ur samostojnega dela študenta
PR	SV	LV	SK			
40	30		70	150	5	80

Število kontaktnih ur: 70 (40 ur predavanj, 30 ur vaj)

Število ur samostojnega dela: 80 ur

(25 ur študija literature, 15 študija primerov, 10 ur reševanja praktičnih problemov, 25 ur priprava izdelka, 5 ur priprava na predstavitev izdelka - seminarske naloge in nastop)

Obvezna je prisotnost na vajah ter oddan izdelek – seminarska naloga z zagovorom oz. predstavitvijo.

6 ZNANJE, KI GA MORAJO IMETI IZVAJALCI PREDMETA JE IZ PODROČIJ:

oblikovanje tekstilij in oblačil, organizacija in menedžment kadrovskih in izobraževalnih sistemov, menedžment, ekonomija, sociologija – kadrovski menedžment.

*** ** *** ** *** ** ***

AVTORICA KATALOGA:

mag. Darinka Kazič, ing. tekstilij in oblačil, uni.dipl.organizatorka

Projekt **Impletum**

Uvajanje novih izobraževalnih programov na področju višjega strokovnega izobraževanja v obdobju 2008–11

Konzorcijski partnerji:



Operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo RS za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007–2013, razvojne prioritete Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja in prednostne usmeritve Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja.