



KATALOG ZNANJA

1 IME PREDMETA: **OSNOVE IN TRŽENJE VELNEŠKE IN SPA DEJAVNOSTI**

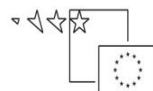
2 SPLOŠNI CILJI

- razumevanje in vrednotenje zdravja in povezave s filozofijo velnesa;
- sposobnost za spremljanje novosti in trendov ter njihov prenos v prakso;
- razvijanje odnosa do okolja in razumevanje povezave ekoloških dejavnikov in dejavnosti;
- znanje uporabe ustrezne informacijsko-komunikacijske tehnologijo za izvajanje konkretnih delovnih postopkov v okviru dejavnosti;
- razumevanje psihološkega vidika vedenja uporabnikov in razvijanje sposobnosti empatije do uporabnika;
- usposobljenost za svetovanje uporabnikom storitev in vzpostavljanje profesionalnega odnosa z njimi;
- razvijanje moralno etičnega odnosa in odgovornosti do strank in sodelavcev;
- razvijanje podjetnosti in timskega dela;
- razvijanje sposobnosti vodenja, načrtovanja, organiziranja in izvajanja dela;
- kritično presojanje med teoretičnimi izhodišči in obstoječo prakso.

3 PREDMETNOSPECIFIČNE KOMPETENCE

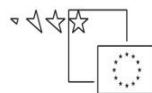
Pri predmetu si študent poleg generičnih pridobi naslednje kompetence:

- pozna pomen celostnega pristopa k zdravju za človekovo počutje in osebni razvoj;
- dojema filozofijo velnesa in razvija osebni odnos do velnesa kot zdravega načina življenja posameznika;
- razume možnost delovanja na področju velnesa kot turistične storitve;
- pridobi temeljna znanja s področja velnesa in spa;
- spremlja novosti in trende na področju velneškega in spajevskega turizma (telesna in lepotna nega, medicinski velnes, velnes v zdraviliščih, na obali, v gorskem svetu in na turističnih kmetijah) in jih implementira v svoje delo;
- je usposobljen za sodelovanje pri trženju novih velneških in spa proizvodov;
- analizira ključne dejavnike ponudbe in povpraševanja na področju velneške dejavnosti;
- zna opredeliti ciljne kupce ponudnika velneških in spa storitev;
- pozna turistične motive in nakupne navade uporabnikov velneških in spa storitev;
- pozna kompleksnost velneških proizvodov in zna oblikovati velneški in spa proizvod;
- sodeluje pri uvajanju novih velneških in spa proizvodov na trg;
- pozna in razume problematiko trajnostnega razvoja v turizmu in njegovo vlogo pri oblikovanju velneških in spa proizvodov;
- svetuje uporabnikom velneških in spa proizvodov ter pripravlja predstavitev ponudbe za izbrane ciljne skupine;
- obvlada načine merjenja zadovoljstva in reševanja nezadovoljstva uporabnikov.



4 OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI Študent:	FORMATIVNI CILJI Študent:
<ul style="list-style-type: none"> • pozna razvoj in filozofijo velnesa kot zdravega načina življenja; • pozna osnove različnih vrst tradicionalne azijske medicine in njihovo povezanost z zdravstvenim turizmom; 	<ul style="list-style-type: none"> • osvešča uporabnike o pomenu zdravja in predstavi uporabnikom filozofijo velnesa;
<ul style="list-style-type: none"> • razume temeljne pojme velnesa, jih zna opisati in pojasniti; • pozna osnovne storitve vseh temeljnih stebrov velnesa v turizmu; • razlikuje med pojmom turistična storitev in turistični proizvod; 	<ul style="list-style-type: none"> • pojasnjuje in svetuje v različnih velnes in spa centrih v skladu z potrebami, željami in pričakovanji uporabnika;
<ul style="list-style-type: none"> • razlikuje pojme velnes, spa in velneški turizem; • razume povezanost zdravja, velnesa in turizma ter delovanja na področju velnesa kot turistične storitve; 	<ul style="list-style-type: none"> • spremlja, upošteva in kritično vrednoti novosti na področju velnesa, spa in velneškega turizma;
<ul style="list-style-type: none"> • pozna vlogo in pomen Slovenske turistične organizacije (STO) in se seznani z krovnimi dokumenti slovenskega turizma ter dokumenti s področja velneške dejavnosti; • pozna vlogo in pomen Banke turističnih priložnosti Slovenije (BTPS); 	<ul style="list-style-type: none"> • pri svojem delu upošteva nacionalno strategijo razvoja turističnega proizvoda Wellness v Sloveniji, Analizo turistične wellneške ponudbe v Sloveniji in Primerjalno analizo (Benchmarking) slovenskih naravnih zdravilišč in zdravilišč v Avstriji, Italiji, na Madžarskem in Češkem; • prepozna priložnost, ki jo nudi BTPS;
<ul style="list-style-type: none"> • razume pojem, pomen in vlogo trženja novih velneških storitev; 	<ul style="list-style-type: none"> • sodeluje pri načrtovanju in koordiniranju trženjskih aktivnosti za potrebe novih velneških storitev;
<ul style="list-style-type: none"> • pozna pomen, proces in postopke raziskovanja trga; 	<ul style="list-style-type: none"> • načrtuje in izvede trženjsko raziskavo (sestavi anketni vprašalnik, izvede anketiranje, interpretira rezultate in jih uporabi);
<ul style="list-style-type: none"> • pozna sestavo trženjskega okolja na področju velneške dejavnosti in razume pomen analize le-tega; • seznani se s analizo potreb in trendov; • seznani se z opredelitvijo konkurentov; 	<ul style="list-style-type: none"> • analizira okolje in poišče tržne priložnosti; • spremlja trende na področju velneške dejavnosti; • spremlja delovanje konkurence in se ustrezno odziva;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna značilnosti slovenskih zdravilišč, pozna različne vrste velneških ponudnikov in loči med različnimi vrstami velneškega turizma; 	<ul style="list-style-type: none"> • analizira ponudbo s področja velneške dejavnosti; • pripravi SWOT analizo;
<ul style="list-style-type: none"> • seznani se s proučevanjem porabniških trgov in vedenjem uporabnikov; • razlikuje psihološke, sociološke, ekonomske in tržne dejavnike vedenja uporabnika; 	<ul style="list-style-type: none"> • prepozna dejavnike nakupnega vedenja in analizira vedenje uporabnikov; • dejavnike vedenja upošteva v procesu svetovanja, trženja in osebne prodaje velnes in spa proizvodov;



<ul style="list-style-type: none"> • pozna pomen in proces ciljnega trženja v velneškem turizmu; 	<ul style="list-style-type: none"> • segmentira trg po posameznih ciljnih skupinah, jih opredeli in določi ciljni trg; • oblikuje velnes in spa proizvod skladno s potrebami in željami ciljne skupine uporabnikov;
<ul style="list-style-type: none"> • razume pomen in proces pozicioniranja velnes in spa proizvoda na trgu ter pomen konkurenčne prednosti; 	<ul style="list-style-type: none"> • oblikuje velnes in spa proizvod, ki se razlikuje od konkurenčnih in vanj vpleta lokalne posebnosti;
<ul style="list-style-type: none"> • razlikuje med parcialnim, integralnim in pavšalnim velnes in spa proizvodom; 	<ul style="list-style-type: none"> • zna oblikovati parcialni, integralni in pavšalni velnes in spa proizvod;
<ul style="list-style-type: none"> • pozna izhodišča za trajnostni razvoj turizma; 	<ul style="list-style-type: none"> • trajnostni razvoj upošteva pri oblikovanju ponudbe;
<ul style="list-style-type: none"> • razume pomen tržnega komuniciranja in pozna sestavine komunikacijskega spleta; 	<ul style="list-style-type: none"> • pripravi načrt promocije in izvede uvedbo novega velnes in spa proizvoda na trg; • promovira velneške storitve z uporabo ustreznih promocijskih orodij;
<ul style="list-style-type: none"> • pozna etična načela in vlogo empatije; 	<ul style="list-style-type: none"> • spoštuje in upošteva uporabnikovo individualnost, zasebnost in medkulturne razlike tako pri oblikovanju, komunikaciji kot izvajanju velneških storitev;
<ul style="list-style-type: none"> • pozna orodja za spremljanje in merjenje zadovoljstva uporabnikov; 	<ul style="list-style-type: none"> • z uporabo različnih orodij meri zadovoljstvo uporabnikov velneških storitev; • analizira dobljene rezultate in poda predloge za izboljšanje zadovoljstva ter prepozna prednosti oziroma slabosti v primerjavi s konkurenco;
<ul style="list-style-type: none"> • spozna pomen in postopek osebne prodaje v velneški dejavnosti; 	<ul style="list-style-type: none"> • pripravi in izvede predstavitev velneških storitev; • uporablja učinkovit način komuniciranja z uporabniki; • obvladuje konflikte; • rešuje reklamacije in pritožbe;

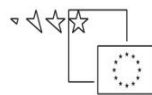
5 OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV in POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur				Št. ur obremenitve študenta	KT	Št. ur samostojnega dela študenta
PR	SV	LV	SK			
45	45		90	180	6	90

Število kontaktnih ur: 90 ur
(45 ur predavanj, 45 ur seminarskih vaj)

Število ur samostojnega dela študenta: 90 ur
(študij literature 45 ur, izdelava seminarske naloge s predstavitvijo oziroma reševanje izzivov in predstavitev rešitev 25 ur, priprava na ogled in predstavitev ponudnikov velneških in spa storitev 20 ur)

Študent mora za uspešen študij: imeti 80-% prisotnost na vajah, aktivno sodelovati na vajah, opraviti pisni izpit.



Posebnosti v izvedbi: vaje potekajo v računalniški učilnici, organizira se ogled vsaj dveh ponudnikov velneških in spa storitev na terenu in predstavitev vsaj dveh ponudnikov velneških in spa storitev v prostorih šole.

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

ekonomije, organizacije, menedžmenta, podjetništva, psihologije, sociologije, pedagogike, andragogike, medicine, farmacije, kozmetike, delovne terapije, živilske tehnologije, biologije, turizma, gostinstva, hotelirsta, športne vzgoje, zdravstvene vzgoje, fizioterapije

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

AVTORICA KATALOGA:
Zdenka Grlica, univ. dipl. ekon.

Projekt **Impletum**

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

Konzorcijski partnerji:



Šolski center
Novo mesto



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.