



Priloga 3_Obrazec za pripravo programov usposabljanj

Naziv programa	Možnosti dodanih vrednosti za eno-gastronomsko dejavnost s pomočjo čuječnosti (neposredno in online)
Področje	Storitve
Predlagatelj programa (ime šole in imena pripraviljalcev programa)	<u>Šolski center Nova Gorica</u> Leon Žunec, samostojni strokovni delavec <u>Društvo Krlina</u> Urška Merljak, spec. integrativne psihoterapije, univ. dipl. pravnica, mediatorica.
Kratek opis programa (max. 150 besed)	<p>Interdisciplinarni program predstavi primer dobre prakse, medresorsko povezuje področja podjetništva, psihoedukacije, čuječnosti in vključuje smernice po covid-19 obdobju na področju eno-gastronomije.</p> <p>Usposabljanje je izrazito izkustveno. Udeležencem omogoči kreiranje dodane vsebinske in posledično finančne vrednosti obstoječi eno-gastronomski ponudbi. Udeleženci pridobijo znanje o grajenju odnosa zaupanja z gosti, s pomočjo tehnik vživljanja, čuječnosti in asertivne komunikacije. Predstavljeni so pristopi, ki omogočajo večji stik z gostom ter gosta z eno-gastronomsko ponudbo z vključevanjem vseh 5 čutil in prebudijo večjo čutnost z aktiviranjem telesne inteligence. Udeleženci bodo oblikovali nove strategije za približevanje gostu.</p> <p>Usposabljanje vključuje praktično delo, v paru, v skupini in individualno med srečanji ter vodi udeležence k oblikovanju končne naloge o nadgradnji svoje ponudbe, s postavitvijo konkretnega cilja.</p> <p>Podajanja znanja poteka zelo inovativno, s povezovanjem različnih kompetenc, ki vključuje delo na več človekovih dimenzijah / inteligencah, kar udeležencu omogoči dostop do kreativnega potenciala pri soočanju z omejujočimi nezavednimi prepričanji.</p>
SPLOŠNI DEL	
Utemeljenost (v skladu z razpisom in analizo potreb)	S programom želimo izboljšati kompetence ponudnikov eno-gastronomske ponudbe.
Ciljna skupina (v skladu z razpisom in analizo potreb)	Zaposleni v gostinstvu in pridelovalce hrane in pijače. (različna podjetja, samostojni podjetniki in kmeti,...).
Pogoji za vključitev v program (v skladu z razpisom)	Status zaposlenega; pogodba o zaposlitvi, status s.p. ali kmeta.



<p>Cilji programa (v skladu z razpisom in analizo potreb)</p>	<p>Poleg ustvarjanja višje prodajne vrednosti bodo udeleženci usvojili učinkovita orodja, tehnike in veščine za upravljanje odnosov s (potencialnimi) gosti. Program bo tako prispeval k večji konkurenčnosti ponudnika. Personalizacija ponudbe.</p> <p>Cilj usposabljanja je ustrezno in kvalitetno usposobljena delovna sila na področju razvoja, prodaje, trženja in oglaševanja v gostinstvu. Zagotovi se osebni razvoj in delovanje v sodobni družbi ob / po covid-19 obdobju, kjer je v ospredju odnos do gosta in varnost.</p> <p>Izboljšanje kompetenc zaposlenih za zmanjšanje neskladij med usposobljenostjo in potrebami gostinstva po covid-19.</p> <p>Zaposleni pridobivajo specialna znanja iz psihoterapevtske znanosti in čuječnosti za delo na delovnih mestih razvoj, prodaja, trženje, oglaševanje v gostinstvu.</p> <p>Program je namenjen poglobljanju in razširjanju strokovnih znanj pa tudi generičnih znanj in spretnosti ter poklicnih zmožnosti. Program prispeva k večji konkurenčnosti. Inovacijski model, koncept, pristop.</p>			
<p>Obseg programa (skupno št. ur)</p>	<p>60 UR</p>			
<p>Oblika dela</p>	<p>Kontaktne ure</p>	<p>*On line delo</p>	<p>Samostojno delo</p>	<p>Drugo (navedite)</p>
<p>Teoretični del (št. ur)</p>	<p>18</p>	<p>6</p>		
<p>Praktični del (št. ur)</p>	<p>7</p>	<p>23</p>		<p>6</p>
<p>Način evidentiranja (lista prisotnosti, podpisana izjava – izdelek, storitev ...)</p>	<p>PPT gradivo, končna naloga skupni pregled osnutka in pitch na zadnjem srečanju</p>	<p>zajem zaslonske slike z uro in datumom, PPT gradivo, e-mail komunikacija</p>		<p>Obisk na terenu – doživetje SUE v Brdih</p>
<p>*Oblika on line dela</p>	<p>Video konferenca</p>	<p>Spletna učilnica</p>	<p>Drugi načini digitalne komunikacije</p>	<p>Samostojno delo</p>
<p>Število ur</p>	<p>6</p>	<p>10</p>	<p>3</p>	<p>10</p>
<p>Način evidentiranja (posnetek video konference, zajem zaslonske slike, elektronski izpis spletne učilnice, lista prisotnosti, e-mail komunikacija...)</p>	<p>posnetek video konference, zajem zaslonske slike z uro in datumom, PPT gradivo</p>	<p>Jamboard, e-delovni zvezek, elektronski izpis spletne učilnice</p>	<p>e-mail komunikacija</p>	<p>končna naloga</p>
<p>Pogoji za končanje programa</p>	<p>80% prisotnost ter opravljenih vsaj 80% praktičnih nalog ter končna naloga.</p>			
<p>POSEBNI DEL</p>				



Vsebine programa

Področje gostinstva in vinarstva splošno in doživetja – primer dobre prakse prejemnika Slovenia Unique Experience znaka STO na področju eno-gastronomije.

Nova dimenzija varnosti – post covid-19.

Trženje in prodaja v gostinstvu - upravljanje odnosov– vzgoja tržnikov z vidika empatije.

Izdelek / produkt vs. koristi.

Mehanizmi čuječnosti: Opazovanje, sprejemanje, pozitivna distrakcija, samoregulacija, sočutje

Opazovanje svojega izdelka iz nevtralne pozicije.

Oblikovanje ciljne skupine in po covid-19 persone.

Sprejemanje trenutnega stanja na trgu in sprememb smernic na svetovni ravni.

Kako biti čuječi gostitelj.

Upravljanje odnosov z gosti z elementi čuječnosti in empatije. Odnos do stranke – začutiti se.

Dojemanja sogovornika s ciljem ustrezne prodaje, nagovora.

Razvoj kompetenc in mehkih veščin ter povečanje kreativnega potenciala pri

- kreiranje eno-gastronomskih doživetij
- oblikovanju rešitev za novo kulturo konstruktivnih medosebnih odnosov, učinkovitejšo komunikacijo in negovanja bolj zavestnih medosebnih odnosov.

Socialna energija: Razumevanje različnosti in reakcije, značaji, teritorialnost.

Metakomunikacija. Zavestna in asertivna komunikacija.

Empatično uživanje.

Čuječi odnosi.

Seznam svojih pozitivnih virov in virov poslovnih partnerjev za oblikovanje gastronomskega doživetja.

Dobavna veriga in povezovanje z lokalnimi pridelovalci.

Kreiranje blagovne znamke in doživetja.

Vrednote blagovne znamke.

Pomen čustev pri predstavljanju svoje ponudbe.

Delo z (nezavednimi) prepričanji in omejitvami: kako doživljam sebe, kako sodelavce in kako (potencialne) goste, kako vrednotim svojo ponudbo, svoj izdelek ter odnose.

Samoregulacija neprijetnih stanj.

Oglaševanje, marketing, digitalni marketing

Storytelling

Sporočilo blagovne znamke.



	<p>Pomembnost in uporaba družbenih medijev.</p> <p>Zgodba - Kohezija in koherenca: na kakšen način bom bralcu sporočil/a določeno misel. Ton (Povedni naklon? Velelni naklon?), dolžina sporočila, pravopis, jasna struktura, način pripovedovanja, stil pisanja, Namen sporočila – odziv bralca.</p> <p>Poglobljena usmerjenost v produkt: hrana, vino – uporabnik ga začuti preko čutenja. Aktivacija petih čutil. Mentalne in fizične tehnike sproščanja.</p> <p>Eno-gastronomija ob upoštevanju naravne in kulturne dediščine kraja. Inovativna predstavitev kulturne dediščine. Predstavitev praktičnega primera dobre prakse Intiniti, z inovativnim pristopom okušanja vina in tipičnih lokalnih jedi.</p> <p>Zelena Slovenija – Slovenia green, zero waste, climate change. Well-being turizem.</p> <p>Osebnostni leadership: prepoznavanje potreb, avto-refleksija, sprejemanje odločitev, samoiniciativnost, samo-motivacija – za iskanje kreativnih rešitev pri oblikovanju gastronomskega doživetja iz izdelka.</p> <p>Delo na terenu – predstavitev doživetja v Brdih.</p> <p>Oblikovanje in predstavitev končne naloge. Zaključevanje in pomen praznovanj.</p>
<p>Kompetence, pridobljene s programom</p>	<p>Pridobivanje teoretičnega, konceptualnega, abstraktnega znanja. Sposobnost uporabe in povezovanja znanja in spretnosti. Uporaba pridobljenega znanja za uspešno zavestno strokovno komuniciranje in socialne kompetence.</p> <p>Eno-gastronomski ponudnik bo razvil avtonomen in etičen način soočanja z izzivi po covid-19 v odnosu do gosta, kot sočloveka. Razvil bo zavedanje o pomenu skupnosti in povezovanja za oblikovanje kulinaričnih doživetij, ki bodo usmerjena trajnostno in v dobrobit okolja, s poudarkom smernic STO o Taste Slovenia. Udeleženci bodo razvijali odgovornost pri skrbi tako zase, svoje zaposlene kot goste in okolje.</p> <p>Izboljšanje kompetenc zaposlenih za zmanjšanje neskladij med usposobljenostjo in potrebami sodobnega časa, ob / po covid-19 obdobju in spremenjenimi navadami, potrebami in vrednotami gosta.</p>



	<p>Program je usmerjen v potrebe trga dela, ki se razvija in uvaja z vedno večjim zanimanjem za najbogatejši, a večkrat zanemarjen, kapital, tj. človekove vire s poudarkom na dvigovanju kompetence avtentičnosti. Kritično bodo osvetlili sedanje kompetence upravljanja z ljudmi, s katerimi sodelujejo, tako zaposlenimi, poslovnimi partnerji in gosti. Pridobili bodo sposobnost osredotočenja na goste, ki jih bodo oblikovali kot persone oz. idealne stranke in razvrstili ciljne skupine v zaporedje (primarna, sekundarna itn.)</p> <p>Zavedanje pomena in vloge uglašene stika z gostom in spodbujanjem njegove osebne rasti ter dviga zavedanja.</p> <p>Prožnost in vztrajnost pri soočanju z novimi izzivi, prepoznavanje posebnih potreb in želja, naravnosti ter prilagaja delo njihovim individualnim posebnostim.</p> <p>Usposobljenost za delovanje v različnih okoljih in pri različnih kulturnih razlikah. Pozitiven odnos do gostov, spoštovanje do njihovih družbenih, kulturnih idr. izhodišč. Spodbuja pozitivne vrednote, stališča in vedenje. Razvijanje moralnega in etičnega čuta za poštenost, natančnost in vestnost pri delu, razvijanje profesionalne odgovornosti - sposobnost prevzemanja odgovornosti za lastni profesionalni razvoj.</p>
Spretnosti , pridobljene s programom	<p>Poglobljeno znanje s področja čuječnosti pri razvoju, oblikovanju, prodaji, trženju in oglaševanju eno-gastronomske ponudbe. Kognitivne - uporaba logičnega, intuitivnega in ustvarjalnega mišljenja; praktične - kreativne spretnosti in čustvena inteligenca. Načrtovanje in vodenje delovnega procesa na podlagi ustvarjalnega reševanja problemov, povezanih s področjem izobraževanja in usposabljanja. Sposobnost izvornih dognanj/stvaritev in kritične refleksije, poglobljenega abstraktnega razmišljanja in sinteze novih idej. Učinkovita uporaba znanja za reševanje konkretnih poslovnih nalog in doseganje projektnih ciljev v realnem okolju. Razvijanje kritičnega, analitičnega in sintetičnega mišljenja. Priprava na spremembe.</p>
Splošne kompetence , dopolnjene s programom	<p>Splošna razgledanost, dvig zavedanja in širša perspektiva. Širitev nabora socialnih veščin. Analitično, ustvarjalno mišljenje ter reševanje problemov in kreiranje novih možnosti.</p> <p>Udeleženci bodo razvijali kompetence sodelovalnega reševanja izzivov, se s čuječnostjo učili "out of the box", kritičnega in ustvarjalnega razmišljanja, jačali kognitivno in psihološko fleksibilnost. Okrepili bodo organizacijske sposobnosti s postavljanjem ciljev in ozaveščanjem pomena socialne inteligence. Pridobili bodo veščine metakomunikacije in asertivnega komuniciranja z zahtevnimi in težavnimi gosti in poslovnimi partnerji. Okrepili bodo kulturno zavest in izražanje.</p>



Organizacija izobraževanja	Vsebinski sklop	Čas trajanja	**Oblika dela
1	Splošno o panogi gostinstva in vinarstva ter doživetjih. Uvod v primer dobre prakse. Nova dimenzija varnosti v post covid-19 obdobju. Mehanizmi čuječnosti. Opazovanje svojega izdelka iz nevtralne pozicije	3	neposredna izvedba
2	Oblikovanje ciljne skupine in po covid-19 persone. Kako biti čuječi gostitelj.	3	neposredna izvedba
3	Razvoj kompetenc in veščin pri kreiranju eno-gastronomskih doživetij ter oblikovanju rešitev za novo kulturo konstruktivnih, bolj zavestnih medosebnih odnosov. Asertivna komunikacija. Dobavna veriga in povezovanje z lokalnimi pridelovalci.	3	neposredna izvedba
4	Kreiranje blagovne znamke in doživetja. Delo z (nezavednimi) prepričanji in omejitvami Samoregulacija neprijetnih stanj.	3	neposredna izvedba
5	Vrednote blagovne znamke. Pomen čustev pri predstavljanju svoje ponudbe. Marketing Storytelling	3	video konferenca
6	Aktivacija petih čutil. Pomen telesne inteligence pri predstavljanju svoje ponudbe.	3	na terenu (če to dopuščajo razmere, sicer video konferenca)
7	Digitalni marketing. Zgodba - Kohezija in koherenca.	3	video konferenca



8	Eno-gastronomija ob upoštevanju naravne in kulturne dediščine kraja. Smernice Slovenia green, zero waste. Povezovanje z well-being in impact turizem.	3	video konferenca
9	Osebnostni leadership. Čuječi odnosi, poslušanje, slišanje. Povratna informacija.	3	neposredna izvedba
10	Predstavitev končne naloge. Čuječe okušanje vina ob zaključevanju. Prepoznavanje pomena praznovanj.	3	neposredna izvedba
	Naloge posredovane udeležencem		Predviden časovni okvir
**Spletna učilnica	Pred in po vsakem modulu in video konferenci. PPT gradivo, Jamboard, E-delovni zvezek		10
**Drugi načini digitalne komunikacije	E-mail komunikacija, video podcast in video učni napotki.		3
**Samostojno delo	Domača naloga in pisni izdelek - končna naloga		10
Izobrazba in kompetence izvajalca(ev) programa (stopnja in smer izobrazbe)	Obvezno: - izobrazba VII. stopnje družboslovne smeri - opravljen najmanj 3-letni študij psihoterapije in delovne izkušnje - izkušnje na področju podjetništva		

Program	Datum	Odobril	Zavrnil – Opombe
Programski odbor	15.4.2021	DA	
Svet zavoda potrdil	20.4.2021	DA	