



Naziv programa	POSLOVNO KOMUNICIRANJE in BONTON
Področje	STORITEV
Predlagatelj programa (ime šole in imena pripravilalcev programa)	BIOTEHNIŠKI CENTER NAKLO Peter RIBIČ, <i>spec.</i>
Kratek opis programa (max. 150 besed)	<p>Izobraževanje Poslovno komuniciranje in bonton je namenjeno skupini zaposlenih z namenom boljše usposobljenosti za delovanje v prodaji in nastopanju v javnosti.</p> <p>Gre za nadgradnjo izobraževanj s področja marketinga z namenom, da se zaposlene usposobi za delo z ljudmi, v prodaji, nastopanju v javnosti in drugo.</p> <p>Vse večja konkurenca na trgu, zahteva stalno prilagajanje, poslovni odnos in gradnjo zaupanja s strankami. Edino na ta način si organizacija na dolgi rok gradi ugled in zaupanje med ljudmi. S tem namenom bomo izvedli usposabljanje, ki bo kandidate opolnomočilo v komunikaciji.</p> <p>Z izobraževanjem želimo zaposlene usposobiti za delo, ki zahteva dober poslovni odnos in na dolgi rok gradi zaupanje ter ustvarjanje pozitivnega delovnega ozračja, temelječega na pozitivnih referencah organizacije.</p>
SPLOŠNI DEL	
Utemeljenost (v skladu z razpisom in analizo potreb)	<p>V skladu z javnim razpisom Ministrstva za izobraževanje, znanost in šport "Izvajanje programov nadaljnega poklicnega izobraževanja in usposabljanja v letih 2018 – 2022" ter skladno s cilji projekta MUNERA3, je potrebno pripraviti nove programe izobraževanja in usposabljanja, ki bodo udeležencem omogočili pridobivanje novih znanj in praktičnih spretnosti, skladno s pričakovanji delodajalcev.</p> <p>Cilj projekta je povečati vključenost zaposlenih v programe nadaljnega poklicnega izobraževanja in usposabljanja ter v skladu s potrebami in razvojem trga dela izboljšati njihove kompetence za večjo zaposljivost ter mobilnosti med področji dela ter osebni razvoj ter delovanje v sodobni družbi.</p> <p>Izobraževalni program Poslovno komuniciranje in bonton je zasnovano tako, da bodo kandidati dobili vpogled v delovanje poslovnega komuniciranja kot celote. Gre za celovit pristop k marketinškim aktivnostim vsake organizacije z namenom doseganja najboljših rezultatov in s tem tudi gradnje odnosa na dolgi rok.</p> <p>Izobraževanje je zasnovano po sklopih, in sicer: pisno komuniciranje, telefonsko sporočanje in bonton, kot osnova za dobro prodajo.</p> <p>Program je zasnovan za delo v skupinah na razvojen način, ki tako omogoča iskanje trajnih rešitev in na splošno možnosti za preboj organizacije med najboljše. Kajti dejstvo je, da je ključ v ljudeh, zato jih je potrebno opolnomočiti za delo s strankami.</p>



Ciljna skupina (v skladu z razpisom in analizo potreb)	Ciljna skupina so kandidati, ki so samozaposleni ali pa vodijo manjša podjetja na področju biotehnike. Zaželeno je, da imajo kandidati stik s kupci, saj bodo na ta način najlažje prenašali novo pridobljena znanja v vsakdanjo prakso.			
Pogoji za vključitev v program (v skladu z razpisom)	Pogoj za vključitev v program je, da je kandidat zaposlen.			
Cilji programa (v skladu z razpisom in analizo potreb)	Poslovno komuniciranje in bonton – celovit pristop k managementu v podjetju. Dober nastop, zvok in slika kot se šika. Kdo sem jaz in kaj želim doseči? Kako komuniciram z najrazličnejšimi strankami? Kako komuniciram s sodelavci v podjetju?			
Obseg programa (skupno št. ur)	50 ur			
Oblika dela	Kontaktne ure	On line delo (max 50 % celotnega programa)	Izdelek ali storitev	Drugo (navedite)
Teoretični del (št. ur)	20 ur			
Praktični del (št. ur)	30 ur			
Način evidentiranja (lista prisotnosti, podpisana izjava – izdelek, storitev ...)	Lista prisotnosti, naloge in nastopi.			
Pogoji za končanje programa	80 % prisotnost			
POSEBNI DEL				
Vsebine programa	Program je sestavljen iz teoretičnega in praktičnega usposabljanja. Vsebuje vsebine modula: PKO <u>Modul Poslovno komuniciranje:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Kandidat pozna pomen učinkovitega komuniciranja s strankami • Osvoji temeljna znanja za trženjsko upravljanje podjetja (4P, 7P); • Razume trženje kot poslovni proces za svojo dejavnost • Obvlada različne vrste komuniciranja (pisno, telefonsko) • Zaveda se pomena bontona v vsakdanjem življenju in delu 			
Kompetence , pridobljene s programom	<ul style="list-style-type: none"> • Kandidat pozna fleksibilnost in podjetnost kot temelj poslovnega uspeha podjetja; • Udeleženec spozna pomen dobrega komuniciranja s strankami in s tem gradnjo dobrega poslovnega odnosa • Elementi trženjskega spleta (trženjski splet, faze življenjskega cikla izdelka/storitve, zunanji izgled izdelka, kakovost storitev, tržno komuniciranje, komunikacijski splet, prodajna cena izdelkov in storitev, prodajne poti, posredniki). • Pojavljanje v javnosti in PR (promocijski splet) 			



	<ul style="list-style-type: none"> Nastop v javnosti. Komuniciranje s sodelavci, kupci, dobavitelji in vsemi drugimi odjemalci Načini komunikacije danes (e-mail, telefon, gsm, družabna omrežja) Pozna pomen bontona v vsakdanjem življenju. 															
Spretnosti , pridobljene s programom	Kandidat prepoznava priložnosti v okolju in pomen dobrega poslovnega komuniciranja s strankami. Osnova komunikacije predstavlja bonton, ki je vodilo pri dobrem poslovnem delovanju znotraj organizacije.															
Splošne kompetence , dopolnjene s programom	<p>Z izobraževanjem udeleženec pridobiva splošne kompetence in jih prenaša v svoje delovno okolje.</p> <p><u>Kandidat pridobiva naslednje splošne kompetence:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Načrtuje svojo poklicno pot in strokovni razvoj - Uporablja IKT opremo - Dela v skupini in vodi tim - Komunicira s sodelavci in predpostavljenimi - Komunicira s strankami - Obvladuje komuniciranje po različnih kanalih, ki jih uporabljamo v sodobnem času za komuniciranje 															
Organizacija izobraževanja (navedba vsebinskih sklopov – modulov, časovni obseg)	<p>Pri kandidatih se predhodno ugotavlja predhodno pridobljena formalna izobrazba (srednja poklicna, srednja strokovna, višja, visoka).</p> <p>Kandidati dokazujejo svojo strokovno usposobljenost tudi z mapo portfolio ter delovnimi izkušnjami.</p> <p><u>Teme, ki jih bodo slušatelji osvojili na usposabljanju:</u></p> <table border="1"> <tr> <td>Kdo sem jaz in kaj želim doseči v karieri?</td> <td>Opredelitev poslanstva, pomena gradnje podobe v javnosti</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Jaz = blagovna znamka</td> <td>Komuniciranje z različnimi javnostmi (starši, dijaki, kolegi, vodstvo, študenti, odrasli ...)</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Poslovno komuniciranje</td> <td>Načini. Namen. Pomen dobrega poslovnega komuniciranja</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Pravila obnašanja. Bonton</td> <td>Sestanki, poslovna srečanja, konference.</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Bonton - praktikum</td> <td>Kaj sporočam s svojim načinom komuniciranja? Bonton v sodobnem času Zvok in slika, kot se šika.</td> <td>10</td> </tr> </table> <p>Izvedbo programa spremljamo z vpisovanjem v dnevnik.</p> <p>Kandidati dnevno vpisujejo svojo prisotnost s podpisom na seznam. Na začetku izvajanja programa kandidati izpolnijo evidenčni list, kjer vodi programa oddajo vse svoje podatke, ki so potrebni za vodenje dokumentacije znotraj projekta.</p> <p>Na začetku izvajanja programa izvajalec pripravi anketni vprašalnik, s katerim ugotovimo predhodna znanja in izobrazbo za vsakega kandidata.</p>	Kdo sem jaz in kaj želim doseči v karieri?	Opredelitev poslanstva, pomena gradnje podobe v javnosti	5	Jaz = blagovna znamka	Komuniciranje z različnimi javnostmi (starši, dijaki, kolegi, vodstvo, študenti, odrasli ...)	5	Poslovno komuniciranje	Načini. Namen. Pomen dobrega poslovnega komuniciranja	10	Pravila obnašanja. Bonton	Sestanki, poslovna srečanja, konference.	10	Bonton - praktikum	Kaj sporočam s svojim načinom komuniciranja? Bonton v sodobnem času Zvok in slika, kot se šika.	10
Kdo sem jaz in kaj želim doseči v karieri?	Opredelitev poslanstva, pomena gradnje podobe v javnosti	5														
Jaz = blagovna znamka	Komuniciranje z različnimi javnostmi (starši, dijaki, kolegi, vodstvo, študenti, odrasli ...)	5														
Poslovno komuniciranje	Načini. Namen. Pomen dobrega poslovnega komuniciranja	10														
Pravila obnašanja. Bonton	Sestanki, poslovna srečanja, konference.	10														
Bonton - praktikum	Kaj sporočam s svojim načinom komuniciranja? Bonton v sodobnem času Zvok in slika, kot se šika.	10														



	<p>Izobraževanje je namenjeno zaposlenim v podjetjih, z najrazličnejšimi pridobljenimi poklici. Gre za nadgradnjo osnovnega izobraževanja z namenom doseganja boljših poslovnih rezultatov. Ustrezen in primeren način komuniciranja v podjetjih, je danes ključ do uspešne organizacije ter zadovoljstva zaposlenih na delovnih mestih.</p> <p>Ob zaključki programa kandidati izpolnijo vprašalnik, s katerim ugotavljamo naslednje cilje:</p> <ul style="list-style-type: none">- Cilj celotnega programa in izvedbe- Ustreznost trajanja programa in zahtevnostno stopnjo, tako teoretičnega, kot tudi praktičnega dela izobraževanja.- Organizacijo izobraževanja- Ustreznost gradiva, ki ga prejmejo udeleženci- Pričakovanja udeležencev- Strokovnost izvajalcev programa <p>Cilj zaključne evalvacije je pomoč pri načrtovanju pri naslednjih aktivnostih in načrtovanju nadaljnjih izobraževanj.</p>
<p>Izobrazba in kompetence izvajalca(ev) programa (stopnja in smer izobrazbe)</p>	<p><u>Teoretičen del:</u></p> <p>Za izvedbo teoretičnega dela programa, morajo imeti izvajalci dokončano univerzitetno ali visoko strokovno stopnjo študija organizacija in management ali ekonomija ali drug ustrezen specializiran program za to področje.</p> <p><u>Praktični del:</u></p> <p>Organizacija in management.</p>

Program	Datum	Odobril	Zavrnil – Opombe
Programski odbor	21. 09. 2018	DA	
Svet zavoda potrdil	08. 10. 2018	DA	