

Načrtovanje medijske produkcije

Zbrana predavanja in vaje iz š.l. 2023/2024 na
FAM, Ljubljana

Srečo Zakrajšek

V Ljubljani, 2025

Srečo Zakrajšek

Načrtovanje medijske produkcije. Zbrana predavanja in vaje iz š.l. 2023/2024 na FAM, Ljubljana

IAM Visoka šola za multimedije, Ljubljana, 2025

Oznaka za cobiss:

V tem gradivu je zbrano gradivo za 13 predavanj in vaj pri predmetu Načrtovanje medijske produkcije, ki sem jih izvedel v š.l. 2023/2024, za izredne študente v 3. letniku na FAM Ljubljana.

Pri predmetu so študenti uporabili tudi gradiva, ki jih je mogoče pridobiti brezplačno na povezavah:

[dLib.si - Načrtovanje multimedijskih izdelkov in storitev](#)

[dLib.si - Načrtovanje multimedijske produkcije](#)

[dLib.si - Priprava in izvedba multimedijske produkcije](#)

[dLib.si - Osnove raziskovalnega dela v multimedijski produkciji](#)

Dodana so tudi izpitna vprašanja.

FUDŠ MN 2023-2024

Načrtovanje medijske produkcije

TEMA 1: UVOD

FAM

Predmet: NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE

- 7 srečanj (16.00 do 20.00).+ izpit
- Predavatelj doc. ddr. Srečko Zakrajšek
(sreco.zakrajsek@iam.si)

URNIK SREČANJ, predavanj in vaj

Predavanja in vaje (srečanja)	Datum	Ure	Teme
1	Sreda 29.11.2023	16.00 – 20.00	TEMA 1 IN TEMA 2 Uvod Iskanje rešitev, izdelkov
2	Sreda 6.12.2023	16.00 – 20.00	TEMA 3 IN TEMA 4 Snovanje izdelkov Zgodbe, barve (obvezna prisotnost študentov)
3	Sreda 13.12.2023	16.00 – 20.00	TEMA 5 IN TEMA 6 Kupci Pobuda, predlog p.
4	Sreda 20.12.2023	16.00 – 20.00	TEMA 7 IN TEMA 8 Specifikacija izdelkov, Družinsko drevo Raziskovalno delo Viri
5	Sreda 3.1.2024	16.00 – 20.00	TEMA 9 in TEMA 10 Tveganja, izvedljivost Ekipa, kom. načrt.
6	Sreda 10.1.2024	16.00 – 20.00	TEMA 11 in TEMA 12 Zaključne dejavnosti Marketinški načrt Zaključevanje projektov (v skupinah)
7	Sreda 17.1.2023	16.00 – 20.00	TEMA 13 Zaključek projekta Predstavitev izdelkov, (obvezna prisotnost študentov)

Ključna sporočila

- **Poskrbite, da delate prave stvari**
(načrtovanje izdelka ali storitve)
- **Preden jih naredite na pravi način**
(načrtovanje in izvedba produkcije)
- **Hitreje, z manj viri (ceneje) in manj tveganji - VITKA PROIZVODNJA**

Osnovne zahteve in pričakovanja

Jasni cilji, naloge in roki.

Prisotnost, sprotno delo.

Točnost in natančnost.

Kolegialnost, timsko delo.

Ustvarjalnost, radovednost.

Uporaba umetne inteligence

Osredotočenost, zavzetost, veselje do študija in dela.

Dva projektna izdelka

Prvi izdelek:

- Multimedijско družinsko drevo (vsaj 30 članov).

Drugi izdelek:

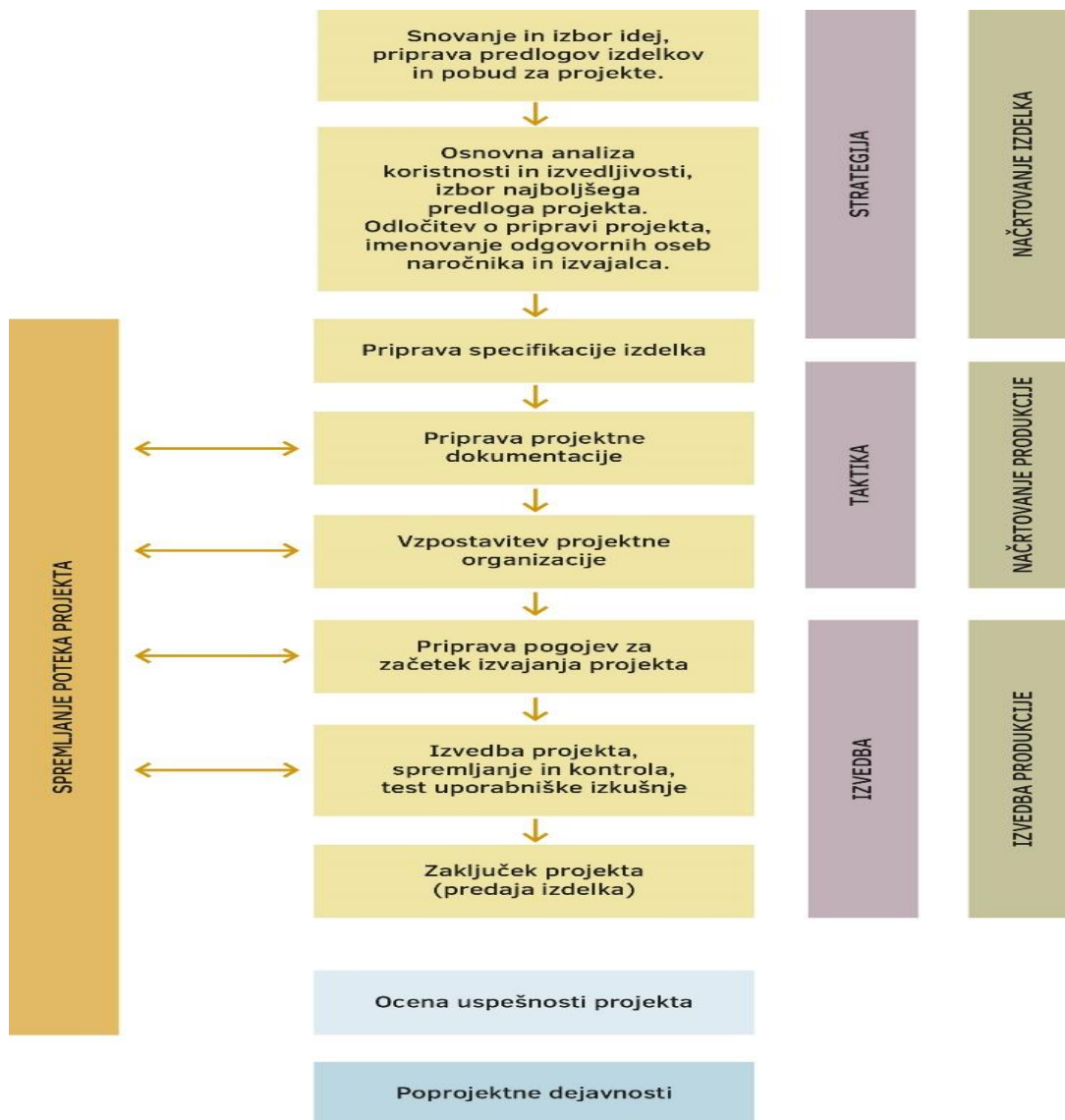
- Priročnik: Načrtovanje priprave konkretnega izdelka ali storitve (TV oddaje, spletnega portala, bloga, knjige, prireditve...). Individualni izdelek pripravljen s pomočjo UI (Umetne inteligence). Pregled vsaj 5 virov, analiza treh podobnih projektov in pogovor tremi strokovnjaki iz tega področja. Najmanj 25 strani. Izdelek mora biti primeren za objavo (urejen, oblikovan). 3 x pregled mentorja.

Predstavitev obveznosti pri predmetu

Ocenjevanje:

- **7 x sprotno delo (60 %) – oddaja sprotnih nalog.** Sprotno delo je treba oddati v soboto, v tednu predavanj ali vaj, do 23. ure. Študenti prisotni na srečanju v živo, opravijo vaje na srečanju in oddajo samo rešene naloge iz testov.
- Odsotnost na predavanju ali vaji z opravičilom (pred srečanjem), pomeni najvišjo možno oceno naloge 8.
- Odsotnost na srečanju na predavanju ali vaji brez opravičila, ali prepozna oddaja naloge, pomeni najvišjo možno oceno naloge 6.
- **Pisni test 40 %** Čas pisanja je 60 minut, brez pomoči virov. Primeri nalog za pisni test so v moodle. Na izpitu je 10 nalog s tematiko iz izpitnih vprašanj.

Shema: Sklopi in dejavnosti projekta v multimedijski produkciji



Tematski sklopi v okviru predmeta

- Pregled in analiza področja medijske produkcije.
- Iskanje in razvoj idej.
- Načrtovanje izdelkov.
- Načrtovanje produkcije.
- Izvedba produkcije.
- Zaključek s predstavitvijo izdelka in dokumentacije.

Gradiva za predmet

- Gradiva v moodle za predavanja (prosojnice in vaje).
- Pisna gradiva (učna gradiva in članki).
- Spletne povezave.

Vsebina in predvideni rezultati prvega srečanja – 1. TEMA

Spoznali in bolje bomo razumeli:

- področje multimedijske produkcije,
- najpomembnejša področja in aplikacije, kjer je potrebno delo novinarjev.
- osnovno shemo za multimedijsko produkcijo,
- osnovne pojme o snovanju in razvoju idej,
- kaj vse se moramo še naučiti in spoznati.

Opravili bomo naslednje:

- pregledali področja multimedijskih produkcij in opisali najbolj znane izdelke, kjer je potrebno delo novinarjev,
- zapisali področja na katerih delujemo,
- zapisali in analizirali tri najboljše izdelke ali storitve, ki jih delamo ter ocenili svoje kompetence,
- pripravili spisek petih idej za nove izdelke ali storitve, ki bi jih radi uresničili v prihodnje,
- analizirali medije in ocenili, kje so izdelki in storitve plačani.

Znamo, oziroma bomo znali:

- opredeliti širše in ožje področje multimedijske produkcije in ovrednotiti najbolj znane izdelke, kjer je potrebno novinarsko delo in proizvajalce,
- ugotoviti, na katerih področjih in s katerimi MM izdelki ali storitvami je mogoče zaslužiti, in obenem predlagati inovativne rešitve za izboljšanje svojih izdelkov,
- pristopiti k iskanju novih idej in rešitev.

Kaj so mediji ?

Po zakonu o medijih

<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO1608>

Mediji so časopisi in revije, radijski in televizijski programi, elektronske publikacije, teletekst ter druge oblike dnevnega ali periodičnega objavljjanja uredniško oblikovanih programskih vsebin s prenosom zapisa, glasu, zvoka ali slike, na način, ki je dostopen javnosti.

Kaj niso mediji ?

Po zakonu o medijih

<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO1608>

Mediji niso bilteni, katalogi ali drugi nosilci objavljanja informacij, ki so namenjeni izključno oglaševanju, poslovnemu komuniciranju, izobraževalnemu procesu ali notranjemu delu organizacij, šolska glasila, Uradni list Republike Slovenije, uradna glasila lokalnih skupnosti in druge uradne objave, plakati, letaki, prospekti in transparenti, ter video strani brez žive slike (neplačana obvestila), razen če je s tem zakonom določeno drugače.

Kaj so programske vsebine ?

Po zakonu o medijih

<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO1608>

Programske vsebine so informacije vseh vrst (vesti, mnenja, obvestila, sporočila ter druge informacije) in avtorska dela, ki se razširjajo prek medijev z namenom obveščanja, zadovoljevanja kulturnih, izobraževalnih in drugih potreb javnosti ter množičnega komuniciranja.

Razvid medijev

V razvid medijev so na podlagi obvezne priglasitve vpisani mediji, ki delujejo v Republiki Sloveniji in izpolnjujejo pogoje, ki jih določa Zakon o medijih. V razvidu so zbrani osnovni podatki o medijih v Republiki Sloveniji.

Medije vpisane v razvid si lahko ogledate na povezavi:

[Vpis v razvid medijev | GOV.SI](#)

Prepoved izvajanja dejavnosti

- **Prepoved izvajanja dejavnosti**
- **16. člen**
- (1) Izdajatelj ne sme razširjati programskih vsebin prek medija, ki ni vpisan v razvid pri pristojnem ministrstvu.
- (2) Pristojni inšpektor lahko v primeru kršitev tega zakona izda odločbo o odpravi ugotovljenih pomanjkljivosti oziroma nepravilnosti in določi rok za njihovo odpravo.
- (3) Pristojni inšpektor lahko izdajatelju, ki razširja programske vsebine prek medija, ne da bi bil vpisan v razvid, prepove opravljanje dejavnosti, ter mu zaseže delovne priprave, izdelke in material, ki se uporabljajo za opravljanje dejavnosti.

RAZMISLEK

Preučite medijski zakon in ga ocenite s stališča vrste novih medijev.

Je potreben sprememb in kakšnih po vašem mnenju ?

Ali je mogoče in potrebno vse o medijih, kot načelno neodvisni veji, spraviti v zakon ?

(Priporočam pomoč UI in drugih virov).

RAZMISLEK

Zapišite v treh točkah, kaj bi bilo treba, po vašem mnenju, v zakonu spremeniti in vsak predlog utemeljite !

Od člena 129 naprej so kazni !

Predlogi in utemeljitve sprememb zakona o medijih

	Predlagam spremembo ali dopolnitev	Utemeljitev
1		
2		
3		

Pomoč UI: Kaj manjka v slovenskem medijskem zakonu s stališča sodobnih medijev ?

- Na žalost moji podatki segajo le do septembra 2021, zato ne morem zagotoviti najnovejših informacij o morebitnih spremembah v slovenskem medijskem zakonu po tem datumu. Vendar pa lahko navedem nekaj splošnih vidikov, ki bi jih sodobni mediji morda želeli videti v zakonodaji:
- **Digitalna vsebina in distribucija:** S sodobnim hitrim razvojem digitalnih medijev bi zakonodaja morala obravnavati tudi vprašanja, povezana z digitalno distribucijo vsebin, avtorskimi pravicami na spletu, zaščito osebnih podatkov, plačevanjem za digitalne vsebine, itd.
- **Neodvisnost in transparentnost:** Zagotavljanje neodvisnosti medijev je ključno za svobodo tiska. Zakonodaja bi morala vključevati mehanizme za zagotavljanje neodvisnosti novinarjev pred političnimi in komercialnimi vplivi. Prav tako bi morala zahtevati večjo transparentnost lastništva medijev, da bi bralci in gledalci lažje razumeli, kdo stoji za določenimi vsebinami.
- **Napredna avtorska pravica:** Sodobni mediji se soočajo z izzivi pri varovanju avtorskih pravic v digitalnem okolju. Zakonodaja bi morala omogočiti boljšo zaščito avtorskih pravic in hkrati spodbujati inovacije ter svobodo izražanja.
- **Fejk novice in dezinformacije:** Zakonodaja bi lahko določila smernice ali zahteve za označevanje in obvladovanje lažnih novic ter dezinformacij. To bi lahko vključevalo sodelovanje s platformami in družbenimi omrežji za preprečevanje širjenja neresničnih informacij.

Pomoč UI: Kaj manjka v slovenskem medijskem zakonu s stališča sodobnih medijev ?

- Podpora lokalnim in neodvisnim medijem: Spreminjajoči se medijski krajini bi zakonodaja lahko nudila spodbude ali olajšave za lokalne in neodvisne medijske organizacije, da bi ohranili raznolikost in kakovost medijskega pokrajinskega ekosistema.
- Izobraževanje novinarjev: Vključevanje programov za izobraževanje novinarjev o etičnih standardih, uporabi tehnologije in drugih relevantnih vsebinah bi lahko pripomoglo k dvigu kakovosti novinarskega dela.
- Sodelovanje medijev z javnostjo: Zakonodaja bi lahko spodbujala transparentnost in sodelovanje med mediji ter javnostjo, kar bi prispevalo k večji zaupanju in povečanju odgovornosti medijev.
- Izzivi digitalnega oglaševanja: Spreminjanje modelov oglaševanja v digitalnem svetu prinaša nove izzive. Zakonodaja bi se lahko ukvarjala z vprašanji glede zasebnosti uporabnikov, transparentnosti oglaševalskih praks in varstva pred zavajajočimi oglasi.

Zavedajte se, da so to le splošni vidiki, ki bi jih zakonodaja lahko obravnavala glede na potrebe sodobnih medijev. Natančne potrebe se lahko razlikujejo glede na kontekst in specifične izzive, s katerimi se soočajo mediji v Sloveniji.

Katere ukrepe naj sprejme javna televizija, ko ugotovi, da ima premalo sredstev za izvajanje programa, obenem pa ji pada gledanost ?

- **ChatGPT:** Ko se sooča s pomanjkanjem sredstev in padajočo gledanostjo, javna televizija lahko sprejme različne ukrepe, da bi ohranila svoj položaj in izboljšala svoj program. Spodaj so nekateri možni ukrepi:
- **Optimizacija stroškov:**
 - Pregled in optimizacija notranjih procesov ter zmanjšanje nepotrebnih stroškov.
 - Revizija pogodb s sodelavci, dobavitelji in zunanjimi partnerji za boljši finančni dogovor.
- **Poudarek na vsebini:**
 - Analiza priljubljenosti oddaj in programov ter povečanje sredstev za tiste, ki imajo večjo gledanost.
 - Vlaganje v kakovostno, privlačno in inovativno vsebino, ki lahko pritegne nove gledalce.
- **Sodelovanje s partnerji:**
 - Iskanje zunanjih partnerjev in sponzorjev za financiranje specifičnih projektov ali programov.
 - Sklenitev partnerstev za skupne produkcije, kar lahko zmanjša stroške proizvodnje.
- **Diversifikacija prihodkov:**
 - Razmislek o različnih virih dohodka, kot so licenciranje vsebine, prodaja oglaševalskega prostora in spletna prodaja vsebin.
 - Razvoj dodatnih storitev, kot so npr. spletni pretoki, mobilne aplikacije ali naročniški modeli.

Drugi del odgovora ChatGPT

- **Ojačanje prisotnosti na spletu:**
 - Povečanje vlaganj v digitalno prisotnost, vključno z uradno spletno stranjo, družabnimi omrežji in platformami za pretočno oddajanje.
 - Razvoj digitalnih vsebin, ki lahko privabijo novo občinstvo.
- **Komunikacija z občinstvom:**
 - Povečanje naporov za komunikacijo z gledalci in pridobivanje povratnih informacij.
 - Prilagajanje programov glede na povratne informacije in preference gledalcev.
- **Reorganizacija in prilagajanje programiranja:**
 - Prilagajanje urnika programov glede na gledanost in obnašanje občinstva.
 - Razmislek o novih formatih, ki lahko pritegnejo različne skupine gledalcev.
- **Lobiranje za dodatna sredstva:**
 - Aktivno lobiranje pri vladi, donatorjih in drugih potencialnih virih za dodatna sredstva za izvajanje programov.
- Vsak od teh ukrepov bi moral biti premišljen in prilagojen posebnim izzivom, s katerimi se sooča določena javna televizija. Kombinacija več ukrepov in stalno prilagajanje strategije sta ključna za uspešno soočanje s finančnimi in gledalskimi izzivi.

Zahteve sodobnega trga

Sodobni trg **zahteva**:

- stalno dostopnost in visoko kakovost ter „pametno“ ravnanje izdelkov, storitev, dogodkov ipd.(ob **čim nižji ceni**)
- stalno **išče**: nove, izvirne, zanimive, atraktivne, neobičajne, inovativne izdelke, storitve, dogodke, doživetja itd.
- vse kar je mogoče povezati se **povezuje**, kar je mogoče deliti, se deli.

Značilnosti sodobnega trga

- Ljudem ni dovolj branje, gledanje poslušanje, dogodke želijo resnično doživeti in deliti izkušnje z drugimi,
- vse kar je mogoče povezati se povezuje,
- nikoli še ni bilo toliko ljudi povezanih in niso imeli tolikšnega medsebojnega vpliva.

Produkcija

- Proizvodnja (produkcija) pomeni proizvajanje (produciranje) ali ustvarjanje izdelkov in storitev – od ideje ali naročila.
- Proizvodnja ali izdelava izhoda (output), to je proizvodov in storitev, se mora stroškovno pokriti, poleg tega pa je treba ustvariti še dodatno vrednost za razvoj družbe in dobiček lastnika.

Spletni viri

Kaj je multimedija ?

- <https://www.youtube.com/watch?v=GWbKu5n04Oo>

Področja multimedijske produkcije

Aplikacije, avdio produkcija, AV in filmska montaža, MM oprema za transportna sredstva (avtomobili, vlaki, letala ...), blogi, digitalna knjižnica, 2D-animacija, DJ, digitalna ilustracija, e-izobraževanje, filmska industrija, fotografija, grafično oblikovanje, igralništvo, klubske zabave, konference, mobilne aplikacije, multimedijske instalacije, načrtovanje multimedijske opreme in postopkov, oglaševalski izdelki in akcije, podcasti, priprava gradiv za elektronske table in izobraževalne platforme, prikazni panoji, prireditve, promocijski projekti, simulacije, scenariji (filmi, reklame, tveganja ...), spletna produkcija, tehnična organizacija prireditev, tisk, video produkcija, 3D-modeliranje in animacija, VJ, virtualna resničnost, vlogi itd.

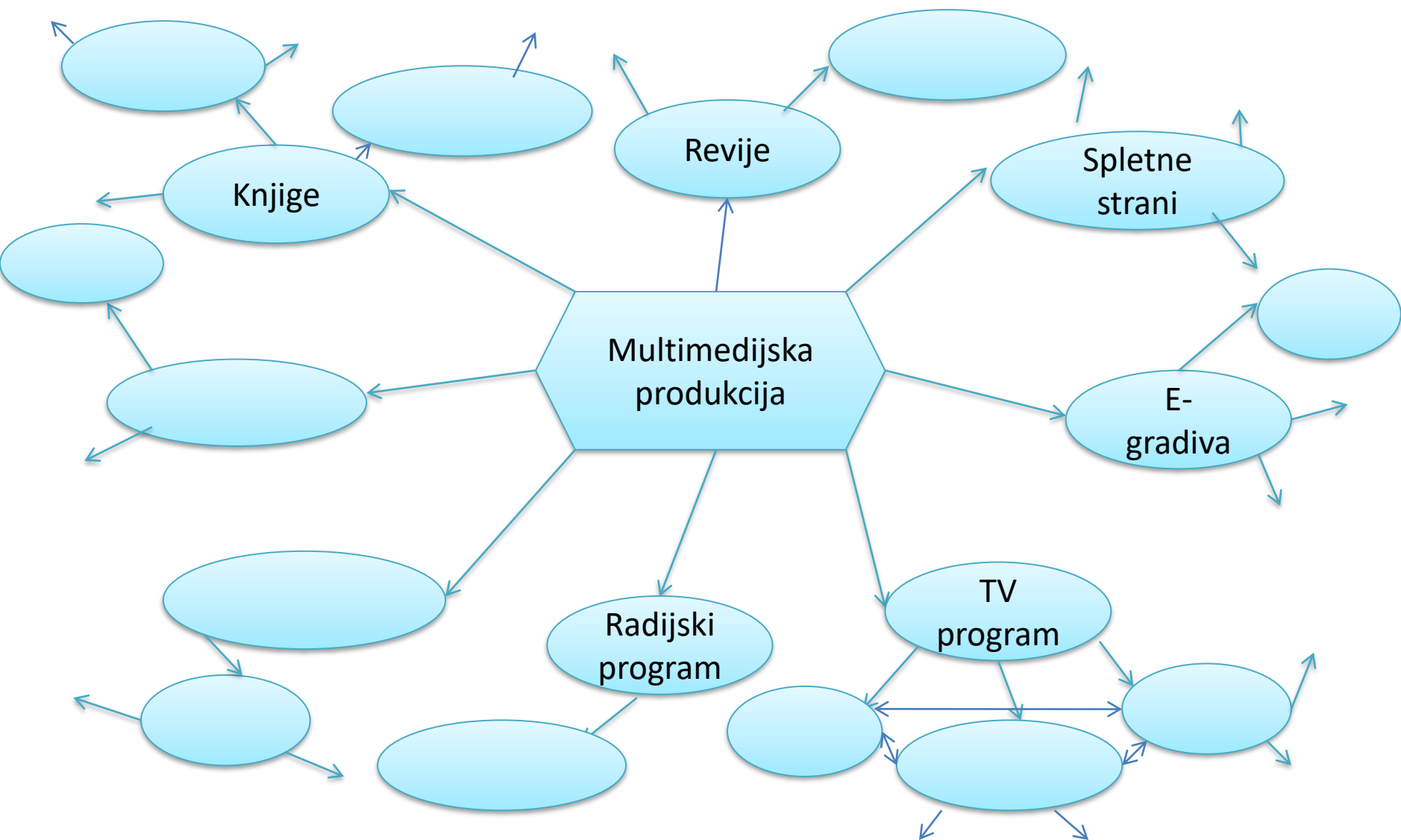
Multimedijska produkcija-značilnosti

- da vključuje vsaj dva medija,
- da temelji na digitalnih tehnologijah, uporabi umetne inteligence ter mobilnih in spletnih storitvah,
- da morajo biti izdelki prilagojeni za različne operacijske sisteme in platforme za prikazovanje,
- globalizacija, povezljivost, interaktivnost, stalen razvoj »pametnih« izdelkov, ki se lahko zelo hitro uveljavijo na mednarodnem tržišču,
- da deluje v globalnem tržnem gospodarstvu – lokalne in specifične zahteve, velike možnosti, huda konkurenca.

Multimedijska produkcija - značilnosti

- Prisotna in obvezna je na vseh področjih, ki imajo največji trg (zabava, oglaševanje, izobraževanje ...), ter ima lokalni in globalni trg,
- da morajo izdelki upoštevati značilnosti, posebnosti in zahteve različnih okolij,
- da temelji na ustvarjalnosti, inovativnosti, interaktivnosti;
- **da potrebuje stalno nove vsebine, dogodke, pristope, rešitve, izdelke, storitve, ...**
- da omogoča izdelavo, spremljavo, prikaz ter oceno (poslovne) uspešnosti izdelkov.

Pomoč pri delu – miselni vzorci



Vaja 1.

Naloga 1. Izpolnite preglednico 1:
Področje multimedijske produkcije in
znan izdelek ali storitev, kjer je
potrebno novinarsko delo oziroma
poznavanje priprave vsebin.

(Priporočam pomoč UI).

Področje	Znan izdelek ali storitev, kjer je potrebno tudi novinarsko delo oziroma kompetence priprave dobrih vsebin
Izobraževanje	
Animacije	
Družbena omrežja	
Blogi	
Oglaševanje	
TV-oddaje	
Radijske oddaje	
Filmi	
Simulacijske naprave	
Plakati	
Prikazni panoji	
e-časopisi	
Spletni portali	
Video strani	
Spletne strani	
Umetna inteligenca	
Elektronske table	
Izobraževalni portali	
Drugi izdelki za izobraževanje	
Prireditve	
Podkasti	
Aplikacija 1	
Aplikacija 2	
Aplikacija 3	
Aplikacija 4	
Igralništvo	
Računalniške igre	

ZAKAJ IN KAKŠNA (MULTI)MEDIJSKA PRODUKCIJA

???

ZAKAJ NAČRTOVANJE (MULTI)MEDIJSKE PRODUKCIJE

???

**DOBRE STVARI SE NAČRTUJEJO,
SLABE PRIDEJO SAME OD SEBE**

Vaja 2.

Predstavitev študentov in njihovega dela, izdelkov in kompetenc

Izpolnite preglednico 2

V preglednico 2 napišite tri področja s katerimi se ukvarjate na področju medijske produkcije in iz vsakega področja en izdelek ali storitev ter ciljno skupino.

Izpolnite preglednico 3

V preglednici 3 ocenite svoje potenciale in kompetence na določenem področju medijske produkcije.

Vaja 2. naloga 1

V preglednico 2 napišite tri področja s katerimi se ukvarjate na področju medijske produkcije in kakšen izdelek ali storitev bi želeli narediti.

Št.	Področje ukvarjanja	Izdelek ali storitev	Ciljna skupina
1			
2			
3			

Vaja 2. naloga 2

V preglednici 3 ocenite svoje potenciale in kompetence na določenem področju multimedijske produkcije.

Št.	Področje	Slabi	Zadovoljivi	Dobri	Zelo dobri	Odlični
1						
2						
3						

Multimedijska produkcija – problem (ali tudi izziv) plačljivosti izdelkov

DA Infrastruktura (linije, telefoni, ..), oprema, programi (razen prosto dostopnih in ukradenih)

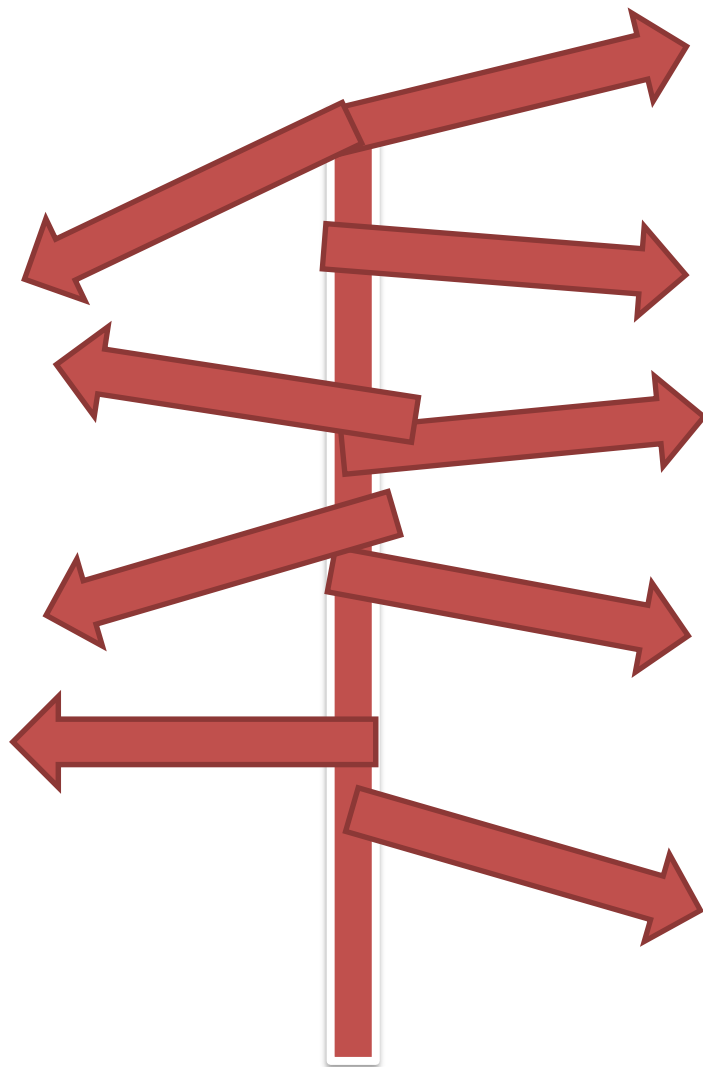
DA nekatere knjige in časopisi, prireditve, nekatere vsebine na spletu (teksti, glasba, filmi,)

NE večina (manj zahtevnih) vsebin na spletu ter na TV in radijskih postajah, brezplačniki,

Vaja 3

[Poglejte prispevek](#)

Doma preučite članek: Od e-konzumiranja k e-produciranju (članek T. Praprotnika v gradivih) in napišite tri stvari, ki se vam zdijo koristne za vaše delo.



KAM ?

Kam usmeriti svojo dejavnost

- Napredni proizvajalci se usmerijo v **visoko inovativne**, zanimive in „**pametne**“ ter kar najbolj potrebne in koristne produkte, ki zahtevajo **veliko znanja**, **visoke tehnologije** in izobražene ljudi, ob majhni **rabi energije** in **porabi materialov – VITKA PROIZVODNJA**
- Take proizvodnje so tudi **okolju** najbolj **primerne**



Vaja 4

V preglednico napišite tri ideje za rešitev določenega konkretnega problema, pripravo določenega izdelka ali storitve, izboljšanje stanja na področju (multi)medijev, ... ipd. Uporabite pomoč UI.

Kratka predstavitev problema, izdelka, stanja.

Številka	Ideje in možne rešitve
1	
2	
3	

Pomoč UI: UI napiši mi prosim sinopsis zgodbe, ki jo bom lahko uporabil v oglasnem videu za knjigo o zdravi prehrani.

Naslov: "Okusno Zdravo: Pot do Vitalnosti skozi Prehrano,,

- Sinopsis: Vstopite v svet "Okusno Zdravo" – navdihujoče knjige, ki vas bo popeljala na razburljivo popotovanje skozi prehrano in zdravje. Glavna junakinja, Ana, je mlada in energična ženska, ki se je odločila spremeniti svoje življenje z zdravo prehrano. Sledimo ji na poti odkrivanja, ki je polna presenečenj, okusnih receptov in pomembnih spoznanj.
- Ana se začne zavedati, kako pomembno je pravilno hraniti svoje telo, da bi dosegla optimalno telesno in duševno stanje. Ko začne raziskovati različne načine prehranjevanja, se znajde pred številnimi izzivi in vprašanji. S pomočjo strokovnjakov za prehrano, kuharjev in drugih navdihujočih posameznikov odkriva, kako sestaviti uravnotežen jedilnik, ki bo podpiral njeno dobro počutje.
- Medtem ko se Ana uči novih receptov, spoznava tudi ljudi, ki so s pomočjo zdrave prehrane premagali svoje zdravstvene težave in dosegli večjo vitalnost. Njihove zgodbe služijo kot vir motivacije in vzpodbude, da tudi sama nadaljuje na svoji poti do boljšega zdravja.
- Vrhunci knjige vključujejo Anino potovanje do odkritja, kako pravilno kombinirati različna živila za najboljše rezultate, kako se spoprijeti s skušnjavami in preprekami ter kako sprostiti svojo kreativnost v kuhinji. Skozi privlačne ilustracije in barvite opise boste lahko spremljali, kako se Anina prehranska filozofija razvija in kako se pozitivni učinki prenašajo na vse vidike njenega življenja.
- Ta knjiga ni le kuharica z zdravimi recepti, ampak je tudi navdihujoč vodnik za tiste, ki želijo prevzeti odgovornost za svoje zdravje. "Okusno Zdravo: Pot do Vitalnosti skozi Prehrano" vabi bralce, da se pridružijo Ani na njeni poti do zdravega, uravnoteženega in polnega življenja, kjer je vsak grižljaj priložnost za negovanje telesa in duha.

Obvezno sprotno delo TEMA 1

- Opravite in oddajte vaje za Temo 1.
- Študenti, ki ste bili prisotni na predavanju v živo, oddate samo odgovore na izpitna vprašanja 1 do 5.

Preučite gradivi:

- Načrtovanje MM izdelkov in storitev (str. 1 do 19)
- Tehnike kreativnosti (od začetka do strani 30).

Pričetek priprave družinskega (multimedijskega) drevesa

- **Začnite takoj!** Začetek je več kot preprost. Vzemite kos papirja, nanj vpišite svoje ime in priimek, datum in kraj rojstva. Nadaljujte z vpisom imena in priimka očeta in matere. Tudi zanju vpišite datum in kraj rojstva, poroke in tako naprej, da bo vpisanih vsaj 30 sorodnikov.
- [O društvu \(rodoslovje.si\)](http://rodoslovje.si)

Gradiva iz videolectures

Reading and Writing as a Creative Cycle: The
Need for a Computational Model -
VideoLectures.NET

http://videolectures.net/s3mr2010_jain_cda/?q=modern%20media

NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE

VAJE ZA TEMA 1 UVOD

RAZMISLEK

Preučite medijski zakon in ga ocenite s stališča vrste novih medijev.

Je potreben sprememb in kakšnih po vašem mnenju ?

Ali je mogoče in potrebno vse o medijih, kot načelno neodvisni veji, spraviti v zakon ?
(Priporočam pomoč UI in drugih virov).

	Predlagam spremembo ali dopolnitev	Utemeljitev
1		
2		
3		

Vaja 1

Naloga: Izpolnite preglednico 1: Področje multimedijske produkcije in znan izdelek ali storitev, kjer je potrebno novinarsko delo oziroma poznavanje priprave vsebin.

Preglednica 1: Področje multimedijske produkcije in znan izdelek ali storitev

Področje	Znan izdelek ali storitev, kjer je potrebno tudi novinarsko delo oziroma kompetence priprave dobrih vsebin
Izobraževanje	
Animacije	
Družbena omrežja	
Blogi	
Oglaševanje	
TV-oddaje	
Radijske oddaje	
Filmi	
Simulacijske naprave	
Plakati	
Prikazni panoji	

e-časopisi	
Spletni portali	
Video strani	
Spletne strani	
Umetna inteligenca	
Elektronske table	
Izobraževalni portali	
Drugi izdelki za izobraževanje	
Prireditve	
Podkasti	
Aplikacija 1	
Aplikacija 2	
Aplikacija 3	
Aplikacija 4	
Igralništvo	
Računalniške igre	

Vaja 2.

V preglednico 2 napišite tri področja s katerimi se ukvarjate na področju medijske produkcije in kakšen izdelek bi želeli narediti .

Preglednica 2: Področje ukvarjanja, izdelek in ciljna skupina

Št.	Področje ukvarjanja	Izdelek ali storitev, ki ga želim narediti	Ciljna skupina
1			
2			
3			

V preglednici 3 ocenite svoje potenciale in kompetence na določenem področju medijske produkcije.

Preglednica 3: Ocena lastnih potencialov in kompetenc na določenem področju

Št.	Področje	Slabi	Zadovoljivi	Dobri	Zelo dobri	Odlični
1						
2						
3						

Vaja 3

Poglejte prispevek

Doma preučite članek: Od e-konzumiranja k e-produciranju (članek T. Praprotnika v gradivih) in napišite tri stvari, ki se vam zdijo koristne za vaše delo.

Št.	Kaj se vam zdi koristno in uporabno za vaše delo
1	
2	
3	

Vaja 4

V preglednico napišite tri ideje za rešitev določenega konkretnega problema, pripravo določenega izdelka ali storitve, izboljšanje stanja na področju (multi)medijev, ... ipd. Uporabite pomoč UI.

Kratek opis problema, izdelka, stanja:

Preglednica 5: Tri ideje za rešitev določenega problema, pripravo izdelka, izboljšanje stanja, na določenem področju. Najprej poskusite sami, nato uporabite pomoč UI.

Številka	Ideje in možne rešitve
1	
2	
3	

Avtor (ica):

Naloga

V preglednico 4 zapišite 10 medijev, kjer novinar lahko iz Slovenije, ali v Sloveniji zasluži s svojim znanjem (z izdelki ali storitvami) in tudi ocenite vrsto in višino možnih prihodkov (na uro, na dan, na avtorsko polo, na fotografijo,). V kolikor nimate podatkov, jih poskušajte pridobiti – najдите in opišite različne poti !
(Priporočam pomoč UI in drugih virov).

Preglednica 4: Mediji, izdelki, storitve in prihodki

Št.	Medij (konkretno)	Delo, storitev	Prihodek (EUR/uro, EUR/dan,
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

Naloga

Odgovorite na izpitna vprašanja 1 do 5.

1. Kaj so mediji po zakonu o medijih in kaj niso mediji po zakonu o medijih ? Ker ste analizirali obstoječi zakon o medijih zapišite, kaj bi bilo potrebno po vašem mnenju v njem spremeniti.

2. Naštejte in po uporabnosti (1 – najmanj in 3 najbolj) razvrstite tri najuporabnejše medije na svojem izbirnem področju.

Knjige	Slovenske revije (papirne in spletne)	Tuje revije (papirne in spletne)	Slovenski portali, blogi, vlogi, tutoriali	Tuji portali, blogi, vlogi, tutoriali	Strokovna srečanja, kongresi, konference	Festivali
1						
2						
3						

3. Naštejte pet področij multimedijske produkcije, kjer se uporabljajo izdelki ali storitve z vašega ožjega področja.

Št.	Področje multimedijske produkcije, kjer se uporabljajo izdelki ali storitve z vašega ožjega področja. Navedite pri vsaki izbiri vsaj en izdelek.
1	
2	
3	
4	
5	

4. Zapišite pet največjih organizacij z vašega področja multimedijske produkcije (.....), ki so uveljavljene na globalnem trgu, in pet največjih slovenskih organizacij.

Št.	Pet največjih organizacij s področja, ki so uveljavljene na globalnem trgu	Pet največjih organizacij s področja, ki so uveljavljene na slovenskem trgu
1		
2		
3		
4		
5		

5. Zapišite pet različnih tipičnih izdelkov z vašega področja multimedijske produkcije in najдите za vsak tipičen izdelek konkreten primer na globalnem trgu (uveljavljen v večini sveta) in na lokalnem trgu (v Sloveniji).

Št.	Izdelek	Konkreten izdelek uveljavljen na globalnem trgu	Konkreten izdelek uveljavljen na lokalnem trgu
1			

2			
3			
4			
5			

Naloga 3

Preučite gradivi:

- **Načrtovanje MM izdelkov in storitev (str. 1 do19)**
- **Tehnike kreativnosti (od začetka do strani 30).**

FAM

TEMA 2

Načrtovanje medijske produkcije

Iskanje rešitev, izdelkov in storitev

Obvezno sprotno delo TEMA 1

- Opravite in oddajte vaje za Temo 1.
- Študenti, ki ste bili prisotni na predavanju v živo, oddate samo odgovore na izpitna vprašanja 1 do 5.

Preučite gradivi:

- Načrtovanje MM izdelkov in storitev (str. 1 do 19)
- Tehnike kreativnosti (od začetka do strani 30).

Pričetek priprave družinskega (multimedijskega) drevesa

- **Začnite takoj!** Začetek je več kot preprost. Vzemite kos papirja, nanj vpišite svoje ime in priimek, datum in kraj rojstva. Nadaljujte z vpisom imena in priimka očeta in matere. Tudi zanju vpišite datum in kraj rojstva, poroke in tako naprej, da bo vpisanih vsaj 30 sorodnikov.
- [O društvu \(rodoslovje.si\)](http://rodoslovje.si)

Vsebina in predvideni rezultati TEME 2

Spoznali in razumeli bomo:

- kako se išče in razvija izdelke s tehnikami kot DOIT, 6 vprašanj, SCAMPER,
- različna podjetja, medije in sejme, kjer je mogoče dobiti dobre ideje,
- kaj vse se moramo še naučiti in spoznati.

Opravili bomo naslednje:

- preučili bomo več različnih virov
- opravili bomo nekaj vaj za iskanje izdelkov s pomočjo različnih tehnik,
- nadgradili bomo dosedanje predloge.
- **Znamo, oziroma bomo znali:**
- uporabiti nekatere metode in tehnike za iskanje in razvoj idej ter načrtovanje novih izdelkov,
- najti in analizirati področja, na katera bomo usmerili svojo dejavnost,
- pripraviti izhodišča in dokumentacijo za delo z določenimi tehnikami kreativnosti.

Ključna sporočila

- **Poskrbite, da delate prave stvari**
(načrtovanje izdelka ali storitve)
- **Preden jih naredite na pravi način**
(načrtovanje in izvedba produkcije)
- **Hitreje, z manj viri (ceneje) in manj tveganji - VITKA PROIZVODNJA**

Polresnice, vici, reki, troli

- *Življenje je prekratko, da bi ustvarjali nekaj, česar nihče noče (ali česar ne želi dovolj ljudi).*
Citat iz knjige Delaj vitko
- *Kupcev ne zanimajo vaše rešitve. Zanimajo jih njihovi problemi.*
– Dave McClure, 500 Startups

Iskanje idej

- Iskanje idej v okolju, po medijih,, pregledamo, kaj že obstaja, oziroma česa ni. Na ta način lahko dobimo pregled stanja in tudi določene ideje in usmeritve. Pomagamo si z UI.
- Obiski razstav, sejmov, spremljanje TV in radijskih postaj, pregled revij, časopisov, katalogov, patentnih baz, spleta, posebej še strani, ki ponujajo razne ideje, ipd.).
- Izredno pomembno je pogovarjanje s kupci, ki imajo pogosto največ želja, pripomb in pohval.

Iskanje idej v okolju, po medijih ...

- Veliko idej in informacij dobimo tudi od zaposlenih, če jih znamo vključiti v ustvarjalne procese.
- Zelo razširjeno in učinkovito je iskanje podatkov pri konkurenci, pri čemer nekateri načini pridobivanja podatkov sodijo na področje industrijskega vohunjenja in so lahko zakonsko sporni.
- Zelo lahko pomaga Umetna inteligenca, čim novejša inačica.

Kako se lotimo iskanja novih rešitev?

- **Prvi korak:** Ugotovitev potrebe, želje, zahteve ali problema.

Šest univerzalnih vprašanj

- Kaj ?
- Zakaj ?
- Kdo ?
- Kdaj ?
- Koliko ?
- Kje ?

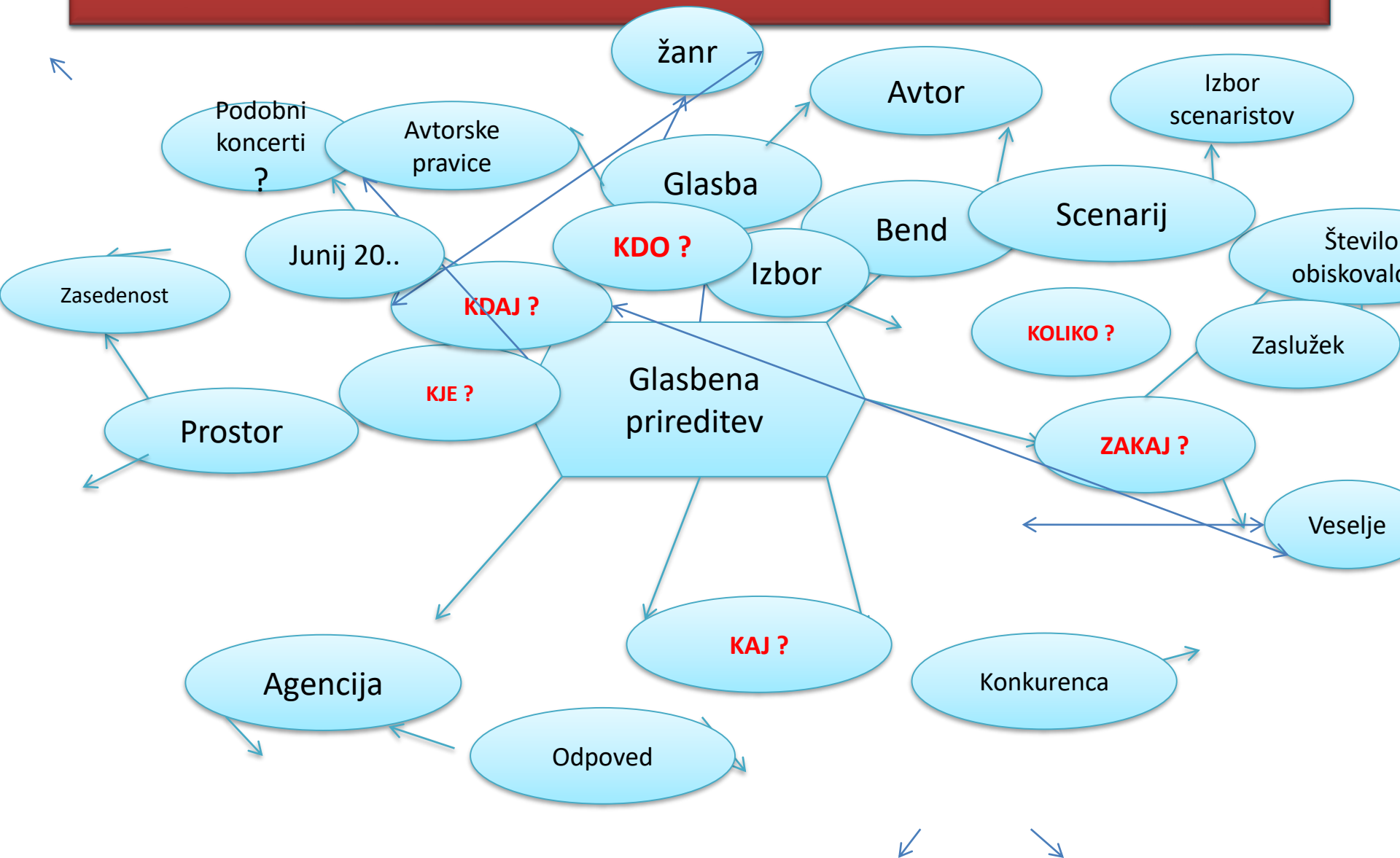
Tema
Želja
Izziv
Zahteva
Problem

Kako se lotimo iskanja novih rešitev?

Drugi korak: Zbiranje idej za nove izdelke, storitve ali rešitve.

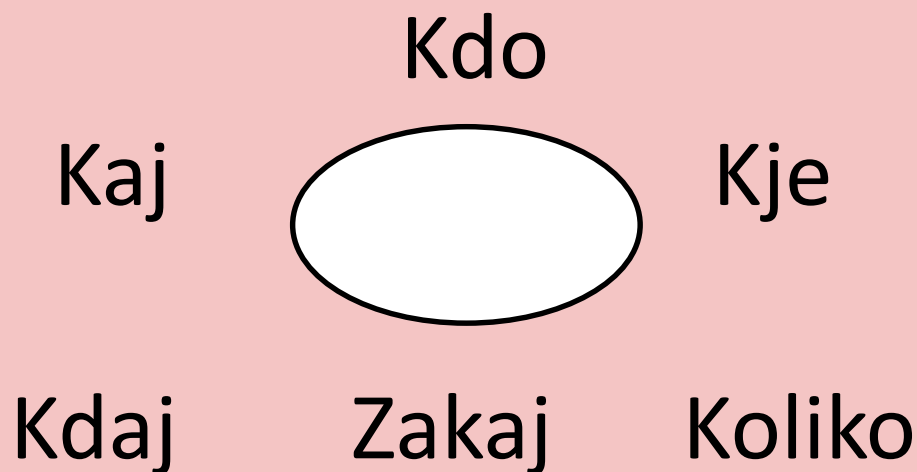
- Razmišljanje, napišite čim več dejstev po vprašanjih – (divergenca), nato izberite najboljša pri vsakem vprašanju (konvergenca)
- Vključite občutja (kaj vam je všeč, kaj bi radi, kaj bi bil za vas uspeh,), kaj je vaša vizija ?
- Preglejte obstoječe rešitve (splet, katalogi, sejmi, trgovine, ...), predlog rešitev po Osborne oz. Scamper metodi !!! Miselni vzorci, vprašajte UI, ...
- Zapisovanje idej sam in v skupini itd. (brainwriting, brainstorming)
- Izberite najboljšo rešitev in jo uresničite v praksi !

Pomoč pri delu – miselni vzorci



Vaja 1

V miselni vzorec vpišemo za določeno zadevo pri posameznem vprašanju čim več odgovorov in izberemo najboljšo rešitev. (analizirajte svoj predlog)



METODA I.D.E.A.S

Metoda je zelo primerna za iskanje novih rešitev.

I.D.E.A.S

- Investigate (raziskujte)
- Define (opredelite)
- Envision (zamislite si možne rešitve)
- Appraise (vrednotite ideje, izberite najboljše)
- Start (začnite uresničevati)

Metoda za reševanje konkretnih problemov DO IT

- **metoda DO IT** (D-Define problem, O-Open mind and apply creative techniques, I-Identify best solution, T-Transform)
- [http://www.mycoted.com/DO IT](http://www.mycoted.com/DO_IT)

Vaja 2.

Delo po metodi DO IT

Izberemo si določen problem, temo ipd. iz področja svojega dela in o njej razmišljamo, se pogovarjamo, pregledamo obstoječe rešitve,

Najdemo različne rešitve, predlagamo tudi svoje in nato izberemo najboljšo, ki jo poskušamo uresničiti v praksi.

Kratek opis problema, teme, .. za katero iščemo rešitev. Naj bo s področja vašega dela.

Št.	Preglednica Predlagana rešitev ukrep, dejanje. Pomagajte si tudi z UI.	Ovrednotenje predlogov (1 do 5)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		

Najboljša rešitev

Kako bomo rešitev uvedli v prakso !

1-neprimeren

2-komaj primeren

3-dober

4-zelo dober

5-odličen

Scamper (Osborne) metoda – sprememba osnovnih elementov

- **Metoda SCAMPER** (po kraticah angleških besed), s katero lahko iz obstoječega izdelka naredimo novega, temelji na Osborn metodi.
- Zamenjava sestavnih delov, materialov, kadrov idr. (**S**ubstitute)
- Kombiniranje, mešanje, povezovanje, vključevanje idr. (**C**ombine)
- Prilagoditi, spremeniti namen (**A**dapt)
- Spremeniti, povečati, zmanjšati (**M**odify)
- Uporabiti za drug namen (**P**ut to another use)
- Odstraniti, poenostaviti (**E**liminate)
- Obrniti, zamenjati položaj (**R**everse)

Kako je možno obstoječe zadeve spremeniti, nadgraditi, dodati, ...?

- Obstoječe je mogoče uporabiti drugače, za drug namen in na drug način (oglasni film za obleko se uporabi za pijače, čevelj kot klobuk, strip za učbenik)
- Obstoječe je mogoče malo spremeniti, nadgraditi, kaj odvzeti, dodati (CD se doda nova skladba, spremeni aranžma, reviji se doda priloga, znana skladba z nekaj spremembami, CGP z eno drugačno barvo, ...)
- Obstoječi izdelek je mogoče spremeniti npr. barvo, okus, izgled, velikost, gibanje, hrapavost, (plav puding, sladka pašteta, ..)

Kako je možno obstoječe zadeve spremeniti, nadgraditi, dodati, ...?

- Predmet ali storitev je mogoče povečati ali pomanjšati, odebeliti, povečati vrednost, narediti miniaturo ali zelo velik, itd. (pralni stroj z dragulji, zlati lističi v penini ali medu, miniaturni predmeti, izbira animiranih oseb s posebnimi lastnostmi – tako za odrasle kot za otroke,..)
- Uporabi se nadomestitev enih materialov z drugimi materiali, postopki, sestavinami, procesi, v drugih časovnih obdobjih, zamenja se glas, (krožniki iz škroba, kruh iz sadne moke, nakit iz odpadkov, snemanje s pomočjo kamer pritrjenih na živali, ...)

Kako je možno obstoječe zadeve spremeniti, nadgraditi, dodati, ...?

- Preurediti izdelke kar pomeni drugačna razporeditev, razmestitev, drugačni vzorci, drugačno zaporedje, neobičajen prostor, neobičajen urnik, ...(zajtrk ob 16 uri, trikotna soba, moderne skladbe v izvedbi simfoničnega orkestra, ..)
- Obrniti je možno časovno zaporedje, zamenjati vloge, postaviti stvari na glavo, zamenjati pozitivno in negativno, vse poteka **nasprotno** knjiga, ki se bere od zadaj naprej, v restavraciji se najprej postreže sladica in na koncu juha, v sobi je miza pod stropom,..)

Kako je možno obstoječe zadeve spremeniti, nadgraditi, dodati, ...?

- Zadeve je mogoče pomešati, združiti, zlitiskupaj, drugače združiti, . (razni koktajli, avtomobili sestavljeni iz dveh ali treh tipov vozil, osebni avto z ogromnimi gumami, kolaži, več žanrov v eni skladbi, nastopi znanih oseb z znanimi pevci ali plesalci, ...)

Povezave na Scamper oz. Osborne metodo

- https://www.mindtools.com/pages/article/newCT_02.htm
- [Scamper: How to Use the Best Ideation Methods | IxDF \(interaction-design.org\)](#)
- [SCAMPER Technique & Ideation Method \(Quick Guide for Interactive Presentations\) \(slidemodel.com\)](#)

Vaja 3

Naredite nekaj vaj z metodo SCAMPER in dopolnite preglednico !

Preučite SCAMPER metodo in nadgradite svoj projekt ali delo, ki ga delate v praksi.

Doma nadgradite svoj projekt (Priprava multimedijskega družinskega drevesa).

Preglednica: Z uporabo ene od možnosti pri SCAMPER metodi, iz določenega izdelka dobimo idejo za nov izdelek.

Možnost za spremembo	TV oglas za Hoffer	Dokumentarni film o tornadih	Mobilna aplikacija za spremljanje stanja na cestah	Blog o nutrijah v Sloveniji
Substitute Zamenjava				
Combine Kombiniranje, mešanje, povezovanje				
Adapt Prilagoditev, sprememba namena				
Modify Spremeniti				
Put to another use Uporaba za drug namen				
Eliminate Odstraniti, poenostaviti				
Reverse Obrtniti, zamenjati položaj				

Vaja 4

1. Poiščite sejme, na katerih je mogoče dobiti ideje za vaše delo in zapišite tri najpomembnejše !
2. Poiščite spletne strani, na katerih je mogoče dobiti ideje za vaše delo in zapišite tri najpomembnejše !
3. Poiščite bloge ali vloge, na katerih je mogoče dobiti ideje za vaše delo in zapišite tri najpomembnejše !

Vaja 4 – preglednice

Št.	Najpomembnejši sejmi
-----	----------------------

1	
---	--

2	
---	--

3	
---	--

Št.	Najpomembnejše spletne stani
-----	------------------------------

1	
---	--

2	
---	--

3	
---	--

Št.	Najpomembnejši blogi ali vlogi
-----	--------------------------------

1	
---	--

2	
---	--

3	
---	--

Vaja 5 – preglednice

- Poiščite tri najboljša podjetja iz Slovenije in iz tujine, ki delujejo na vašem področju, preglejte njihovo ponudbo in zapišite, katere ideje ste dobili za svoje delo v prihodnje.

Št.	Najpomembnejša podjetja v Sloveniji	Ideje za delo v prihodnje
1		
2		
3		

Št.	Najpomembnejša podjetja v svetu	Ideje za delo v prihodnje
1		
2		
3		

Možne vaje po različnih metodah in tehnikah

- Slikovne asociacije

Izberemo sliko, ki oglašuje nek izdelek in napišemo tri predloge, kako bi lahko še bolje poskrbeli za kupce izdelka.

- Analogije

Spremljamo akcijo proti odmetavanju hrane in razmišljamo, kako bi rešitve lahko uporabili pri oblačilih.

Obvezno sprotno delo TEMA 2

- Opravite in oddajte vaje za Temo 2.
- Študenti, ki ste bili prisotni na predavanju v živo, oddate samo odgovore na izpitna vprašanja 6 do 10.
- Razvijajte idejo za lastni multimedijski projekt **Družinsko drevo** (zbirajte podatke o članih in zapišite eno zanimivo zgodbo iz življenja rodbine)

Preučite gradivi:

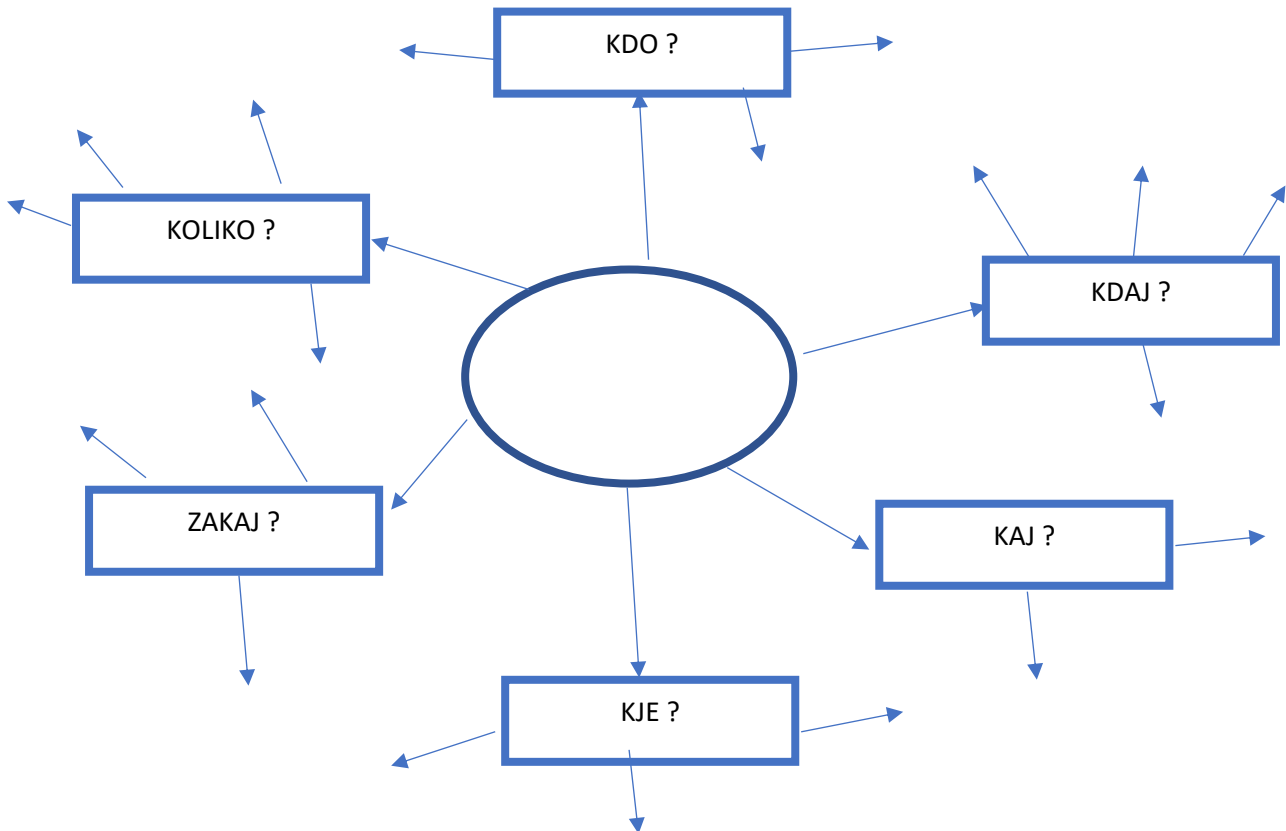
- Tehnike kreativnosti (od strani 31 do konca).
- Delaj vitko: poglavje Orientacijski pregled str. 3 in naprej.

Načrtovanje medijske produkcije

VAJE ZA TEMO 2 – ISKANJE REŠITEV IN IZDELKOV

1. vaja

V miselni vzorec vpišemo za določeno zadevo pri posameznem vprašanju čim več odgovorov. Na podlagi odgovorov poskušamo najti najboljšo rešitev



2. Vaja Izberemo si določen problem, temo ipd. s področja svojega dela, o njej razmišljamo, se pogovarjamo, pregledamo obstoječe rešitve. Najdemo različne rešitve, predlagamo tudi svoje in nato izberemo najboljšo, ki jo poskušamo uresničiti v praksi. Podatke zapišemo v preglednico.

metoda DO IT (D-Define problem, O-Open mind and apply creative techniques, I-Identify best solution, T-Transform)

Predloge ovrednotimo od 1 do 5 (1-neprimeren, 2-komaj primeren, 3-dober, 4-zelo dober, 5-odličen)

Preglednica 3: Iskanje rešitev po metodi DO IT

Kratek opis problema, teme, .. za katero iščemo rešitev

--

Št.	Predlagana rešitev ukrep, dejanje	Ovrednotenje predlogov (1 do 5) 1 slabo, 5 odlično
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		

Najboljša rešitev

Kako bomo rešitev uvedli v prakso !

Vaja 3

Naredite nekaj vaj z metodo SCAMPER in dopolnite preglednico !

Preučite SCAMPER metodo in nadgradite svoj projekt.

Doma nadgradite svoj projekt (Priprava multimedijskega družinskega drevesa).

Preglednica: Z uporabo ene od možnosti pri SCAMPER metodi, iz določenega izdelka dobimo idejo za nov izdelek.

Možnost za spremembo	TV oglas za Hoffer	Dokumentarni film o tornadnih	Mobilna aplikacija za spremljanje stanja na cestah	Blog o nutrijah v Sloveniji
Substitute Zamenjava				
Combine Kombiniranje, mešanje, povezovanje				
Adapt Prilagoditev, sprememba namena				
Modify Spremeniti				
Put to another use Uporaba za drug namen				
Eliminate Odstraniti, poenostaviti				
Reverse Obrtniti, zamenjati položaj				

Vaja 4

Podatke zapišete v preglednice.

1. Poiščite sejme, na katerih je mogoče dobiti ideje za vaše delo in zapišite tri najpomembnejše !

Št.	Najpomembnejši sejmi
1	
2	
3	

2. Poiščite spletne strani, na katerih je mogoče dobiti ideje za vaše delo in zapišite tri najpomembnejše !

Št.	Najpomembnejše spletne stani
1	
2	
3	

3. Poiščite bloge ali vloge, na katerih je mogoče dobiti ideje za vaše delo in zapišite tri najpomembnejše !

Št.	Najpomembnejši blogi ali vlogi
1	
2	
3	

Vaja 5

Poiščite tri najboljša podjetja iz Slovenije in iz tujine, ki delujejo na vašem področju, preglejte njihovo ponudbo in zapišite, katere ideje ste dobili za svoje delo v prihodnje..

Podatke zapišete v preglednici.

Št.	Najpomembnejša podjetja v Sloveniji	Ideje za delo v prihodnje
1		
2		
3		

Št.	Najpomembnejša podjetja v svetu	Ideje za delo v prihodnje
1		
2		
3		

Vaje za kreativnost

Slikovne asociacije

Izberemo sliko, ki oglašuje nek izdelek in napišemo tri predloge, kako bi lahko še bolje poskrbeli za kupce izdelka.

Analogije

Spremljamo akcijo proti odmetavanju hrane in razmišljamo, kako bi rešitve lahko uporabili pri oblačilih.

Razvijajte idejo za lastni multimedijski projekt Družinsko drevo (zbirajte podatke o članih in zapišite eno zanimivo zgodbo iz življenja rodbine)
(Katere podatke boste zbirali se odločite sami).

Primer preglednice za zbiranje podatkov

Št.	Priimek	Ime	Leto rojstva	Kraj rojstva	Poklic	?
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Preučevanje virov

Pričnite z preučevanjem knjige Delaj vitko poglavje Orientacijski pregled str. 3 – zapišite vsaj en podatek, misel ali predlog, ki je vsaj malo vplival na vaše razmišljanje o medijski produkciji..

Gradivo Tehnike kreativnosti preučite od strani 31 do konca.

Odgovori na izpitna vprašanja 6 do 10.

6. Kako komentirate trditev: sodobni trg zahtev stalno dostopnost in visoko kakovost ter „pametno“ ravnanje izdelkov, storitev, dogodkov ipd.

Kako boste vi upoštevali to pri svojem izdelku ?

7. Naštejte pet slabosti globalizacije multimedijske produkcije.

Št.	Slabost in posledice.
1	
2	
3	
4	
5	

Pojasnite, kako je s slovenskim jezikom v tem procesu !

8. Poskušajte odgovoriti na vprašanja o TV oddaji – izberite sami.....

Vprašanje	Odgovor
Kakšen je namen te oddaje ? Zakaj jo producirajo ?	
Kakšna se vam zdi organizacija izvedbe ?	
Kateri so konkretni cilji te oddaje ? Naštete vsaj tri, od tega se mora vsaj eden nanašati na nastopajoče !	
Kateri elementi oddaje so privlačni ?	
Kateri elementi oddaje so moteči ?	
Katere sponzorske oznake ste opazili v sami oddaji ? (ne med odmori)	
Kaj bi spremenili, če bi bili Vi scenarist(ka) te oddaje ?	

9. Razložite metodo DO IT– kako poteka delo z njo, zakaj je primerna in kdaj ne.

Uporabnost ponazorite s konkretnim primerom iz vašega delovanja.

10. Opišite metodo SCAMPER in pojasnite njeno uporabnost pri iskanju različnih rešitev. Poskusite z uporabo za drug namen in z uporabo drugih materialov, narediti nov izdelek (npr. iz otroške knjige).

FAM

TEMA 3

Načrtovanje medijske produkcije

Snovanje idej

Obvezno sprotno delo TEMA 2

- Opravite in oddajte vaje za Temo 2.
- Študenti, ki ste bili prisotni na predavanju v živo, oddate samo odgovore na izpitna vprašanja 6 do 10.
- Razvijajte idejo za lastni multimedijski projekt **Družinsko drevo** (zbirajte podatke o članih in zapišite eno zanimivo zgodbo iz življenja rodbine)

Preučite gradivi:

- Tehnike kreativnosti (od strani 31 do konca).
- Delaj vitko: poglavje Orientacijski pregled str. 3 in naprej.

Pričetek priprave družinskega (multimedijskega) drevesa

- **Začnite takoj!** Začetek je več kot preprost. Vzemite kos papirja, nanj vpišite svoje ime in priimek, datum in kraj rojstva. Nadaljujte z vpisom imena in priimka očeta in matere. Tudi zanju vpišite datum in kraj rojstva, poroke in tako naprej, da bo vpisanih vsaj 30 sorodnikov.
- <http://rodoslovje.si/index.php/sl/metode-in-pripomocki/kako-zaceti>

ANALIZA DOMAČEGA DELA IZ TEM 1 IN 2

V preglednicah za medije, sejme ipd. morate vpisati konkretne podatke.

V miselnem vzorcu je treba še bolj obsežno in poglobljeno razdelati določeno temo.

Pri vaji 3 nekateri niste najbolje razumeli in zadeli bistva: Iz določenega izdelka dobimo idejo za nov izdelek. Nekateri ste obstoječi izdelek samo spremenili oz. izboljšali.

DD: Iščite zanimive zgodbe, ne samo opise (smo zabavni, veseli, ...)

Vsebina in predvideni rezultati srečanja – TEMA 3

Spoznali in razumeli bomo:

- kako se išče in razvija ideje s pomočjo tehnik BS, BW in 6K,
- kaj zahteva sodobni trg in kako iščemo poslovne priložnosti,
- kaj vse se moramo še naučiti in spoznati.

Opravili bomo naslednje:

- preučili bomo nekaj virov
- pripravili, analizirali in ovrednotili bomo nabor idej za nove izdelke, in
pripravili izhodišča za osebni projekt: Priročnik na temo: Načrtovanje
.....

Znamo, oziroma bomo znali:

- uporabiti nekatere metode in tehnike za iskanje in razvoj idej ter načrtovanje novih izdelkov,
- najti in analizirati področja, na katera bomo usmerili svojo dejavnost.
- Pripraviti predlog za predstavitev ideje in koncepta za projekt.

Stalna vaja in naloga

Ker vsak študent pripravlja izdelek, ki temelji na multimedijem družinskem drevesu sam, in želimo, da so izdelki v skupini čim bolj različni, uporablja metode kreativnosti sam, **izven študijske skupine** **!!!** in v sodelovanju s sorodniki, prijatelji,

Najboljše ideje ??

Najboljše ideje niso tiste, ki uresničene, kupca razveselijo, navdušijo, vznemirijo, informirajo, potešijo njegovo radovednost ipd., ampak tiste, ki ga pripravijo do tega, da bo izdelek kupil in seveda plačal.



Kreativnost, inovativnost

KREATIVNOST (Ustvarjalnost) je aktivnost, pri kateri si **zamislimo** nekaj novega in je predhodna stopnja inovativnosti.

INOVATIVNOST je dejavnost, pri kateri **ustvarimo** nekaj novega.

Vsakdo je lahko kreativen (ustvarjalen), tehnik kreativnosti se da naučiti. Treba je imeti samo voljo in potrebo ter se prav usmeriti in osredotočiti.

Koristi od idej

- Najhitreje imamo korist od novih idej, če rešimo realen problem ali zadovoljimo konkretno potrebo.
- Največje koristi lahko pričakujemo, če odpremo novo področje in spodbudimo novo, do sedaj neznano porabo.

Gradivo iz spleta

Animacija

- <https://www.youtube.com/watch?v=mtn31hh6kU4>

Pridobivanje idej

- Preden pričnemo z pregledom stanja na določenem področju ali uporabimo UI, poskusimo najti z razmišljanjem svoje rešitve, ki jih nato preizkusimo in nadgradimo v sodelovanju z drugimi, ob pomoči UI.
- Takojšnje iskanje po drugih virih zmanjša možnost lastnih rešitev.

Divergentno razmišljanje

- Ustvarite čim več idej, ki so čim bolj „nore“, neverjetne, nemogoče, neuresničljive, nesmiselne, fantazijske, sanjske, čarobne, nezemeljske itd.



Nastanek idej

- Največ idej in pobud nastane kot posledica novih želja, zahtev, potreb, možnosti ali naročil (razpisov) na trgu.
- Večina idej je usmerjenih v iskanje izdelkov ali storitev, ki zadovoljujejo obstoječe ali predvidene potrebe in povpraševanje.

Gradivo iz spleta

- <https://www.youtube.com/watch?v=mtn31hh6kU4>

Vzorec dokumenta za zapisovanje idej – vedno imejte pri sebi medij
(telefon, beležko, ..) za zapisovanje idej

Številka	Ideja, skica, melodija, sinopsis zgodbe ...
1	
2	
3	

Polresnice, vici, trolji, reki,

Če ste prepričani, da ste izumili nekaj, kar ni še nihče pred vami potem imate, več možnosti (poleg te, da zadevo bogato iztržite):

- pomislite da ste genij,
- zaskrbljeno ugotovite, da morda nimate vseh informacij,
-

Najhitrejša pot do uporabnih idej

Dobre ideje in rešitve se dobijo hitreje, če:

- so skupaj na istem mestu različni vrhunski strokovnjaki, ki delajo veliko,
- Organizirano, dostopom do čim več podatkov in pogosto tudi pod hudim pritiskom časa oziroma konkurence,
- imajo pa na razpolago tudi zadostna sredstva za takojšnje preizkušanje predlogov.



Tehnika možganskega viharjenja z zapisovanjem idej (brainwriting)

- Udeleženec seanse razmišlja in si ideje najprej zapisuje sam, nato pa nadgrajuje ideje s pomočjo sodelavcev. V petih minutah mora vsak zapisati tri ideje, nato da list naslednjemu članu skupine, ki prejšnje ideje lahko nadgradi ali zapiše nove itd.
- Uspešno si lahko pomagamo tudi z UI.

Tehnika možganskega viharjenja z zapisovanjem idej (brainwriting)

številka sodelujočega	ideja	ideja	ideja
1			
2			
3			
4			
5			
6			

Tehnika možganskega viharjenja z zapisovanjem idej (brainwriting)

Prednosti te metode:

- prepreči, da bi nekatere ideje takoj na začetku prevladale, druge pa se izgubile,
- natančna dokumentacija,
- sledljivost sodelovanja posameznikov (kar je lahko tudi pomanjkljivost),
- manj komunikativni niso izločeni.

V praksi se TBW izvaja v kombinaciji s tehniko možganskega viharjenja (TMV).

Ogled spletnega vira

Poglejte si video predstavitev na temo kreativnosti:

[Lessons Worth Sharing | TED-Ed](#)

npr.

[Music and creativity in Ancient Greece - Tim Hansen | TED-Ed](#)

Priprava osebnega projekta

- Priročnik: Načrtovanje priprave konkretnega izdelka ali storitve (TV oddaje, spletnega portala, bloga, knjige, prireditve...). Individualni izdelek pripravljen **s pomočjo UI** (Umetne inteligence). Pregled vsaj 5 virov, analiza treh podobnih projektov in pogovor tremi strokovnjaki iz tega področja. Najmanj 25 strani. Izdelek mora biti primeren za objavo (urejen, oblikovan). 3 x pregled mentorja.

Namen in cilj osebnega projekta

- **Namen:** Pridobiti ustrezna znanja in kompetence na področju načrtovanja medijske produkcije, s posebnim poudarkom na uporabi UI, in prispevati v zakladnico znanja na področju medijske produkcije.
- **Cilj:** Pripraviti e-Priročnik z najmanj 25 stranmi, ga objaviti kot e- gradivo, ter vpisati v cobiss. Po želji avtor lahko pripravi tudi tiskano verzijo.

Navodila za pripravo tekstov in delo z viri na FUDŠ

- Študenti imajo za seminarske naloge (in tudi zaključna dela) na voljo pripravljeno **predlogo**, ki jo dobijo na Moodlu pod Obrazci za študij.
- **Za navajanje in citiranje virov** imajo študenti **Navodila za pisanje strokovnih del**, ki so na voljo na spletni strani FUDŠ (pod O fakulteti - Pravni viri - Pravilniki) in pa ponovno na moodlu pod Obrazci za študij. [Navodila](#).

Priročnik – naslovna stran mora biti lepo oblikovana

NASLOV:

PODNASLOV (če je potrebno): Priročnik za

AVTOR: Ime in priimek

Ljubljana, januar 2024.

Priročnik – notranja stran

NASLOV:

PODNASLOV (če je potrebno): : Priročnik za

AVTOR: Ime in priimek

Mentor: Srečo Zakrajšek

Oblikovanje:

Lektura:

Izdano v samozaložbi, Ljubljana, januar 2024.

Priročnik je bil pripravljen pri predmetu NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE, v programu Mediji in novinarstvo, na FUDŠ, Ljubljana.

KAJ JE KOLOFON ?

- CIP ni nadomestilo za kolofon.
Kolofon predpisuje 8. čl. Zakona o obveznem izvodu in običajno vsebuje:
- naslov, podnaslov;
- podatke o vseh avtorjih (piscu besedila, prevajalcu, ilustratorju, fotografu, prireditelju, piscu spremne besede, ostalih sodelavcev pri nastanku publikacije);
- podatke o izdaji ali natisu;
- kraj/kraje in založbo/založbe;
- leto izida;
- naslov knjižne zbirke, štetje v zbirki;
- izvirni naslov dela (pri prevodu);
- podatke o nosilcu/nosilcih avtorskih pravic;
- podatek o nakladi (število natisnjenih izvodov);
- navedbo javnega financerja, če je publikacija izdana s pomočjo javnih sredstev;
- mednarodne identifikatorje (ISBN, ISMN, ISSN);
- maloprodajno ceno publikacije.
- Mednarodni identifikatorji in cena so lahko natisnjeni tudi na platnicah.

Vaja 1

- Študent/ka si izbere področje, iz katerega bo pripravil/a izdelek - Priročnik.
- Za izbrano področje študent/ka zapiše tri izdelke, za katere bi napisal Priročnik in naslov Priročnika.
- Študent/ka nadgradi svoje ideje s pomočjo UI.
- Izbere najboljšo idejo in pripravi naslov svojega Priročnika.

Tehnika možganskega viharjenja - samobrainstorminga z lastno glavo

Brainstorming ali viharjenje možganov je ena izmed najbolj uporabnih tehnik za pridobivanje in zbiranje novih idej predvsem iz “lastne glave”. Pri viharjenju si lahko pomagamo tako, da si zastavljamo izzivalna vprašanja in nanje oblikujemo kreativne odgovore, lahko se opremo tudi na asociacije.

<https://www.mindtools.com/brainstm.html>

Primer vprašanja UI in odgovorov

- Pripravljam e-Priročnik z delovnim naslovom: Načrtovanje priprave CD z narodno glasbo. Kakšen naj bo naslov Priročnika, da bo čim bolj privlačen za uporabnike. Prosim za tri predloge.

"Melodični Vodnik: Ustvarjanje Nepozabnih CD-jev z Narodno Glasbo"

"Glasbeni Ustvarjalnik: Popoln Vodnik za Načrtovanje CD-jev z Narodno Glasbo"

"Zvok Tradicije: Priročnik za Ustvarjanje Edinstvenih Glasbenih Posnetkov z Narodno Glasbo"

Preglednica za vajo 1

Predlagamo izdelke ali storitve s področja in naslov Priročnika

Izdelek ali storitev	Predlog naslova Priročnika – osebna izbira	Predlog naslova Priročnika s pomočjo UI

Izbrani izdelek in naslov:

Vaja 2

- Priprava poglavij in kazala Priročnika s pomočjo virov in UI
- UI na kratko opišemo, kaj bo vsebina priročnika in prosimo za dodatne predloge in predlog poglavij.

Glavni sklopi Načrtovanja medijske produkcije so:

- Iskanje in razvoj idej.
- Načrtovanje izdelkov.
- Načrtovanje produkcije.
- Izvedba produkcije.

Vprašanje UI

- Pripravljam e-Priročnik z delovnim naslovom: Načrtovanje priprave CD z narodno glasbo. V priročniku morajo biti štirje glavni sklopi: Iskanje in razvoj idej, Načrtovanje izdelkov, Načrtovanje produkcije, Izvedba produkcije. Katera naj bodo poglavja v Priročniku in kakšno naj bo kazalo ?

Odgovor UI

Kazalo:

- Uvod
- Iskanje in Razvoj Idej
 - Raziskovanje Glasbene Tradicije
 - Navdih iz Folklorne Dedščine
 - Razvoj Unikatnih Konceptov
- Načrtovanje Izdelkov
 - Definiranje Ciljne Občinstva
 - Izbor Repertoarja
 - Oblikovanje Avtentične Glasbene Identitete CD-ja
 - Estetski Vidiki Grafičnega Oblikovanja
- Načrtovanje Produkcije
 - Izbor Studia in Opreme
 - Postavitev Produkcije: Tehnični Vidiki
 - Proračun in Finančno Načrtovanje
- Izvedba Produkcije
 - Snemanje in Urejanje Glasbe
 - Produkcija Zvočnih Posnetkov
 - Tehnike Miksanja in Masteringa
 - Priprava za Distribucijo
- Zaključek
 - Ovrednotenje Projekta
 - Priprava CD-ja za Trg
 - Priporočila za Nadaljnje Projekte

Vaja 2

- Spisek poglavij preverimo, če je skladen s predvidenimi dejavnostmi in s poglavji v podobnih publikacijah ter učbeniki.
- Odgovor preverimo in ga ustrezno spremenimo, dopolnimo z lastnim znanjem, ali pregledom podobnih gradiv, po pogovorih s strokovnjaki iz organizacij, lahko pa za pojasnilo prosimo spet UI.

Vprašanje UI: Kako poteka snemanje CD ?

- Proces snemanja CD-ja (ali katere koli druge oblike zvočnega nosilca) je kompleksen in vključuje več korakov. Spodaj je splošen pregled procesa snemanja CD-ja:
- **Priprava in načrtovanje:**
 - Določitev ciljev projekta: Katere pesmi boste posneli? Kako dolgo naj traja album? Kateri glasbeni žanr boste zajeli?
 - Izbor studia: Izbira ustrezne studijske opreme in prostora za snemanje.
- **Predprodukcija:**
 - Priprava aranžmajev in partitur za pesmi, če so potrebni.
 - Vadba zasedbe in pevcov.
 - Testiranje in izbor mikrofonov ter opreme.
- **Snemanje:**
 - Snemanje instrumentov in vokalov v kontroliranem okolju studia.
 - Produciranje (urejanje) posnetkov za doseganje želenega zvoka.
 - Uporaba multiple posnetkov za ustvarjanje večplastnih skladb.
- **Miksiranje:**
 - Uravnavanje ravni zvoka posameznih instrumentov in vokalov.
 - Dodajanje efektov, kot so odmevi, reverb, kompresija.
 - Določanje stereo prostorskega zvoka.
- **Mastering:**
 - Finiširanje posnetkov za končni zvočni izdelek.
 - Optimizacija ravni in enakomerne kakovosti zvoka na vseh skladbah.
 - Priprava končnega izdelka za tiskanje ali distribucijo.
- **Tiskanje in pakiranje:**
 - Izdelava fizičnih CD-jev.
 - Oblikovanje ovitka, vključno z grafičnimi elementi in informacijami o pesmih.
 - Tiskanje ovitka in vstavljanje CD-jev.
- **Distribucija:**
 - Distribucija fizičnih CD-jev v prodajalnah ali po pošti.
 - Digitalna distribucija prek spletnih platform (npr. iTunes, Spotify).
- **Promocija:**
 - Oglaševanje in promocija novega CD-ja prek različnih kanalov, vključno s socialnimi mediji, koncerti, intervjuji itd.

Vaja 3

- Ko se odločimo za Kazalo in področja, uredimo s pomočjo UI in drugih virov, vsako posebej.
- Zelo pomembno, je da navedemo vire – na koncu in v tekstu.

Napotki glede Priročnika

- TEKSTE IZ UI morate temeljito preveriti in vzeti v priročnik samo, kar je smiselno. Precej besed je prevedenih narobe, oz. imajo drug smisel ali so novotvorbe.
- Čim manj uporabljajte tuje besede – detajl je po slovensko podrobnost, korekcija – popravek, efekt – učinek, ipd.
- V tekstu spremenite velike črke v male, razen na začetku ali za imena ipd.

Napotki glede Priročnika

- Navedite vire, od kje ste dobili kak test ali podatke in to že v tekstu. Preučite gradivo o navajanju virov. Če ni navedenih nobenih virov pomeni, da ste vse izumili sami. Poleg UI so viri še organizacije v katerih opravili intervjuje, vsaj tri podobne organizacije (od tega vsaj ena tuja), pa tudi viri za ustanovitev podjetja in drugi viri, ki sem jih navedel pri predavanjih in so v moodle.
- Ko naštevate podobne organizacije, napišite še povezavo ali drug bolj natančen vir, da bralec lahko čim prej pride do želenih podatkov.

Napotki glede Priročnika

Predstavitev podjetij

- Naredite uvod v pripravi na priročnik smo obiskali tri organizacije (podjetja) z namenom in ciljem
- Opišite metode dela, ki ste jih uporabili pri pridobivanju podatkov od organizacij: obisk, pogovor po telefonu, intervju (kakšen), anketa itd. skratka gre za manjšo raziskavo. kdaj in kje je bilo kaj opravljeno, še kratek opis organizacije, referenc, itd.
- Na kratko opišite organizacijo in povezavo nanjo in zapišite s kom ste se pogovarjali.
- Navedite še kak vir iz slovenske zakonodaje. Povezave ste dobili na predavanju.
- Za organizacijo, organizacijsko kulturo in vodenje lahko uporabite tudi učbenik in članke, ki sem jih dodal v moodle.
- Ko bo tekst urejen priročnik še oblikujte.

Obvezno sprotno delo – TEMA 3

- Opravite vse vaje in naloge pri vaji za TEMO 3 in gradivo naložite v moodle.
- Študenti, ki ste bili prisotni na predavanju v živo, oddate samo odgovore na izpitna vprašanja 11 do 15.
- Nadaljujte s preučevanjem knjige Načrtovanje multimedijских izdelkov in storitev. str. 19-37.
- Razvijajte idejo za lastni multimedijски projekt Družinsko drevo (zbirajte podatke o članih in zapišite drugo zanimivo zgodbo iz življenja rodbine).

- **NAPREJ SO VAJE ZA SKUPINSKI PROJEKT**

Preglednica za vajo 1

Predlagamo izdelke ali storitve s področja

Številka in priimek sodelujočega	1. ideja	2. ideja	3. ideja
1. AVTOR			
2. . soavtor, ki dopolni predlog			
3. . soavtor, ki dopolni predlog			
4. . soavtor, ki dopolni predlog			
5. . soavtor, ki dopolni predlog			

Zaključni predlog – ena najboljša razdelana ideja

Preglednica za vajo 1

Predlagamo izdelke ali storitve s področja

Avtor in sodelavci pri brainwritingu	Opis izdelka ali storitve iz področja, ki bil lahko zanimiv, uporabnikom koristen in poslovno uspešen	Ciljna skupina, ki bi ji (bil) izdelek lahko namenjen
Avtor		
Sodelavec 1		
Sodelavec 2		
Sodelavec 3		
Sodelavec 4		

Vaja 2

- Vsak študent izbere svojo, nadgrajeno in dopolnjeno najboljšo idejo.
- To idejo nadgradi v diskusiji po metodi brainstorminga s sodelavci v skupini.

**Preglednica za vajo 2: Najboljša avtorjeva ideja za spletni časopis
– razvita s pomočjo sodelavcev po metodi brainwritingu in z
metodo samobrainstorminga – samorazmišljanja.**

Avtorji in sodelavci pri brainwritingu	Opis spletnega časopisa, ki bil lahko zanimiv, uporabnikom koristen in poslovno uspešen	Ciljna skupina, ki bi ji (bil) spletni časopis lahko namenjen
Avtor Sodelavci		

Utemeljitev izbora:

Tehnika možganskega viharjenja s pogovorom (brainstorming)

- **Cilj:** Na relativno preprost način v čim krajšem času pridobiti čim več idej, oz. nadgraditi obstoječe
- **Trajanje:** Srečanje - do 45 minut z vmesnim odmorom.
- **Velikost skupine:** Od 3 do 12 oseb; z vidika skupinske dinamike zaželeno delo v manjših skupinah (do 7 udeležencev). V primeru več udeležencev se tvori več manjših skupin, ki delajo vzporedno, in na koncu ideje primerjate.
- **Izvedba:**
- Do 20 minut diskusije in predstavitev rezultatov.

Tehnika možganskega viharjenja s pogovorom (brainstorming)

- Čim bolj natančno je treba določiti temo in nalogo srečanja ter jo dobro predstaviti in razložiti udeležencem;
- določena oseba mora skrbeti, da srečanje poteka po določenih pravilih, med katerimi je zelo pomembno, da se predlogov ne kritizira ali zavrača ali vrednoti, ampak se udeležence spodbuja k dajanju čim bolj ustvarjalnih rešitev;
- določi se osebo, ki bo zapisovala, najbolje vsako idejo na svoj listek; (tudi miselni vzorci)
- ideje se pregleda in doda nove, ki nastanejo ob razpravi o zbranih idejah;
- ko ni več idej, se srečanje zaključi.

Vaja 3

Izbor dveh najboljših predlogov za skupino.

- Vsak študent skupini predstavi svoj predlog. Skupina ga obravnava po metodi BS. Za vsak predlog se pripravi zapisnik v preglednici za vajo 3.
- Na koncu srečanja skupina izbere (tajno glasovanje s številkami na listkih), dopolni in nadgradi dva predloga za skupni projekt.

Preglednica za vajo 3: Izbran izdelek ali storitev avtorja z nadgradnjo ali spremembami idej sodelavcev po metodi brainstorming s pogovorom. Sodelujejo vsi člani skupine.

Avtorji in sodelavci pri brainstormingu	Opis izdelka ali storitve, ki bil lahko zanimiv, uporabnikom koristen in poslovno uspešen za določeno ciljno publiko
Avtor in sodelavci	
Diskusija	Zapiski in rezultat diskusije
Tema 1	
Tema 2	
Tema 3	
Tema 4	
Tema 5	

Strokovnjaki v ekipi

- Kakovost diskusije in rezultatov je boljša, če se vključuje različne strokovnjake, vendar ti ne smejo prevladati s klasičnimi rešitvami. Zelo pomembni pa so pri ocenah stroškov in obravnavi tveganj.
- Delno lahko delo ekspertov nadomesti UI.

Gradiva iz videolectures

http://videolectures.net/iccc2014_gervas_computational_model/?q=creativity

http://videolectures.net/s3mr2010_jain_cda/?q=modern%20media

Možne vaje po različnih metodah in tehnikah

Za in proti (pro in kontra)

Poteka dialog, pri čemer prvi sogovornik predstavi temo ali problem, drugi pa mu nasprotuje in navede čim več proti argumentov. Na koncu vse argumente proučita in predlagata najboljšo skupno rešitev ali pokažeta na dileme, ki jih je še treba rešiti. Če se pri taki diskusiji ali dialogu vlogi sogovornikov zamenjata (vsak sedaj brani tezo in stališče drugega), govorimo o tehniki **renatalizacije**.

Možne vaje po različnih metodah in tehnikah

Združevanje v pare

- Pripravimo dve skupini po pet naključno izbranih besed in jih nato združujemo po parih in utemeljimo, kaj je bila podlaga za izbrane pare.

Zgodovina (splošna izobrazba)

- Izberite pet naključnih besed in jih uporabite pri enem od opisov dogodka iz zgodovine.

KATALOŽNI ZAPIS

- KAKO DO KATALOŽNEGA ZAPISA? **SAMO ZA INFORMACIJO**
- **ZA TISKANO KNJIGO**
- Gradivo za tiskano knjigo posredujete po elektronski pošti cip@nuk.uni-lj.si. V treh delovnih dnevih bomo pripravili CIP in ga poslali na naslov, s katerega smo gradivo prejeli.
- **ZA E-KNJIGO**
- Gradivo za e-knjigo je treba oddati preko spletnega vmesnika [Portal za založnike](#). Namenjen je poenostavitvi postopka in hkrati obogatitvi bibliografske baze COBIB, sicer pa je potrebno upoštevati vse kriterije za pridobitev CIP-a in v kolofonu poleg elementov značilnih za tiskane knjige navesti še naslov URL, računalniški datotečni format, v katerem ali katerih publikacijo pripravljate, ter datum javne objave (glej ZOIPub 8. čl.)
- [Portal za založnike - Navodila \(nuk.si\)](#)
- **GRADIVO BOMO NALOŽILI KO BO PRIPRAVLJENO**

Pripombe in napotki glede Priročnika

- PREDEN MI POŠLJETE NASLEDNJO VERZIJO, PRIPRAVITE POPOLN TEKST, DAJTE GRADIVO V UI LEKTURO, V PREVERJANJE NAPAK IN V PREBIRANJE VEČ OSEBAM, DA BOSTE VIDELI ALI JE TEKST RAZUMLJIV.
- Prvo in notranjo stran naredite, kot piše v navodilih.

VAJE ZA TEMO 3

FAM: NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE - ŠIRŠA VERZIJA

Vaja 1

- Študent/ka si izbere področje, iz katerega bo pripravil/a izdelek - Priročnik.
- Za izbrano področje študent/ka zapiše tri izdelke, za katere bi napisal Priročnik in naslov Priročnika.
- Študent/ka nadgradi svoje ideje s pomočjo UI.
- Izbere najboljšo idejo in pripravi naslov svojega Priročnika.

Izdelek ali storitev	Predlog naslova Priročnika – osebna izbira	Predlog naslova Priročnika s pomočjo UI

Izbrani izdelek in naslov Priročnika.

--

Vaja 2

- Priprava poglavij in kazala Priročnika s pomočjo virov in UI
- UI na kratko opišemo, kaj bo vsebina priročnika in prosimo za dodatne predloge in predlog poglavij.

Glavni sklopi Načrtovanja medijske produkcije so:

- Iskanje in razvoj idej.

- **Načrtovanje izdelkov.**
- **Načrtovanje produkcije.**
- **Izvedba produkcije.**

Vaja 3

Zapišite spisec področij in kazalo, ki ga ponudi UI

- **Spisec poglavij preverimo, če je skladen s predvidenimi dejavnostmi in s poglavji v podobnih publikacijah ter učbeniki.**
- **Odgovor preverimo in ga ustrezno spremenimo, dopolnimo z lastnim znanjem, ali pregledom podobnih gradiv, po pogovorih s strokovnjaki iz organizacij, lahko pa za pojasnilo prosimo spet UI.**

Vaja 4

- **Ko se odločimo za Kazalo in področja, uredimo s pomočjo UI in drugih virov, vsako posebej.**
- **Zelo pomembno, je da navedemo vire – na koncu in v tekstu.**

VAJE ZA TEMA 3 – SNOVANJE IDEJ - za skupinske projekte

1. Vaja

- Izberemo skupine po 5 študentov. Skupina si izbere področje, iz katerega bo pripravila izdelek -tematski e-časopis (npr. [Časoris – mednarodno nagrajeni spletni časopis za otroke \(casoris.si\)](http://casoris.si)), itd.
- Za izbrano področje vsak študent pripravi tri predloge svojih idej za projekt.
- Študenti iz skupine nadgradijo ideje vsakega člana.
- Vsak študent izbere svojo, nadgrajeno in dopolnjeno najboljšo idejo.
- Vsaka skupina izbere izmed petih dva najboljša predloga in katerih naredi pobudo oziroma predlog projekta.

2. Za izbrano področje vsak študent pripravi tri predloge svojih idej za projekte in jih zapiše v tri polja preglednice 1.

3. Študenti iz skupine nadgradijo ideje vsakega člana v preglednici.

Preglednica 1: Prva ideja avtorja za spletni časopis z nadgradnjo ali spremembami idej sodelavcev po metodi brainwriting.

Avtor in sodelavci pri brainwritingu	Opis spletnega časopisa iz področja, ki bil lahko zanimiv, uporabnikom koristen in poslovno uspešen	Ciljna skupina, ki bi ji bil izdelek lahko namenjen
Avtor		
Sodelavec 1		
Sodelavec 2		
Sodelavec 3		
Sodelavec 4		

Preglednica 2: Druga ideja avtorja za spletni časopis z nadgradnjo ali spremembami idej sodelavcev po metodi brainwriting.

Avtor in sodelavci pri brainwritingu	Opis spletnega časopisa iz področja, ki bil lahko zanimiv, uporabnikom koristen in poslovno uspešen	Ciljna skupina, ki bi ji bil izdelek lahko namenjen

Avtor		
Sodelavec 1		
Sodelavec 2		
Sodelavec 3		
Sodelavec 4		

Preglednica 3: Tretja ideja avtorja za spletni časopis z nadgradnjo ali spremembami idej sodelavcev po metodi brainwriting.

Avtor in sodelavci pri brainwritingu	Opis spletnega časopisa iz področja, ki bil lahko zanimiv, uporabnikom koristen in poslovno uspešen	Ciljna skupina, ki bi ji bil izdelek lahko namenjen
Avtor		
Sodelavec 1		
Sodelavec 2		
Sodelavec 3		
Sodelavec 4		

2. vaja

V preglednico za vajo 2 vpišite najboljšo idejo za spletni časopis, ki je bila razvita s pomočjo sodelavcev po metodi brainwritingu in z metodo samobrainstorminga – samorazmišljanja. Izbor utemeljite.

Preglednica za vajo 2: Najboljša avtorjeva ideja za spletni časopis – razvita s pomočjo sodelavcev po metodi brainwritingu in z metodo samobrainstorminga – samorazmišljanja.

Avtor - sodelavci pri brainwritingu	Opis spletnega časopisa, ki bil lahko zanimiv, uporabnikom koristen in poslovno uspešen.	Ciljna skupina, ki bi ji (bil) spletni časopis lahko namenjen

Utemeljitev izbora

Vaja 3.

V preglednici 3 izdelka ali storitve iz vaje 2 nadgradite s sošolci ali sodelavci z metodo brainstorminga – s pogovorom.

Preglednica 3.1: Izbrana ideja za spletni časopis z nadgradnjo ali spremembami idej sodelavcev po metodi brainstorming s pogovorom.

Avtorji - sodelavci pri brainatormingu	Opis spletnega časopisa, ki bil lahko zanimiv, uporabnikom koristen in poslovno uspešen za določeno ciljno publiko
Avtor	
Diskusija	Zapiski in rezultat diskusije
Tema 1	
Tema 2	
Tema 3	
Tema 4	
Tema 5	

Izmed predlogov članov skupine (vsak izbere en predlog) izberite dva najboljša (tajno glasovanje) iz katerih boste pripravil dva predloga projekta.

Naloga 1

Preučite članek D. Mikuž Od naročila do izdaje knjige in napišite tri ugotovitve, ki jih lahko uporabite pri svojem delu. (Gradivo vložite v moodle pod sprotno delo z drugimi nalogami).

Št.	
1	
2	
3	

Naloga 2

Nadgrajujte lastni multimedijiški projekt – dodajajte nove člane in zanimivo zgodbo.

Naloga 3

Nadaljujte s preučevanjem knjige Načrtovanje multimedijskih izdelkov in storitev. str. 19-37.

Naloga 4

Rešite izpitna vprašanja 11 do 15.

11. Naštejte pet, po vašem mnenju najbolj učinkovitih načinov iskanja idej pri potencialnih kupcih. Izbiro utemeljite.

Način iskanja idej pri potencialnih kupcih	Utemeljitev izbire

12. Po metodi šest univerzalnih vprašanj opredelite ustvarjanje nove

Vprašanje	Odgovor - opredelitev

13. Zapišite pet možnosti, ko lahko iz obstoječega izdelka naredimo nov ali vsaj drugačen izdelek. Za vsak primer navedite konkreten izdelek z vašega področja.

Št.	Obstoječi izdelek	Način spremembe	Primer konkretnega izdelka
1			
2			
3			
4			
5			

14. Razložite citat iz knjige Delaj vitko: *Življenje je prekratko, da bi ustvarjali nekaj, česar nihče noče (ali česar ne želi dovolj ljudi).*

Ali kaj od tega upoštevate v svojem življenju in kako ?

15. Predstavite postopek priprave svojega multimedijskega projekta: Družinsko drevo!

Katero glavno raziskovalno vprašanje ste si zastavili ?

Naloge po želji !

Naloge iz različnih metod kreativnosti

Za in proti (pro in kontra)

Poteka dialog, pri čemer prvi sogovornik predstavi temo ali problem, drugi pa mu nasprotuje in navede čim več proti argumentov. Na koncu vse argumente proučita in predlagata najboljšo skupno rešitev ali pokažeta na dileme, ki jih je še treba rešiti. Če se pri taki diskusiji ali dialogu vlogi sogovornikov zamenjata (vsak sedaj brani tezo in stališče drugega), govorimo o tehniki **renatalizacije**.

Možna tema: Brskanje po spletu vzame veliko časa, posebej če.....

Združevanje v pare

Pripravimo dve skupini po pet naključno izbranih besed in jih nato združujemo po parih in utemeljimo, kaj je bila podlaga za izbrane pare.

Primer:

1. Palica Pasja ovratnica Zvestoba Paličnjak Abrakadabra

2. Sladoled IKEA Revščina LESNINA Les

PARI	UTEMELJITEV

Zgodovina (splošna izobrazba)

Izberite pet naključnih besed in jih uporabite pri enem od opisov dogodka iz zgodovine.

Verovanje Žar Oklep Televizija Trezor

Opis dogodka iz zgodovine

--

FAM

Načrtovanje medijske produkcije

TEMA 4 Pomen dobre zgodbe in
barv

Obvezno sprotno delo – TEMA 3

- Opravite vse vaje in naloge pri vaji za TEMO 3 in gradivo naložite v moodle.
- Študenti, ki ste bili prisotni na predavanju v živo, oddate samo odgovore na izpitna vprašanja 11 do 15.
- Nadaljujte s preučevanjem knjige Načrtovanje multimedijских izdelkov in storitev. str. 19-37.
- Razvijajte idejo za lastni multimedijски projekt Družinsko drevo (zbirajte podatke o članih in zapišite drugo zanimivo zgodbo iz življenja rodbine).

Vsebina in predvideni rezultati TEME 4

Spoznali bomo:

- pomen dobre zgodbe za uspeh multimedijskih izdelkov na trgu,
- kateri so elementi dobre zgodbe,
- pomen barv,
- kaj vse se moramo še naučiti in spoznati.

Opravili bomo naslednje:

- spoznali, analizirali in ovrednotili nekatere dobre zgodbe in izbranega področja, ter analizirali uporabo barv pri nekaterih izdelkih,
- svoj multimedijski izdelek bomo poskušali bolje promovirati preko medijev,
- z mentorji bomo poglobljeno analizirali ožje področje MM produkcije in najbolj znane izdelke s stališča zgodb, na katerih temeljijo.

Znamo, oziroma bomo znali:

- analizirati potrebe in poiskati temo in pripraviti zasnovo za dobro zgodbo in izbrati medije, prek katerih bi jo lahko promovirali,
- izbrati primerne barve za določen izdelek.

Ključna sporočila

- **Poskrbite, da delate prave stvari**
(načrtovanje izdelka ali storitve)
- **Preden jih naredite na pravi način**
(načrtovanje in izvedba produkcije)
- **Hitreje, z manj viri (ceneje) in manj tveganji - VITKA PROIZVODNJA**

Izdelek - zgodba

- Teoretične podlage o zgodbah dobite na FAM v 1. letniku pri predmetu Mediji in komuniciranje. Na današnjem srečanju je se obravnava zgodbe v kontekstu načrtovanja novih, prodajno uspešnih izdelkov.
- Izredno pomembno je spoznanje, da so kupci za enak izdelek pripravljeni plačati več, če jih uspemo prepričati, da je zanje izdelek vreden več. Da je izdelek edinstven in na tržišču redek, je pogost marketinški trik.

Za razmislek

- Preučite prispevek Društva za marketing Slovenije in razmislite, kakšen je njegov namen. Je vsebina uporabna in primerna tudi za novinarje ?
- [Namen pripovedovanja zgodb je ustvarjanje odnosa \(dmslo.si\)](http://dmslo.si)
- Pojasnite: Zakaj so uspeli Modrijani, Volkswagen pa ne ?

Izdelek - zgodba

- Najbolj pomembno in uspešno je, če izdelek povežemo z zanimivo, DOBRO zgodbo, ki jo kupec želi slišati, ji prisluhne in jo posluša toliko časa, dokler mu je zanimiva, ga navdihuje, morda celo očara in si zaželi biti del nje – skupaj z vašim izdelkom in vami.

Pomen uspešne zgodbe

- Le z ustrezno zgodbo, po kateri nas bodo kupci prepoznali, se jih bo dotaknila, bo zadovoljila njihove želje in potrebe, rešila njihove probleme, uresničila njihove sanje, ..., in da se bodo vanjo tudi vključili, lahko računamo na uspeh.
- Ker je zgodb zelo veliko, in vsak dan nastajajo nove, so uspešne le tiste, ki so najbolj zanimive, privlačne, drugačne, nenavadne.

Vaja 1

Poskušajte ugotoviti in ocenite zgodbo iz oglasa po priporočilih DMS (Društva za marketing Slovenije).

<https://www.youtube.com/watch?v=i5Amt4ecYBE>

Kaj bi vi v zgodbi spremenili ?

Preglednica 1: Ocena in komentarji zgodbe iz oglasa

	DA/NE komentar
Zgodba je popolnoma jasna in pristna.	
Zgodba vzpostavi odnos in zaupanje med občinstvom in pripovedovalcem.	
Glavna prednost zgodbe in oglasa je: - Dober tekst - Znani voditelj - Drugo:	
Oglas in zgodba omogočata interaktivnost in katero ?	
V zgodbi so nekatere zadeve, ki so na meji	

Elementi uspešne zgodbe

- Vsaka zgodba mora imeti glavne pripovedne elemente: junake, zaplete, razplete, sporočilo in nauk.
- Na splošno za uspešne medijske zgodbe velja, da so množicam zanimive tiste, v katerih sodelujejo zelo znani ljudje, ali pa kdorkoli, ki pa mora početi zelo nenavadne reči.
- Sporočila in nauki morajo biti za različna okolja (ciljne skupine) zelo dobro izbrani.

Predpogoji za uspeh zgodbe

- Uspeti je mogoče z inovativnimi zgodbami, ki imajo določeno sporočilo, in izhajajo iz avtorjevega okolja, dela in izkušenj.
- Avtor mora v zgodbo verjeti, in v njej z veseljem, navdušenjem, radostjo, strastjo, tudi sodelovati.
- Poznavalci pravijo, da je zmagovita le tista zgodba, ki prihaja iz **srca**.

Kako do dobre zgodbe

- <http://www.wikihow.com/Write-a-Good-Story>
- <http://www.aaronshep.com/youngauthor/elements.html>
- <http://www.writersdigest.com/whats-new/7-simple-ways-to-make-a-good-story-great>

Vaja 2

- Preberite enega od prispevkov o pripravi dobre zgodbe in zapišite vsaj en nasvet, ki ga boste uporabili pri svojem delu.

Tehnično uresničenje zgodbe

- Zgodbo je treba, od ideje do uresničitve v obliki izdelka ali storitve, ustrezno razviti in vsebinsko, oblikovno ter tehnično urediti.
- Postopek poteka po fazah, od sinopsisa, prek scenarija do snemalne knjige, če gre za AV izdelke, in
- logotipe, slogane ter celostno grafično podobo in blagovno znamko, če gre za druge izdelke ali storitve.

Predstavitev zgodbe na trgu

- Da ljudje zgodbo spoznajo, se mora pojaviti med njimi, na trgu, in mediji so tu nepogrešljivi.
- Pri prepoznavnosti so ključni logotip, slogan in blagovna znamka, zgraditi pa je treba tudi inovativni in učinkovit sistem komuniciranja, promocije, medijskih nastopov, vključevanja izdelkov na ustrezna mesta ipd.
- Izjemne sodobne možnosti nudijo spletne rešitve in mobilne aplikacije

Pisanje zgodb od začetka in nazaj

- Dobri pisci imajo danes veliko dela v tveganih, futurističnih projektih, kriminalističnih preiskavah,... kjer na podlagi določenih izhodišč razvijejo več možnih zgodb – kaj se bo lahko zgodilo,
- In na drugi strani poskušajo zapisati od izvora različne možne zgodbe, ki so pripeljale do določenega rezultata, dogodka,

Razvojno - raziskovalni projekt

MULTIMEDIJSKO DRUŽINSKO DREVO

Zakaj multimedijски izdelek – družinsko drevo ?

- Projekt Multimedijsko družinsko drevo je odličen primer produkcije, ki povezuje inovativno, raziskovalno in projektno delo z znanjem in veščinami s področja novinarstva in izdelave multimedijskih izdelkov v različnih oblikah (knjige, plakat, spletna stran, aplikacija ...) in objave v različnih medijih.
- Zaradi pridobivanja podatkov in gradiv (fotografije, AV posnetki) o članih ožje in širše družine se srečamo tudi z zahtevami zakonodaje o varstvu osebnih in drugih podatkov.
- Izdelek je tudi odličen družinski dokument in darilo.

Podatki za izgradnjo drevesa

Nadaljujte z delom na Družinskem drevesu.

Poglejte si prispevek: **How we're building the worlds largest family tree**

<https://www.youtube.com/watch?v=Ik4W6zJlLw>

<http://rodoslovje.si/index.php/sl/metode-in-pripomocki/kako-zaceti>

Priporočamo še: [Družinsko drevo | Moje družinsko drevo, Družinsko drevo \(taborniki.si\)](#)

Myheritage.com, Familysearch.org, Familytreedna.com, Ancestry.com itd.

Priprava raziskav

V okviru projekta bomo na posameznih delih, kjer teme ne poznamo natančno ali nimamo podatkov, izvedli najmanj **dve** raziskavi, kjer mora imeti vsaka **vsaj eno raziskovalno vprašanje** in vsaj **dve** hipotezi.

Faza	Naloge
Opredelitev raziskovalne tematike, postavitev raziskovalnega vprašanja	Kaj nas zanima in zakaj? Kaj želimo ugotoviti, preveriti ali raziskati? Raziskovalno vprašanje 1 je: Raziskovalno vprašanje 2 je: Raziskovalno vprašanje x je: Katera nova vprašanja, ideje ... se nam pri tem porajajo?
Pregled predznanja in izkušenj ter novih virov	Kaj že vemo o tem, kar raziskujemo? Katera znanja lahko pri tem uporabimo? Katera znanja/informacije še potrebujemo, preden začnemo z raziskavo? Kakšne izkušnje imamo iz predhodnih raziskav?
Opredelitev predvidevanj in pričakovanj, določitev namena in ciljev	Zakaj bomo izvedli raziskavo? Kako bomo raziskovali? Kaj menimo, da se bo zgodilo in zakaj? Kakšne rezultate predvidevamo? Kakšne cilje želimo doseči? Na osnovi česa pričakujemo takšne rezultate? Kakšne so naše hipoteze? - - - -

Primeri raziskovalnih vprašanj

- Ali je bil kdo izmed mojih prednikov Japonec, Turek, janičar?
- Ali sem v sorodstvu s kakšnim znanim slovenskim znanstvenikom (pevcem, pisateljem)?
- Zakaj je moj pradedek končal prvo svetovno vojno v ruski in ne v avstro-ogrski vojski?
- Poiskati želim vse dvojčke v naši rodbini in primerjati njihovo življenjsko usodo.
- Kako je španska gripa vplivala na našo rodbino?
- Ali je bil med našimi predniki tudi kak Napoleonov vojak?
- Ali je razlika v dovoljenju za objavo osebnih podatkih na zaprtem portalu Družinsko drevo med mlajšo in starejšo populacijo?
- Koliko lahko rezultati genetske analize pripomorejo k razumevanju naše rodbine?

Itd.

Vaja 3

Pripravite nekaj primerov raziskovalnih vprašanj za vaše družinsko drevo.

Ko boste preučevali podatke lahko pripravite nova raziskovalna vprašanja.

Lahko si pomagate tudi z UI.

Izmed vseh boste izbrali najmanj dve vprašanji in pripravili raziskavo.

Hipoteze

Po odločitvi za raziskovalno vprašanje postavimo pri vsakem raziskovalnem vprašanju vsaj dve hipotezi. Hipoteze ali domneve so natančno oblikovane trditve, ki se lahko z raziskavo potrdijo ali zavrnejo.

Raziskovalno vprašanje:

- Želim raziskati, kakšno starost dosega moški v naši rodmini.

(In ko vemo o tem nekaj več, postavimo hipotezo.)

Hipoteza:

- V naši rodmini večina moških doseže visoko starost.

Primeri hipotez

- Eden od mojih prednikov je bil prijatelj pisatelja Ivana Cankarja.
- Ženske v naši rodbini so našle za ženine tudi tujce.
- Starejši člani rodbine bodo težje pristali, da se njihove slike objavijo na spletni strani Družinsko drevo, kot mlajši.
- V naši rodbini živijo moški po mamini strani dlje, kot ženske.
- Materina družina izhaja iz meščanskega okolja, očetova iz kmečkega.
- V družini smo zagotovo imeli koga, ki je dosegel starost 100 let.

Vaja 4

Pripravite nekaj primerov hipotez, ki so povezane z raziskovalnimi vprašanji za vaše družinsko drevo.

Ko boste preučevali podatke lahko pripravite nova raziskovalna vprašanja in nove hipoteze.

Izmed vseh boste izbrali najmanj dve vprašanji in štiri hipoteze in pripravili raziskavo.

Nekatere tipične statistične enote za družinsko drevo

Statistična enota	Vrednost
Člani rodbine (starši, dedki, babice, pradedki, prababice, otroci, bratje, sestre)	Starost, datum rojstva, davčna številka, delovna doba, kraj bivanja, stan, ...
Država in kraj rojstva	Slovenija, Jugoslavija, Avstro-Ogrska, Ljubljana, Celje ...
Izobrazba	Osnovna, srednja, višja, visoka, magisterij, doktorat
Poklici	Mizar, zdravnik, kmet, delavec, učitelj, šofer ...

Vaja 5

V preglednici podrobno opišite eno od dveh raziskav !

Faza	Naloge
Opredelitev raziskovalne tematike, postavitev raziskovalnega vprašanja	Kaj nas zanima in zakaj? Kaj želimo ugotoviti, preveriti ali raziskati? Raziskovalno vprašanje 1 je: Raziskovalno vprašanje 2 je: Raziskovalno vprašanje x je: Katera nova vprašanja, ideje ... se nam pri tem porajajo?
Pregled predznanja in izkušenj ter novih virov	Kaj že vemo o tem, kar raziskujemo? Katera znanja lahko pri tem uporabimo? Katera znanja/informacije še potrebujemo, preden začnemo z raziskavo? Kakšne izkušnje imamo iz predhodnih raziskav?
Opredelitev predvidevanj in pričakovanj, določitev namena in ciljev	Zakaj bomo izvedli raziskavo? Kako bomo raziskovali? Kaj menimo, da se bo zgodilo in zakaj? Kakšne rezultate predvidevamo? Kakšne cilje želimo doseči? Na osnovi česa pričakujemo takšne rezultate? Kakšne so naše hipoteze? - - - -

Vaja 6

1. Razvili smo nov izdelek za ročno pomivanje posode

Napišite tri sinopsise zgodbic, s katerimi ga lahko predstavimo na trgu.

2. Na TV so ukinili glasbeno-humoristično oddajo...

Napišite tri sinopsise zgodbic, zakaj se je to zgodilo.

Pri pripravi teksta vam je lahko v veliko pomoč UI.

Koristni povezavi

- https://sl.wikipedia.org/wiki/Psihologija_barv

O barvah, zgodbah, marketingu

- <https://www.hrabar.si/blog/>

Rdeča

- je barva ognja in krvi
- izžareva energijo, strast in akcijo
- simbolizira moč, aktivnost, nevarnost, hitrost
- izraža vitalnost in prizadevnost
- povezujemo jo s strastjo, toplino, ljubeznijo, spolnostjo ...
- če je rdeče preveč, smo nepotrpežljivi, razdražljivi ...



GOVORISE

Oranžna

- izžareva toplino in veselje
- je vesela in sveža barva
- vliva pogum, spodbuja pozitivno razmišljanje
- izraža igrivost, užitek, zabavo
- spodbuja ustvarjalnost, osvobaja in sprošča čustva
- povečuje odpornost telesa

Rumena

- je barva sonca in živahnosti
- psihološko je najbolj vesela barva
- izraža toplino in srečo
- simbolizira ustvarjalnost in modrost
- spodbuja nove zamisli in organiziranost (je pobudnik duševnega dela)
- deluje kot stimulans za oči (zato jo uporabljajo tudi kot opozorilno barvo)

Negativne lastnosti: kritičnost, nestrpnost, impulzivnost, egoističnost, pesimizem, manjvrednostni kompleks, strahopetnost, brez čustev,

Zelena

- Zelena barva pomeni življenje
- je barva narave
- pomeni veselost, svobodo in mir, uravnoteženje
- simbolično je barva upanja
- deluje pomirjujoče na živčni sistem, umirja
- pomaga pri odpravljanju izčrpanosti in nespečnosti
- Negativne lastnosti: posesivnost, materialističnost, brezbržnost, ljubosumnost, sebičnost, pohlepnost, nepremišljenost,...

Modra

- barva miru in harmonije, zrelosti, razumskosti, natančnosti, sposobnosti
- barva visokih vrednot, zaupanja, iskrenosti in zvestobe
- dobro vpliva na koncentracijo
- spodbuja ustvarjalnost in izvirnost
- blaži in zmanjšuje bolečine
 - *modra je najljubša barva večine ljudi*
 - vendar - če smo izpostavljeni preveč **temno modri**, lahko postanemo depresivni ...

Vijolična

- združuje stabilnost modre in energijo rdeče barve
- je duhovna barva, pomeni skrivnostnost , magijo, ekstravagantnost
- povezuje čutnost in duhovnost, čustva in razum, ljubezen in odpoved ...
- povečuje umetniški navdih, spodbuja domišljijo

Negativne lastnosti: nezrelost, nepraktičnost, ciničnost, ravnodušnost, arogantnost,...

Rožnata (roza)

- Je kraljeva, plemiška in romantična barva
- izraža ljubezen, toplino, nežnost, prijaznost
- pomeni tudi obzirnost in nesebično ljubezen
- je ženska barva
- čustveno pomirja in daje občutek varnosti
- preganja osamljenost in potrlost ...

Negativne lastnosti roza barve so: nezrelost, prevelika čustvenost, previdnost, pomanjkanje energije,...

Bela

- Je barva novih začetkov, prebuja rast in kreativnost ter pouseblja čistost.
- Pozitivne lastnosti: nedolžnost, čistost, enakost, popolnost, celost, enostavnost, brezhibnost, čednost,...
- Negativne lastnosti: sterilnost, osamljenost, previdnost, kritičnost, dolgočasnost, praznina,...

Črna

- Pomeni moč in nadzor, disciplino, neodvisnost in močno voljo.
- Izraža tudi konvencionalnost, sofisticiranost, resnost, dostojanstvenost, eleganco, ...
- Zaradi moči je črna barva zastrašujoča, neprijazna in nedostopna. Izžareva avtoriteto in ustvarja strah v procesu

Negativne lastnosti: ravnodušnost, depresivnost, pesimizem, zadržanost, konzervativnost, nadzor, žalost, negativnost,...

Rjava

- je barva zemlje oziroma narave, varnosti, zaščite in materialnega bogastva
- pomeni stabilnost, fizično udobje, enostavnost in kakovost
- je iskrena in pristna, barva
- označuje pridnost, marljivost in zanesljivost

Negativne lastnosti: dolgočasna, skromna, materialistična, predvidljiva, cenena,...

Zlata

Je barva uspeha, dosežkov, zmagoslavja, bogastva in statusa.

Povezana je z blaginjo, razkošjem, kakovostjo, ugledom, prefinjenostjo, eleganco.

Pozitivne lastnosti: uspeh, obilje, bogastvo, razumevanje, modrost, sočutje, ljubezen, strast, karizma, optimizem, pozitivnost,...

Negativne lastnosti: nezaupljivost, sebičnost, zahtevnost, strah pred uspehom in bogastvom, pomanjkanje prijaznosti in velikodušnosti,...

VAJA 6

V katerih primerih bi za izdelavo plakata uporabili določeno barvo kot prevladujočo ?

Barva	Plakat za proteste proti bombardiranju Gaze
Zlata	
Rjava	
Zelena	
Rdeča	
Modra	

Obvezno sprotno delo Tema 4

- Opravite vse vaje in naloge pri vaji za TEMO 4 in gradivo naložite v moodle.
- Študenti, ki ste bili prisotni na predavanju v živo, oddate samo odgovore na izpitna vprašanja 16 do 20.
- Preučite članek M.Rek, Anketiranje (med gradivi v moodle). Pripravite kratko anketo za svoj projekt DD. V anketi mora biti pet različnih tipov vprašanj.
- Pričnite s preučevanjem knjige Delaj vitko (Zapiši načrt A, od strani 23) – zapišite vsaj en podatek, misel ali predlog, ki ga boste lahko uporabili pri svojem delu.

Načrtovanje medijske produkcije

VAJE ZA TEMO 4 – ZGODBE, BARVE

Za razmislek

Preučite prispevek Društva za marketing Slovenije in razmislite, kakšen je njegov namen. Je vsebina uporabna in primerna tudi za novinarje ?

[Namen pripovedovanja zgodb je ustvarjanje odnosa \(dmslo.si\)](https://www.youtube.com/watch?v=i5Amt4ecYBE)

Pojasnite: Zakaj so uspeli Modrijani, Volkswagen pa ne ?

Poskušajte ugotoviti in ocenite zgodbo iz oglasa po priporočilih DMS (Društva za marketing Slovenije).

<https://www.youtube.com/watch?v=i5Amt4ecYBE>

Kaj bi vi v zgodbi spremenili ?

Vaja 1

Poskušajte ugotoviti in ocenite zgodbo iz oglasa po priporočilih DMS (Društva za marketing Slovenije).

<https://www.youtube.com/watch?v=i5Amt4ecYBE>

Kaj bi vi v zgodbi spremenili ?

	DA/NE komentar
Zgodba je popolnoma jasna in pristna.	
Zgodba vzpostavi odnos in zaupanje med občinstvom in pripovedovalcem.	
Glavna prednost zgodbe in oglasa je: - Dober tekst - Znani voditelj - Drugo:	
Oglas in zgodba omogočata interaktivnost in katero ?	

V zgodbi so nekatere zadeve, ki so na meji	
--	--

Vaja 2

Preberite enega od prispevkov o pripravi dobre zgodbe in zapišite vsaj en nasvet, ki ga boste uporabili pri svojem delu.

- <http://www.wikihow.com/Write-a-Good-Story>
- <http://www.aaronshelp.com/youngauthor/elements.html>
- <http://www.writersdigest.com/whats-new/7-simple-ways-to-make-a-good-story-great>

Nasvet:

Vaja 3

Pripravite nekaj primerov raziskovalnih vprašanj za vaše družinsko drevo.

Ko boste preučevali podatke lahko pripravite nova raziskovalna vprašanja. Lahko si pomagata tudi z UI.

Izmed vseh boste izbrali najmanj dve vprašanji in pripravili raziskavo.

-
-
-
-
-

Vaja 4

Pripravite nekaj primerov hipotez, ki so povezane z raziskovalnimi vprašanji za vaše družinsko drevo.

Ko boste preučevali podatke lahko pripravite nova raziskovalna vprašanja in nove hipoteze.

Izmed vseh boste izbrali najmanj dve vprašanji in štiri hipoteze in pripravili raziskavo.

-
-
-
-
-

Vaja 5

V preglednici podrobno opišite eno od dveh raziskav !

Faza	Naloge
Opredelitev raziskovalne tematike, postavitev raziskovalnega vprašanja	Kaj nas zanima in zakaj? Kaj želimo ugotoviti, preveriti ali raziskati? Raziskovalno vprašanje 1 je: Raziskovalno vprašanje 2 je: Raziskovalno vprašanje x je: Katera nova vprašanja, ideje ... se nam pri tem porajajo?
Pregled predznanja in izkušenj ter novih virov	Kaj že vemo o tem, kar raziskujemo? Katera znanja lahko pri tem uporabimo? Katera znanja/informacije še potrebujemo, preden začnemo z raziskavo? Kakšne izkušnje imamo iz predhodnih raziskav?

Opredelitev predvidevanj in pričakovanj, določitev namena in ciljev	Zakaj bomo izvedli raziskavo? Kako bomo raziskovali? Kaj menimo, da se bo zgodilo in zakaj? Kakšne rezultate predvidevamo? Kakšne cilje želimo doseči? Na osnovi česa pričakujemo takšne rezultate? Kakšne so naše hipoteze? - - - -
---	--

Vaja 6

1. Razvili smo nov izdelek za ročno pomivanje posode

Napišite tri sinopsise zgodbic, s katerimi ga lahko predstavimo na trgu.

2. Na TV so ukinili glasbeno-humoristično oddajo...

Napišite tri sinopsise zgodbic, zakaj se je to zgodilo.

Pri pripravi teksta vam je lahko v veliko pomoč UI.

Vaja 4: V katerih primerih bi za izdelavo plakata uporabili določeno barvo kot prevladujočo ?

Barva	Plakat za proteste proti bombardiranju Gaze
Zlata	
Rjava	
Zelena	
Rdeča	
Modra	

Naloga

Preučite članek M.Rek, Anketiranje (med gradivi v moodle). Pripravite kratko anketo za svoj projekt Družinsko drevo. V anketi mora biti pet različnih tipov vprašanj.

Naloga

Pričnite s preučevanjem knjige Delaj vitko (Zapiši načrt A, od strani 23) – zapišite vsaj en podatek, misel ali predlog, ki ga boste lahko uporabili pri svojem delu.

Naloga: Družinsko drevo

Nadgrajujte lastni multimedijski projekt Družinsko drevo (izdelava multimedijskega družinskega drevesa)

Predlagajte dve možnosti (pripravite skico) za uporabo barv v vašem izdelku Družinsko drevo in utemeljite izbiro.

Naloga

Odgovorite na izpitna vprašanja 16 do 20.

16. Zakaj so v medijski produkciji pomembne zgodbe ?

Kje in kako zgodbe lahko predstavimo na trgu ?

17. Napišite pet elementov, ki so potrebni za dobro zgodbo. Elemente razložite na zgodbi o (.....)

Element	Primer elementa iz zgodbe o

18. Opišite in utemeljite kdaj uporabljamo za anketiranje vprašanja odprtega (zaprtega) tipa in napišite pet odprtih (zaprtyh) anketnih vprašanj, ki bi jih zastavili obiskovalcem, kupcem, uporabnikom

Št.	Odprto (zaprto) vprašanje za
1	
2	
3	
4	
5	

19. Napišite v katerih primerih bi uporabili za določeno barvo kot prevladujočo.

Prevladujoča barva	Izdelek	Ciljna publika
Zlata		
Rjava		
Zelena		
Rdeča		
Modra		

20. Napišite pet izdelkov z vašega področja multimedijske produkcije in zapišite, katere višje človekove potrebe lahko zadovoljuje posamezni izdelek.

Št.	Izdelek s področja	Izdelek lahko zadovoljuje naslednje višje človekove potrebe
1		
2		
3		
4		
5		

FAM

NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE

TEMA 5

UPOŠTEVANJE KUPCEV

Ključna sporočila

- **Poskrbite, da delate prave stvari**
(načrtovanje izdelka ali storitve)
- **Preden jih naredite na pravi način**
(načrtovanje in izvedba produkcije)
- **Hitreje, z manj viri (ceneje) in manj tveganji - VITKA PROIZVODNJA**

Obvezno sprotno delo Tema 4

- Opravite vse vaje pri TEMI 4 in jih vložite v moodle.
- Preučite članek M.Rek, Anketiranje (med gradivi v moodle). Pripravite kratko anketo za svoj projekt DD. V anketi mora biti pet različnih tipov vprašanj.
- Pričnite s preučevanjem knjige Delaj vitko (Zapiši načrt A, od strani 23) — zapišite vsaj en podatek, misel ali predlog, ki ga boste lahko uporabili pri svojem delu.
- Odgovorite na izpitna vprašanja 16 do 20.

PREGLED DOMAČEGA DELA

Priročnik – do sobote zvečer mi pošljite osnutek gradiva – naslov, kazalo, osnovno urejena poglavja, upoštevanje vsaj treh virov.

Družinsko drevo

SCAMPER metoda

Zamenjava sestavnih delov, materialov, kadrov idr. (Substitute) ?
Kombiniranje, mešanje, povezovanje, vključevanje idr. (Combine) ?
Prilagoditi, spremeniti namen (Adapt) ?
Spremeniti, povečati, zmanjšati (Modify) ?
Uporabiti za drug namen (Put to another use) ?
Odstraniti, poenostaviti (Eliminate) 43 ?
Obrniti, zamenjati položaj (Reverse)

Primeri:

PASJA OVRATNICA

KRTAČA ZA ČIŠČENJE KOVINSKIH PREDMETOV

VEČERNA OBLEKA Z BLEŠČICAMI

Obdelava pasje ovratnice s pomočjo SCAMPER metode:

- **Spremeni (Substitute):** Kaj bi se zgodilo, če bi namesto tradicionalnega pasjega ovratnika uporabili drug material ali tehnologijo? Na primer, namesto trakove iz blaga, uporabite trakove iz trpežnega neoprena.
- **Kombiniraj (Combine):** Kako lahko združite pasjo ovratnico z drugimi izdelki ali funkcijami? Na primer, lahko razmislite o združevanju ovratnice z GPS sledilcem za spremljanje gibanja vašega psa.
- **Prilagodi (Adapt):** Kako lahko prilagodite obstoječo pasjo ovratnico, da bolje ustreza potrebam lastnika ali psa? Na primer, dodajte odsevne trakove za večjo varnost ponoči.
- **Modificiraj (Modify):** Kako lahko spremenite obliko, velikost ali barvo pasje ovratnice? Razmislite o neobičajnih oblikah ali vzorcih.
- **Postavi drugam (Put to Another Use):** Ali obstaja drug način uporabe pasje ovratnice? Morda lahko služi tudi kot nosilec za majhne predmete ali pa vključuje odstranljivo vrečko za pasje priboljške.
- **Eliminiraj (Eliminate):** Kaj bi se zgodilo, če bi odstranili določen element pasje ovratnice? Na primer, kako bi izgledala ovratnica brez zvončka ali sponke?
- **Razširi (Reverse):** Kako lahko obrnete funkcijo ali zasnovo pasje ovratnice na glavo? Na primer, namesto, da bi ovratnica preprečevala pobeg psa, lahko razmislite o oblikovanju, ki bi pomagal pri iskanju izgubljenega psa.

ANALOGIJE

Po tej metodi iščemo s tehnikami asociacij besede, pojme, rešitve, izdelke, storitve, ki so si po nekaterih zadevah podobni. Pomagamo si z različnimi pomagali, kot so teksti, slike, animacije, filmi, zvočni učinki, vonjave, izdelki, osebe, oblačila.

Metoda analogij vključuje iskanje skupnih lastnosti med različnimi predmeti ali koncepti. V tem primeru so izbrani predmeti vrtnica, greznica in fajfa. Razmislite o morebitnih analogijah glede na različne vidike, kot so oblika, funkcionalnost, uporaba itd. Tu so nekateri možni analogi:

- **Barva:**
 - Vrtnica: Razkošna barvna paleta, simbolizira ljubezen, strast.
 - Greznica: Običajno neopazna, zemeljska barva, ki označuje odstranjevanje odpadkov.
 - Fajfa: Različne barve in vzorci, ki odražajo osebni slog ali tradicijo.
- **Funkcionalnost:**
 - Vrtnica: Okrasna rastlina, simbolizira ljubezen, pogosto darilo.
 - Greznica: Odstranjevanje odpadkov in čiščenje odplak.
 - Fajfa: Pripomoček za kajenje tobaka, lahko simbolizira sprostitev ali tradicijo.
- **Uporaba:**
 - Vrtnica: Okras v vrtu, darilo ob posebnih priložnostih.
 - Greznica: Sistem za odstranjevanje odpadkov iz gospodinjstva.
 - Fajfa: Tradicionalen pripomoček za kajenje tobaka, pogosto povezan s kulturno dediščino.
- **Simbolika:**
 - Vrtnica: Ljubezen, lepota, strast.
 - Greznica: Čiščenje, odstranjevanje nepotrebne.
 - Fajfa: Tradicija, umirjenost, razmišljanje.
- **Oblika:**
 - Vrtnica: Cvet s številnimi listi in trni.
 - Greznica: Podzemna struktura, običajno pravokotna ali okrogla.
 - Fajfa: Cevasta oblika s klobukom.
- **Material:**
 - Vrtnica: Rastlinski material.
 - Greznica: Beton, plastika, kovina.
 - Fajfa: Les, kost, plastika.

ZDRUŽEVANJE V PARE

Izberemo dve besedi, ki jih moramo povezati v smiselni par.

Mleko, pijača

Kolo, cesta

Drevo, žlica

Afrika, tobogan

Policaј, kriminallec

Kako bi lahko združili v smiselne pare, drevo in žlico, Afriko in tobogan, policaj in kriminallec ?

- Združevanje predmetov ali konceptov v smiselne pare lahko spodbudi kreativnost in razmišljanje izven ustaljenih okvirov. Tukaj so možni smiselni pari za navedene kombinacije:
- **Drevo in žlica:**
 - *Drevo s čarobnimi žlicami:* Kako bi bilo, če bi drevo imelo veje, ki rastejo kot žlice? Morda bi lahko služile kot priročen kuhinjski pripomoček.
- **Afrika in tobogan:**
 - *Safari tobogan:* Kako bi bilo, če bi bila na safariju v Afriki posebna vrsta tobogana, ki bi vključevala oblike in motive afriške divjine?
- **Policaj in kriminallec:**
- *Policaj in nekonvencionalni detektiv:* Predstavljajte si situacijo, kjer mora policaj sodelovati z nekim nekonvencionalnim kriminalcem, ki ima posebno znanje ali veščine, ki so ključne za rešitev določenega primera. Morda je to nekdo, ki se je v preteklosti ukvarjal s kriminalom, vendar ima zdaj motivacijo za sodelovanje z zakonom. Skupaj se trudita razrešiti zapletene primere, ki jih običajni detektivi težko rešijo.

BIONIKA

Zanimiva metoda je bionika, kjer se uporablja povezave med biološkimi in umetnimi sistemi. Na primerih iz narave se poskuša ustvariti umetne sisteme.

BIONIKA - primeri

- **Velcro - navdih iz kletk ptic:**
- na podlagi opazovanj semena rastlin, ki so se zataknila v njegovi obleki med sprehodom v naravi. Nastal je trak, ki ga poznamo kot Velcro, s kavljji in zankami, ki se enostavno držijo skupaj.
- **Bullet Train (Hitachi) - oblika iz kljuna kraljevega kormorana:**
- Inženirji pri podjetju Hitachi so se obrnili k naravi, natančneje k obliki kljuna kraljevega kormorana, da bi izboljšali aerodinamične lastnosti vlaka Shinkansen. Njihova študija je pripomogla k zmanjšanju odpornosti vetra in hrupa ter izboljšanju učinkovitosti hitrega vlaka.

ANALIZA DOMAČEGA DELA

- Vaja Za in Proti (pro in kontra) – nekaj primerov.
- Za uporabo UI : proti uporabi UI.
- Za uporabo javnega prevoza: proti uporabi JP.
- Za 0,0 alkohola v krvi : proti 0,0 alkohola v krvi
- Za odhod na Mars : proti odhodu na Mars

Predloge se argumentira, na koncu se analizira vse predloge in izbere najboljšo skupno rešitev.

ANALIZA DOMAČEGA DELA

Nekaj idej za interaktivnost multimedijskega izdelka: Družinsko drevo.

- Vpis podatkov in komentarjev, ali zvočni komentarji, sprememba barvnih v črno bele fotografije (postaranje) ali video.
- Ob imenu ali sliki se pojavijo še povezave na slike, zanimive zgodbe, bivališče, družinski video, ožje družinske člane.
- Personalizacija (izbor barv, črk, glasbene podlage,)
- Povezave s pritiskom na črtno kodo, grafične povezave med različnimi vejami družine. Izbor določenih skupin.

Vsebina in predvideni rezultati TEME 5

Spoznali in razumeli bomo:

- kako se pri iskanju novih idej upošteva kupce,
- kako upoštevati potrebe ljudi,
- kako se ovrednoti in nadgradi ali spremeni multimedijski izdelek,
- kaj vse se moramo še naučiti in spoznati.

Opravili bomo naslednje:

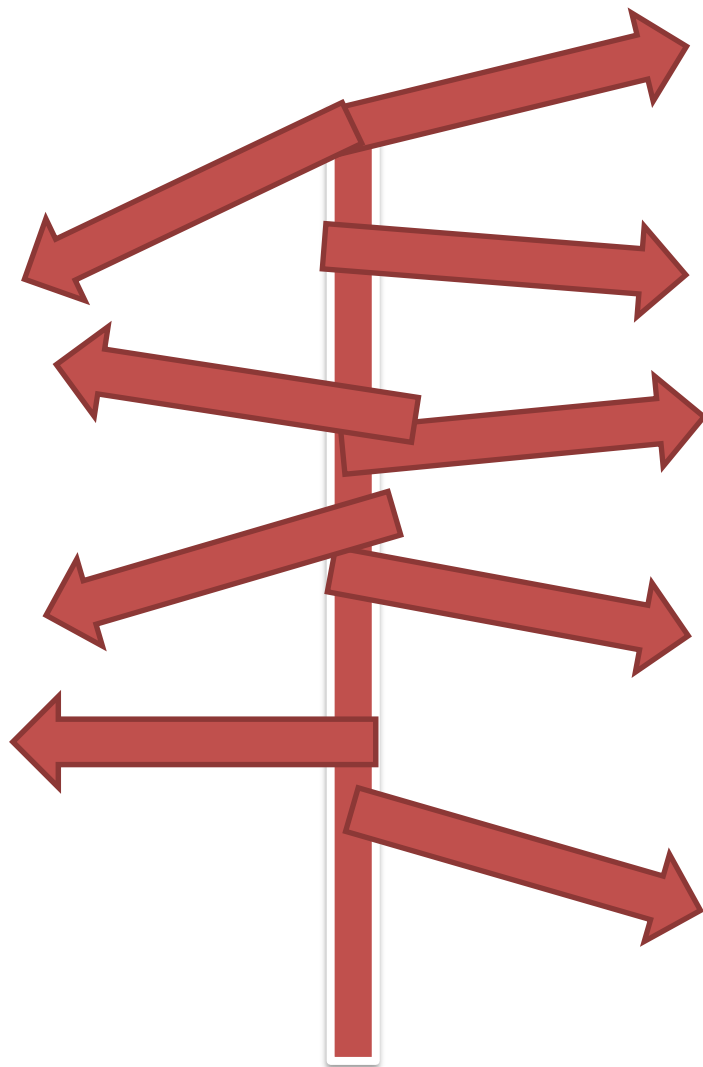
- analizirali in ovrednotili svoj izdelek s stališča kupca in ga nadgradili ali spremenili v boljši ali nov izdelek,
- z mentorji bomo poglobljeno analizirali ožje področje MM produkcije in ovrednotili najbolj znane izdelke s stališča kupcev.

Znamo, oziroma bomo znali:

- upoštevati potrebe ljudi in iskati ideje pri potencialnih kupcih.
- postavljati vprašanja in anketirati ter pripraviti priporočilo za ukrepe.

Video s spleta

- <https://www.youtube.com/watch?v=ixQ2wdhUVck>



KAM ?

Osredotočenje na kupca

- Vedno se je treba osredotočiti na kupca in ugotoviti, kaj potrebuje, oziroma spodbujati doslej neznane potrebe.
- Pomembno je, da se prodajalec ne obravnava kot nekdo, ki od kupcev jemlje denar, ampak jim pomaga pri zadovoljevanju njihovih potreb ali pri rešitvi njihovih problemov oziroma pomaga, da do težav ne pride.
- Treba imeti dober, inovativen in konkurenčen izdelek ali storitev, ki si ga želi čim več strank!

Zadovoljevanje človekovih potreb

- Med osnovne človekove potrebe sodijo fiziološke potrebe, potrebe po varnosti, ljubezni in pripadnosti ter spoštovanju.



Potrebe človeka po Maslowu

POTREBE po uresničenju potencialov, talentov – samoaktualizacija

ESTETSKE POTREBE – potrebe po lepoti, umetnosti

KOGNITIVNE POTREBE – potrebe po znanju in razumevanju

OSNOVNE POTREBE

fiziološke, varnost, pripadnost, spoštovanje, zadovoljevanje teh potreb je pomembno za preživetje

Zadovoljevanje človekovih potreb

- Med višje potrebe pa uvrščamo kognitivne potrebe (znanje, vedoželjnost, razumevanje, raziskovanje ...), estetske potrebe (lepota, umetnost ...) in potrebe po samoaktualizaciji (uresničevanje lastnih potencialov in talentov).
- Multimedijski izdelki in storitve zadovoljujejo človekove osnovne in višje potrebe, tudi po samoaktualizaciji, saj je na voljo veliko število medijev, platform, dogodkov ipd.,

Trendi med digitalnimi potrošniki

Prisegajo na čisto življenje (minimalizem), znajo preživeti, radi posojajo in izmenjujejo, želijo živeti in delati skupaj, so prilagodljivi, raziskujejo, oblikujejo in kreirajo, so sposobni kupiti po virtualnem ogledu,.....

Smo na poti iz druge faze (mobilna tehnologija) v tretjo fazo digitalne evolucije – avtomatizacija, povezljivost, umetna inteligenca.

Odlična knjiga: Rihtaršič T., Makovec N.(2018), Vedenje potrošnikov v digitalni dobi, GEA COLLEGE, Ljubljana.

Vprašanja v zvezi z vedenjem kupcev

Kaj kupuje ?

Zakaj kupuje ?

Kdaj kupuje ?

Kje kupuje ?

S kom kupuje ?

Kako pogosto kupuje ?

Kje (doma, v službi), kako pogosto in pod kakšnimi pogoji uporablja kupljeno?

Kaj naredi kupec ko izdelka ne rabi več ? (zavrže, reciklira,)

Kaj kupec stori z embalažo ?

Kupca je treba vprašati

- 1. Vprašanja o trenutnem **stanju**: (kaj uporabljate, zakaj, kje izdelek ali storitev dobite, ?)
- 2. Vprašanja o **problemih**: (kje pa so težave, zakaj sedanji izdelek ali storitev ne ustreza, ?)
- 3. Vprašanja o **ciljih**: (kaj si želite, kako naj bi bilo po vašem mnenju, kaj pa nameravate, . ?)
- 4. Vprašanja o lepši **prihodnosti**: (če bi vam pokazali način, kako bi zadevo izboljšali, ali bi vas zanimalo ?)

Vprašanja za potencialne kupce

Potencialnim kupcem ponudimo naš izdelek in jih povprašamo:

- Kako bi se počutili, če bi imeli ta izdelek ali rešitev danes ?
- Ali vas naša ponudba zanima, ?
- Ali menite, da boste imeli od nje koristi ?

Vaji 1 in 2

Ocena uporabnosti in učinkovitosti svojega izdelka

Vprašanje	Lastno mnenje	Mnenje kupcev
Kakšen je namen tega izdelka ali storitve oz. čemu služi?		
Zakaj kupec uporablja izdelek ali storitev?		
Kako kupec uporablja izdelek ali storitev?		
Kaj kupcu povzroča težave pri uporabi izdelka ali storitve?		
Kaj je kupcu všeč pri uporabi izdelka ali storitve?		
Ali kupec določenih del ne more ali ne zna opraviti, ker so navodila neustrezna?		
Ali kupec lahko dobi določeno informacijo od vas, če jo potrebuje? Kako in v kakšnem času?		
Ali kupec lahko opravi predvidene naloge z izdelkom ali storitvijo?		

Učinkovitost uporabe izdelka

Vprašanje	Lastno mnenje	Mnenje kupcev
Koliko časa je potrebnega, da se opravi določena naloga z izdelkom ali storitvijo? Primerjava časa ob uporabi najboljših izdelkov ali storitev na tržišču.		
Kolikšno je število potreb po pomoči, ker kupec sam ni znal uporabiti oz. opraviti naloge z izdelkom ali storitvijo?		
Po koliko poskusih kupec obupa?		

Merjenje zadovoljstva kupcev

- Najbolj priljubljeno je merjenje transakcijskega zadovoljstva, kjer je uporabljen enostaven indikator uporabnosti, kazalnik NPS (Net Promoter Score), pri katerem postavijo kupcem enostavno vprašanje o tem, ali bi izdelek priporočili sorodniku, prijatelju, in jih prosijo, da verjetnost priporočila označijo z oceno od 1 do 10. (**1** ne priporočam niti v sanjah, **10** odlično – takoj kupi).

Resnice, vici, reki, troli

»Ali ni naše vino kot čudovita pesem« je poetičen gostitelj filmske ekipe. „Ali lahko nalijete še kakšno kitico?“ je konkreten režiser.

»S tega umazanega prta pa že ne bom jedla« se razburja igralka na terenu. »Nikar se ne razburjajte« pravi agent, «saj boste dobili hrano na krožniku«.

Kako iščemo ideje pri potencialnih kupcih?

- Iskanje idej v okolju, po medijih, po oglasih, pri trgovcih, zastopnikih. Pregledamo in analiziramo, kaj že obstaja oziroma česa ni. Dobimo pregled stanja in tudi določene ideje in usmeritve.
- Obiski razstav, sejmov, spremljanje TV in radijskih postaj, pregled revij, časopisov, katalogov, patentnih baz, spleta, posebej še strani, ki ponujajo razne ideje, ipd.
- Izredno pomembno je pogovarjanje s kupci in prodajalci, ki imajo pogosto največ želja, pripomb in pohval.

Koristna povezava

Prispevek pojasnjuje hierarhijo potreb po Maslowu

<https://www.brstpsihologija.si/temeljne-psiholoske-potrebe/>

- **Osnovne potrebe so skupne vsem ljudem.** Ne glede na kulturno, družbeno ali ekonomsko okolje v katerem se nahaja posameznik.
Predstavniki plemena Masajev iz Kenije ima enake temeljne potrebe, **kot borzniki iz Wall Streeta**. Samo zadovoljuje jih na drugačen način.
- **Kljub družbenim razlikam, smo iz biološkega vidika vsi enaki.**

Kako iščemo ideje pri potencialnih kupcih?

- Veliko idej in informacij dobimo tudi od lastnih zaposlenih, če jih znamo vključiti v ustvarjalne procese, pri čemer dobijo občutek, da so upoštevani.
- Zelo razširjeno in učinkovito je iskanje podatkov pri konkurenci, pri čemer nekateri načini pridobivanja podatkov sodijo na področje industrijskega vohunjenja in so lahko zakonsko sporni.

Iščite odgovore na vprašanja

- Kaj?
- Zakaj?
- Kdo?
- Kdaj?
- Koliko?
- Kje?

Odprta in zaprta vprašanja

Vprašanja odprtega tipa, na katera intervjuvanec sam oblikuje odgovore.

- *Kaj vam je bilo najbolj všeč na koncertu ?*
- *Kakšno vrsto glasbe imate najraje ?*

Vprašanja zaprtega tipa, ko odgovore pripravimo vnaprej.

- Vam je kuharska knjiga *Kuhajmo z veseljem* koristila pri kuhi?
 1. da
 2. ne

Zaprto vprašanje z enim ali več možnimi odgovori

Kje ste si ogledali naš dokumentarni film o
gasilcih ?

- a. Na prireditvi 50. letnici društva
- b. Na youtube-u
- c. Na spletni strani produkcijske hiše
- d. Na razstavi o zgodovini kraja
- e. Drugo

Vaja 3

Pripravite tri odprta vprašanja za izdelek z vašega področja.

1.

2.

3.

Vaja 3

Pripravite tri zaprta vprašanja za izdelek z vašega področja.

1.

2.

3.

Likertova lestvica

Razvrščanje je mogoče:

- s številkami: *(npr. 1 najslabše in 5 najboljše)*
- z besedami: *se ne strinjam,, popolnoma se strinjam, slabo, odlično.*
- z vrednotenjem: Označite stopnjo pomembnosti pri nakupu avtomobila (1 je najbolj pomemben kriterij)- *cena, varnost, poraba goriva, barva, udobnost vožnje*

Vaja 4

Pripravite tri vprašanja za izdelek z vašega področja po Likertovi lestvici.

1.

2.

3.

Interaktivni mediji

- Sodobni interaktivni mediji omogočajo aktivno sodelovanje uporabnika, ker omogočajo in zagotavljajo hitro dvosmerno komunikacijo in to na različni oddaljenosti in časovnem razmiku.

Človek v sistemu interaktivnosti

- Hočemo upravljati in nadzirati sisteme
- Želimo si hitro povratno informacijo oziroma kratek odzivni čas
- Človek sprejema informacije s čutili: uporablja vid, sluh, voh, otipa, spremlja premikanje, temperaturo, vlažnost, ...
- Podatke sprejme, obdela, interpretira, shrani ter izvede določene dejavnosti (pisanje, govor, premik, ukrepanje,)

Narobe svet ??



Naprave ki omogočajo za interaktivnost

Za razumevanje interakcije človek-naprava, moramo dobro poznati in razumeti tudi napravo. Njene vhode in izhode, način delovanja, zmožnosti in zahteve.

Vhodi

- Tipkovnica, številčnica, kamera (video), mikrofonski (govor), (skener) tekst, razni senzorji, ..(optimizacija vhoda – tipkovnice, črke,)
- Naprave za postavljanje elementov, sledenje, risanje, pisanje,
- Miška, pisalo, tipke, igralna palica, sledilniki, sledilna kroglica, grafična tablica, zaslon na dotik, senzorji (zvočni signali, otip, dotik, vonj, okus,...)

Izhodi

- Zaslone, tiskalniki, pisala, zvočniki, tipala, premikala, razni generatorji (za veter, dišave, ...)

Primeri interaktivnih medijev

- Računalniške in izobraževalne igre.
- Interaktivna TV in AV izdelki.
- Simulacije procesov in virtualna vadba (simulatorji vožnje, letenja, plovbe, medinski posegi, vojaške vaje, zahtevni in nevarni tehnološki procesi v industriji).
- Pomoč osebam s posebnimi potrebami (pomoč pri komunikaciji – branje, pisanje, risanje, gibanju, opravljanju nalog, ...)
- Vključuje se dosežke umetne inteligence.

Bio-interaktivni medij (biofeedback)

- Temperatura
- Pulz
- Gibanje
- EMG
- Premik glave
- Premik oči



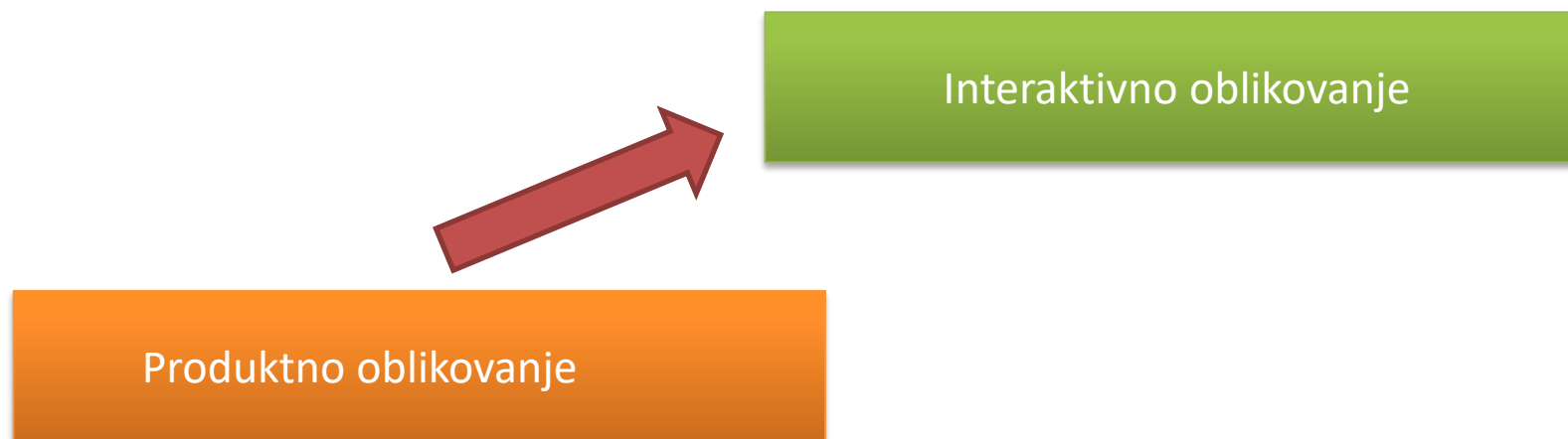
Dihhalno interaktivni medij

dihalne igre
dihalna televizija
dihalni brskalnik
dihhalno izbiranje
vsebin



Posebnosti načrtovanje in produkcije interaktivnih izdelkov ali storitev

- Pri zasnovi, načrtovanju in produkciji interaktivnih izdelkov se je potrebno osredotočiti na končnega uporabnika.
- Ključna je pozitivna uporabniška izkušnja.



Eden prvih bimobilnih telefonov



Vaja 5

Pri vaji 5 zberite predloge za izboljšanje izdelka ali storitve. Vključite zunanje sodelavce in jih anketirajte.

Obvezno sprotno delo TEMA 5

- Opravite vse vaje pri TEMI 5 in jih vložite v moodle.
- Nadaljujte s preučevanjem knjige Delaj vitko (Prepoznavte tvegane točke, str. 47 in naprej) in zapišite vsaj en podatek, misel ali predlog, ki je vplival na vaše razmišljanje o delu in trgu.
- Preučite članek: Praprotnik: Personalizacija novih medijev in multimedijška produkcija in zapišite vsaj eno misel, ki bi utegnila biti uporabna pri vašem delu.

Načrtovanje medijske produkcije

VAJE ZA TEMO 5 KUPCI

Vaja 1

V preglednico vpišite podatke za oceno **uporabnosti** vašega izbranega izdelka.

Preglednica 6 (iz sprotne delo): Ocena uporabnosti izdelka

..... ali storitve

Vprašanje	Lastno mnenje	Mnenje kupcev
Kakšen je namen tega izdelka ali storitve oz. čemu služi?		
Zakaj kupec uporablja izdelek ali storitev?		
Kako kupec uporablja izdelek ali storitev?		
Kaj kupcu povzroča težave pri uporabi izdelka ali storitve?		
Kaj je kupcu všeč pri uporabi izdelka ali storitve?		
Ali kupec določenih del ne more ali ne zna opraviti, ker so navodila neustrezna?		
Ali kupec lahko dobi določeno informacijo od vas, če jo potrebuje? Kako in v kakšnem času?		

Ali kupec lahko opravi predvidene naloge z izdelkom ali storitvijo?		
---	--	--

Vaja 2

V preglednici ocenimo **učinkovitost uporabe** svojega izdelka ali storitve.

Realno oceno je treba dobiti od svojih uporabnikov oz. kupcev.

Preglednica 7: Ocena učinkovitosti uporabe izdelka ali storitve

.....

Vprašanje	Lastno mnenje	Mnenje kupcev
Koliko časa je potrebnega, da se opravi določena naloga z izdelkom ali storitvijo? Primerjava časa ob uporabi najboljših izdelkov ali storitev na tržišču.		
Kolikšno je število potreb po pomoči, ker kupec sam ni znal uporabiti oz. opraviti naloge z izdelkom ali storitvijo?		
Po koliko poskusih kupec obupa?		

V preglednico zapišite svojo **oceno zadovoljstva uporabnikov** z vašim izdelkom ali storitvijo. Realno oceno morate dobiti tudi od svojih uporabnikov.

Vprašanje	Lastna ocena	Ocena uporabnikov
Koliko uporabnikov uporablja izdelek ali storitev?		
Koliko % potencialnih uporabnikov uporablja izdelek ali storitev?		
Kolikšen % uporabnikov je zadovoljen z izdelkom ali storitvijo?		

Koliko novih uporabnikov ste pridobili v zadnjem letu?		
Koliko uporabnikov ste izgubili v zadnjem letu?		

Vaja 3

Pripravite tri odprta vprašanja za izdelek z vašega področja.

- 1.
- 2.
- 3.

Vaja 4

Pripravite tri zaprta vprašanja za izdelek z vašega področja.

- 1.
- 2.
- 3.

Vaja 5

Pripravite tri vprašanja za izdelek z vašega področja po Likertovi lestvici.

- 1.
- 2.
- 3.

Vaja 6

Ocenite vrednost svojega najboljšega izdelka ali storitve. Ob svoji subjektivni oceni morate nujno dobiti tudi oceno kupcev vaših izdelkov. Za ta namen pripravite kratke intervjuje in ankete.

Uporabnike zaprosimo, da nam zapišejo, kaj je treba po njihovem mnenju **spremeniti na izdelku** ali storitvi, ki jo trenutno uporabljajo, ter seveda prosimo tudi za razlago: kaj, zakaj, kako in do kdaj spremeniti. Podatke zapišemo v preglednico .

Preglednica: Mnenje uporabnika o potrebnih spremembah na izdelku ali storitvi

Spremeniti je treba	Zakaj?	Kako?	Do kdaj?
1.			
2.			
3.			

Naloga

Nadaljujte s preučevanjem knjige Delaj vitko (Prepoznavaj tvegane točke, str. 47in naprej) in zapišite vsaj en podatek, misel ali predlog, ki je vplival na vaše razmišljanje o delu in trgu.

Naloga

Preučite članek: Praprotnik: Personalizacija novih medijev in multimedijaska produkcija in zapišite vsaj eno misel, ki bi utegnila biti uporabna pri vašem delu.

FAM

TEMA 6

Načrtovanje medijske produkcije

Pobuda za projekt, predlog
projekta, okvirna specifikacija
izdelka

Ključna sporočila

- **Poskrbite, da delate prave stvari**
(načrtovanje izdelka ali storitve)
- **Preden jih naredite na pravi način**
(načrtovanje in izvedba produkcije)
- **Hitreje, z manj viri (ceneje) in manj tveganji - VITKA PROIZVODNJA**

Predlog zakona o medijih v razpravi

- [eUprava - Predlog predpisa \(gov.si\)](https://euprava.gov.si/predlog-predpisa)
- Komentar lahko oddate do 31. 1. 2024.

Kaj je medij

- Nova definicija medija zajema tudi nove oblike ali vrste množičnih medijev, ki se razširjajo prek digitalnih platform, oz. se pri novi definiciji medija dosledno upošteva princip tehnološke nevtralnosti. Mediji se presojujejo glede na vsebino in namen delovanja oz. glede na bistvene značilnosti programskih vsebin, ne glede na to, na kakšnem nosilcu informacij so izdani ali prek katere komunikacijske poti se zagotavljajo javnosti. S tem želimo zagotoviti, da bodo za vse pravnoorganizirane oblike množičnega komuniciranja veljala enotna pravila.

Kaj niso mediji

- Bilteni, katalogi in drugi nosilci objavljanja informacij, ki so namenjeni izključno oglaševanju, poslovnemu komuniciranju, izobraževalnemu procesu ali notranjemu delu pravnih oseb in drugih organizacij.
- Spletne strani gospodarskih družb, političnih strank, verskih skupnosti, sindikatov, zbornic, zavodov, ustanov, društev ter drugih interesnih in strokovnih organizacij, ki so namenjene izključno predstavitvi njihovega dela in poslanstva.
- Uradni list Republike Slovenije, uradna glasila samoupravnih lokalnih skupnosti in drugih oseb javnega prava ter druge uradne objave, ki jih določajo predpisi.
- Spletne strani državnih organov, samoupravnih lokalnih skupnosti, javnih agencij, javnih podjetij, javnih zavodov in drugih oseb javnega prava.
- Šolska glasila, plakati, letaki, prospekti in transparenti-

Razvid medijev

- Ministrstvo za kulturo upravlja razvid medijev kot uradno evidenco, v kateri se z namenom izvajanja nadzora nad določbami ZMed in zagotavljanjem transparentnosti delovanja medijev obdelujejo predpisani podatki o medijih, ki jih v 30 dneh po začetku izdajanja medija (oz. v 30 dneh od nastanka spremembe) sporočijo njihovi izdajatelji. Večji poudarek je na podatkih o lastnikih medijev oz. o dejanskem lastniku in z njimi povezanih osebah ter o virih financiranja.

GUI v medijih

- Novi zakon o medijih opredeljuje tako vsebine, ki jih GUI ustvari v celoti sama, ali dele vsebin, ustvarjenih z GUI, ki jih novinarji vključujejo v članke. Zakon ne prepoveduje rabe GUI v medijih, temveč zahteva, da so vsebine, pri katerih so bili uporabljeni sistemi GUI, jasno prepoznane in posebej ločene od drugih programskih vsebin medija. Vsaka programska enota, bodisi besedilo bodisi zvok ali avdiovizualne vsebine, mora biti jasno označena s sistematiziranimi oznakami.

Obvezno sprotno delo TEMA 5

- Opravite vse vaje pri TEMA 5 in jih vložite v moodle.
- Nadaljujte s preučevanjem knjige Delaj vitko (Prepoznavaj tvegane točke, str. 47 in naprej) in zapišite vsaj en podatek, misel ali predlog, ki je vplival na vaše razmišljanje o delu in trgu.
- Preučite članek: Praprotnik: Personalizacija novih medijev in multimedijška produkcija in zapišite vsaj eno misel, ki bi utegnila biti uporabna pri vašem delu.

Vsebina in predvideni rezultati TEME 6

Spoznali bomo:

- pripravo pobude in predloga za projekt ter specifikacije izdelka,
- kako se odločamo med več ponujenimi možnostmi,
- pomen posameznih kriterijev pri izboru,
- kaj vse se moramo še naučiti in spoznati.

Opravili bomo naslednje:

- pripravo pobud in predloga za projekt, ki ga bomo izvedli pri predmetu,
- analizo in vrednotenje posameznih pobud in predlogov,
- pripravo okvirne specifikacije izdelka.

Znamo, oziroma bomo znali:

- analizirati in ovrednotiti različne pobude za medijske projekte ter opraviti izbor optimalnega,
- pripraviti specifikacijo izdelka ali storitve na podlagi katere je mogoče pripraviti načrt izvedbe.

Pobuda za izdelek ali storitev

- Pobuda za nek izdelek ali storitev se pripravi v primeru, ko želimo odločevalce obvestiti, da imamo dobro idejo ali izdelek, ki bi jim po našem mnenju v primeru uresničenja prinesel koristi in bi ga z njihovim sodelovanjem (strokovnim, marketinškim, finančnim ...) želeli nadgraditi v projekt.

Resnice, vici, reki, troli

»To pa je slika tropa ovac na travniku«, razlaga likovni kritik pred praznim platnom. »In kje so ovce in trava«, je radovedna ena realistka ? „Ko so ovce pomulile vso travo, so odšle na drugi travnik.“

»Odločil sem se, da z oktobrom preneham jesti meso« razlaga frontman Blagih valov, Simon. »Je zaradi zdravja« zanima kolege ? » »Ne, zaradi korone, ostal sem brez nastopov in na socialni. »

Prednost pobude

Prednost pobude je v tem, da že v začetni fazi preverimo, ali potencialne naročnike ideja zanima, in če jih ne, ne nadaljujemo z delom v tej smeri, kar pomeni prihranek časa in denarja.

Zaščita – le okviren opis izdelka

Potencialnemu naročniku ne razložimo podrobnosti izdelka in projekta, ampak pripravimo le okvirno specifikacijo izdelka, kar nam daje določeno varnost (zaščito) pred morebitno zlorabo intelektualne lastnine.

Primer okvirne specifikacije

- *Serija šestih plakatov, pripravljena za tisk: vsak plakat v svojem žanru, format 50 x 70 cm, konstrukcijska mreža, uvoz besedila, uvoz ali digitalizacija grafike, priprava datoteke za tisk.*
-

Ključna vprašanja pri pripravi pobude

Pobudniki idej ali zamisli za nov izdelek in posledično projekt moramo najprej odgovoriti na ključna vprašanja:

- Zakaj sploh predlagamo izdelek ali projekt, kakšno je ozadje predloga?
- Sta izdelek in projekt v konceptu vizije in strategije podjetja ali ustanove?
- Kaj nameravamo z njim doseči (novi izdelki in storitve, povečanje prihodkov, konkurenčnost, prihranki ...)?
- Je projekt izvedljiv in uresničljiv?

Pri odgovorih si lahko pomagamo tudi z UI.

Vaja 1

- V preglednico 1 pripravite pobudo za prvi izdelek – Priročnik za načrtovanje in izdelavo določenega izdelka, ki ga predlagate za osebni projekt pri predmetu NMP.

Preglednica 1: Osnovni podatki pobude za projekt

.....

Predlagatelj ideje, pobude za projekt	
Opis ideje oziroma predlaganega koncepta	
Predvideni materialni izdelek, storitev oziroma rezultat projekta	
Zakaj bi bilo uresničenje predloga koristno za organizacijo?	
Predvideni čas trajanja projekta in termin zaključka projekta	
Ocena predvidenih finančnih učinkov	
Najbolj pomembne negotovosti in tveganja projekta	
Datum, ko je bil predlog oddan organizaciji	
Predlog se sprejme DA (predlagatelj naj pripravi predlog projekta in druga priporočila oziroma zahteve)	Datum:
NE (predlagatelju se zahvali za predlog)	Datum: Direktor organizacije (ali druga odgovorna oseba)

Vaja 2

- V preglednico 2 pripravite pobudo za drugi izdelek, Priročnik za načrtovanje in izdelavo določenega izdelka, ki ga predlagate za projekt pri predmetu NMP.

Obe pobudi bomo ovrednotili in za en izdelek ali storitev pripravili predlog projekta.

Pri tem bomo lahko uporabili tudi UI.

Preglednica: Osnovni podatki pobude za projekt

.....

Predlagatelj ideje, pobude za projekt	
Opis ideje oziroma predlaganega koncepta	
Predvideni materialni izdelek, storitev oziroma rezultat projekta	
Zakaj bi bilo uresničenje predloga koristno za organizacijo?	
Predvideni čas trajanja projekta in termin zaključka projekta	
Ocena predvidenih finančnih učinkov	
Najbolj pomembne negotovosti in tveganja projekta	
Datum, ko je bil predlog oddan organizaciji	
Predlog se sprejme DA (predlagatelj naj pripravi predlog projekta in druga priporočila oziroma zahteve)	Datum:
NE (predlagatelju se zahvali za predlog)	Datum: Direktor organizacije (ali druga odgovorna oseba)

Kako se odločamo ?

- V primeru, da imamo na razpolago samo eno pobudo za izdelek ali projekt, se zanjo odločimo v primeru, da je koristna za izvajalca in naročnika in je izvedljiva.
- Za oceno koristnosti in izvedljivosti se opravijo ustrezne analize in izračuni, za oceno poslovne uspešnosti pa moramo pripraviti poslovni načrt.
- Poslovni načrt pripravimo, če želimo pridobiti investitorje za projekt.

Kako ocenimo izvedljivost ?

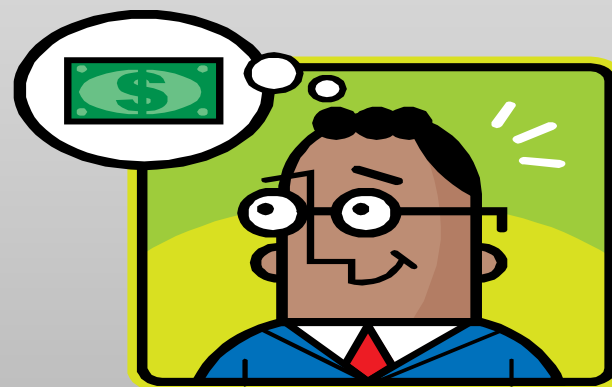
- Pri osnovni oceni izvedljivosti se predvsem glede na izkušnje oceni, če je projekt finančno, kadrovsko, tehnološko, lokacijsko in časovno izvedljiv, kar v tej fazi opredelimo v oceni tveganj.

Kako ocenimo tveganja ?

- V fazi predloga projekta tveganja ocenimo, v fazi načrtovanja produkcije pa moramo izvedljivost, tveganja ter finančne parametre projekta zelo natančno opredeliti.
- **Osnove o tveganjih si preberite v članku v gradivih: Tveganja pri manjših multimedijskih projektih.**

Polresnice, vici, troli, reki

- Če gre vse proti tebi, si na napačnem pasu.
- Če se spravite v posel brez znanja ekonomije ne verjemite v čudeže, zanesite se nanje.
- Kolikor več denarja je na razpolago, toliko dlje imate čas čakati na napako



Vaja 3

V preglednici ocenite obe pobudi za svoj projekt. Izbrano pobudo bomo nadgradili v predlog projekta.

Preglednica : Ocena pobud za Priročnik za načrtovanje določenega izdelka

Ocene:

0 – neprimerno, 1 – slabo, 2 – sprejemljivo, 3 – dobro, 4 – zelo dobro, 5 – odlično

Kriteriji za ocenjevanje	Ocena prve pobude	Ocena druge pobude
Kazalniki uspeha		
Strateški pomen projekta za organizacijo		
Poslovna uspešnost (dobičkonosnost) projekta		
Možnost uspeha na (tržišču)		
Skupaj		

Ocenjena tveganja

majhno

srednje

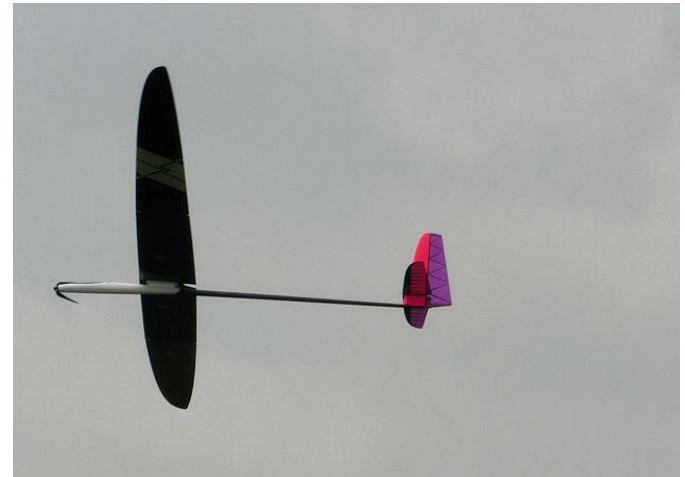
veliko

Predlog projekta

- Predlog projekta: dokument, ki bodoči projekt predstavi do te mere, da naročnik lahko naredi analizo projekta, če je treba, tudi študijo izvedljivosti in koristnosti projekta, da lahko izbere med več ponujenimi predlogi najboljšega.
- Predlog projekta vsebuje podatke o predlagatelju, naslov projekta, opis predvidenega izdelka kot materialni cilj projekta in opis namena, kjer je razloženo, zakaj se projekt predlaga in kateri ciljni skupini je namenjen.

Določitev (specifikacija) izdelka ali storitve

- KAJ ŽELIMO ALI MORAMO NAREEDITI ????



Obema se reče letalo !!

Okvirna specifikacija izdelka

- Okvirno specifikacijo izdelka opišemo z naslednjimi parametri: tip izdelka, osnovna struktura in kratek opis. Dodan je tudi prikaz nekaterih podobnih izdelkov (če obstajajo), da si zainteresirani lahko predstavljajo, za kakšen izdelek gre.
- Okvirna specifikacija izdelka še ne vsebuje vseh podrobnosti in dokumentacije, kot je to pri specifikaciji izdelka ob podpisu pogodbe za pripravo in izvedbo projekta.

Primer

- *Serijska šestih plakatov, pripravljena za tisk: vsak plakat v svojem žanru, format 50 x 70 cm, konstrukcijska mreža, uvoz besedila, uvoz ali digitalizacija grafike, priprava datoteke za tisk.*

Vaja 4

V shemo (obrazec za predlog projekta) pripravimo predlog osebnega projekta-Priročnik za načrtovanje določenega izdelka– uporabimo pomoč UI.

Pri tem upoštevamo rubrike in dejavnosti, ki so že vpisane, druge pa dodamo glede na specifikke projekta.

Treba je zapisati 10 do 15 dejavnosti **(pomagamo si z učnim gradivom Načrtovanje multimedijske produkcije - str. 12 do 29)**, določene so prve štiri (uvod, okvirna specifikacija izdelka, načrt dela, spremljanje projekta) in zadnji dve dejavnosti (testiranje in predaja izdelka). Druge dejavnosti se vpiše glede na specifikke izdelka ali storitve.

Treba je prikazati vsaj 5 tveganj, sicer pa vsa, ki se nanašajo na projekt.

Shema: Obrazec za predlog projekta FAM

Naslov projekta:		Predlagatelj:	
		Naročnik:	
Namen (zakaj to delamo)	Cilji (kaj bo izdelek, kakšni so drugi cilji)	Podobni izdelki (pet, od tega vsaj dva tuja)	Dejavnosti (najmanj 15)
		1. 2. 3. 4. 5.	1. Uvod 2. Specifikacija 3. Načrt dela 4. Spremljanje projekta 5. ... 6. ... 7. ... 8. ... 9. ... 10. ... 11. 12. 13. ... 14. Testiranje 15. Predaja izdelka
Ciljna skupina (kdo bo izdelek uporabljal)	Osnovni tehnični podatki o izdelku	Mejniki (pomembni datumi) Oddaja specifikacije: Oddaja izdelka: Oddaja dokumentacije: Predstavitev in zagovor projekta:	
Viri (kadri, oprema, prostor, material)		Ocena stroškov	Glavna tveganja (najmanj 5)
Kader: vodja projekta, Oprema: računalnik, Prostor: pisarna, Material: potrošni material, Drugo: potni stroški,			1. Kadri 2. Oprema 3. ... 4. ... 5.

Ocena stroškov projekta

- Če pripravljamo predlog projekta za produkcijo izdelkov, ki jih poznamo in imamo z njimi ustrezne izkušnje, lahko precej natančno ocenimo stroške projekta in lastno.
- Če pa gre za povsem nove izdelke, lahko v predlogu le približno ocenimo stroške in druge parametre ali pa moramo predhodno pripraviti čim bolj natančno specifikacijo izdelka in projektno dokumentacijo, na podlagi katere lahko izračunamo stroške. To pa je povezano z več dela za pripravo predloga projekta in s tem z večjimi stroški, kar zahteva ustrezen dogovor s potencialnimi kupci o kritju stroškov priprave, posebej če se kasneje ne odločijo za podpis pogodbe. V primer odločitve za podpis pogodbe se stroški vštejejo v stroške projekta.

Odločitev za projekt

- Za projekt se odločimo, če projekt v kar največji meri zadovolji naše zahteve in pričakovanja.
- Po izboru predloga projekta se lahko odločimo za pripravo projektne dokumentacije za produkcijo predvidenega izdelka, v okviru katerega lahko natančno ovrednotimo vse potrebne elemente (potrebni viri, stroški, roki, tveganja ...) za pripravo pogodbe med naročnikom in izvajalcem za izvedbo projekta.
- **Projektov, od katerih nimamo nobenih koristi in nam ne prinašajo zadovoljstva, se ne lotimo.**

Polresnice, vici, troli, reki

- Kadar se zdi, da povpraševanje po naših izdelkih narašča, smo zagotovo nekaj prezrli.
- Če posel odlično teče ne skrbite. Minilo bo.



Primer ocene projekta

Opis projekta

- Ocenjujemo koristnost projekta za produkcijsko podjetje TVS, katerega rezultat bi bila televizijska serija 20 kombiniranih oddaj (nastopi v studiu, intervjuji) v eni sezoni (oznaka projekta TVS3/2020). Oddaja naj bi se financirala iz oglasov, tako da dobi TVS 80 % oglasnih prihodkov v času pred oddajo, med njo in po njej. Projekt bo treba financirati s kreditom, za katerega pa še nimamo nobenega zagotovila, da ga bomo dobili na osnovi finančnega stanja v TVS. Na podlagi predloga projekta vstavimo v preglednico podatke, ki so najbolj pomembni za predlagani projekt.*

Preglednica: Ocena koristnosti rezultatov projekta (upoštevamo najbolj pomembne kriterije za določen projekt).

Elementi analize	Opis	Mnenje o posameznem elementu Da/Ne
Neposredne koristi	Nova TV-serija, zaposlitev kadrov, nabava opreme in prostorov, prihodek, dobiček, sredstva za razvoj	DA
Posredne koristi	Reference Promocija produkcijskega podjetja TVS Nadaljevanje sodelovanja z dobrimi kadri	DA
Stroški izvedbe	430.000 EUR	DA
Neto finančni učinek	35.000 EUR dobička	DA
Donosnost kapitala	7 %	DA
Doba vračanja sredstev	10 mesecev	DA
Rešeni bodo naslednji problemi	Zagotovljena bodo sredstva za vsaj 60 % sodelavcev. Omogočen bo nakup nujne opreme.	DA
Zmanjšali se bodo naslednji problemi	Zmanjšalo se bo nezadovoljstvo sodelavcev, ki niso videli perspektive zaradi pomanjkanja dela. Podjetje bo lahko delno poplačalo zapadle obveznosti iz prejšnjih poslov.	DA

V preglednici je primer ocene koristnosti rezultatov projekta iz primera. Skupaj je za 9 dejavnosti mogočih $9 \times 9 = 81$ točk.

Element ocene	Stopnja pomembnosti kriterija (SPK)	Ocenjena stopnja zadovoljevanja kriterija (SZK)	Rezultat SPK x SZK
Nov izdelek	3	3	9
Večje število gledalcev	3	2	6
Sodelovanje z znanimi igralci	3	3	9
Prepoznavnost TV-postaje	2	2	4
Prihodek organizacije	3	3	9
Dobiček organizacije	2	2	4
Pogoji za najem kredita	2	2	4
Nova oprema	3	2	6
Vpliv projekta na delovanje in razvoj organizacije	2	2	4

Projekt je bil ocenjen s 55 točkami oziroma 68 % možnih točk, nobena vrednost SPK x SZK ni manjša od 4, kar pomeni, da je projekt koristen.

Vaja 5

Ocenimo predlog osebnega projekta, Priročnik za načrtovanje in izvedbo določenega izdelka. Podatki za oceno so v preglednicah.

Preglednica: Opis in ocena nekaterih kazalnikov projekta (upoštevamo najbolj pomembne kazalnike za določen projekt).

Elementi analize	Opis	Mnenje o posameznem elementu Da/Ne
Neposredne koristi		
Posredne koristi		
Stroški izvedbe		
Neto finančni učinek		
Donosnost kapitala		
Doba vračanja sredstev		
Rešeni bodo naslednji problemi		
Zmanjšali se bodo naslednji problemi		

V preglednici je primer ocene koristnosti rezultatov predloga projekta i Skupaj je za 9 dejavnosti mogočih $9 \times 9 = 81$ točk.

Element ocene	Stopnja pomembnosti kriterija (SPK)	Ocenjena stopnja zadovoljevanja kriterija (SZK)	Rezultat SPK x SZK
Nov izdelek			
?			
?			
?			
Prihodek organizacije			
Dobiček organizacije			
Pogoji za najem kredita			
Nova oprema			
Vpliv projekta na delovanje in razvoj organizacije			

Projekt je bil ocenjen s točkami oziroma % možnih točk, nobena vrednost SPK x SZK ni manjša od 4, kar pomeni, da je projekt koristen.

Preglednica: Razvrstitev kriterijev po stopnji pomembnosti

Stopnja pomembnosti kriterija	Ocena
Zelo pomembno	3
Pomembno	2
Manj pomembno	1

Preglednica: Razvrstitev po zadovoljevanju kriterija

Stopnja zadovoljevanja kriterija	Ocena
Visoka	3
Srednja	2
Nizka	1

Vaja 6

Na povezavi

<https://kvarkadabra.net/2007/01/smo-ljudje-res-racionalna-bitja/> je članek S. Dolenca: Smo ljudje res racionalna bitja ?

Članek preučite in si zapišite tri ključne ugotovitve glede odločanja, ker jih bomo uporabili pri naslednji vaji.

Na portalu kvarkadabra, ki spodbuja znanost, boste našli še vrsto zanimivih in strokovno korektnih člankov.

Obvezno sprotno delo TEMA 6

- Opravite vse vaje pri TEMI 6 in jih vložite v moodle.
- Nadaljujte s preučevanjem gradiva: Načrtovanje multimedijskih izdelkov in storitev (str. 38 do 67).
- Nadaljujte z razvojem lastnega multimedijskega projekta Družinsko drevo in zapišite tretjo zanimivo zgodbo.
- Preglejte gradivo Osnove razvojno raziskovalnega dela v MM produkciji (je v moodle pri gradivih).

Obvezno sprotno delo za TEMO 6

- Preglejte Zakon o varstvu osebnih podatkov

<https://www.ip-rs.si/zakonodaja/zakon-o-varstvu-osebni-podatkov/>

Gradivo iz spleta

Na povezavi <https://www.gzs.si/Portals/SN-informacije-Pomoc/Vsebine/novice-priponke/Evropski%20razpisi.pdf>, je nekaj misli o dilemah v zvezi z ocenjevanjem EU projektov. Na povezavi <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=PRAV13079> pa si lahko ogledate, kako izbor izgleda na slovenskem filmskem centru.

Načrtovanje medijske produkcije

VAJE ZA TEMO 6 POBUDA, PREDLOG PROJEKTA

Vaja 1

V preglednico pripravite pobudo za **prvi** izdelek – Priročnik za načrtovanje in izdelavo določenega izdelka ali storitve, ki ga predlagate za osebni projekt pri predmetu NMP (Načrtovanje medijske produkcije).

Preglednica: Osnovni podatki pobude za projekt

Predlagatelj ideje, pobude za projekt	
Opis ideje oziroma predlaganega koncepta	
Predvideni materialni izdelek, storitev oziroma rezultat projekta	
Zakaj bi bilo uresničenje predloga koristno za organizacijo?	
Predvideni čas trajanja projekta in termin zaključka projekta	
Ocena predvidenih finančnih učinkov	
Najbolj pomembne negotovosti in tveganja projekta	
Datum, ko je bil predlog oddan organizaciji	
Predlog se sprejme DA (predlagatelj naj pripravi predlog projekta in druga priporočila oziroma zahteve)	Datum:
NE (predlagatelju se zahvali za predlog)	Datum: Direktor organizacije (ali druga odgovorna oseba)

Podatki v pobudi za projekt so lahko okvirni (v tem primeru se naredi temeljita analiza v predlogu ali dokumentaciji za ponudbo za projekt), lahko pa se priložita tudi poslovni načrt in podrobnejša dokumentacija.

Vaja 2

V preglednico pripravite pobudo za **drugi** izdelek – Priročnik za načrtovanje in izdelavo določenega izdelka ali storitve, ki ga predlagate za osebni projekt pri predmetu NMP (Načrtovanje medijske produkcije).

Preglednica: Osnovni podatki pobude za projekt

Predlagatelj ideje, pobude za projekt	
Opis ideje oziroma predlaganega koncepta	
Predvideni materialni izdelek, storitev oziroma rezultat projekta	
Zakaj bi bilo uresničenje predloga koristno za organizacijo?	
Predvideni čas trajanja projekta in termin zaključka projekta	
Ocena predvidenih finančnih učinkov	
Najbolj pomembne negotovosti in tveganja projekta	
Datum, ko je bil predlog oddan organizaciji	
Predlog se sprejme DA (predlagatelj naj pripravi predlog projekta in druga priporočila oziroma zahteve)	Datum:
NE (predlagatelju se zahvali za predlog)	Datum: Direktor organizacije (ali druga odgovorna oseba)

Podatki v pobudi za projekt so lahko okvirni (v tem primeru se naredi temeljita analiza v predlogu ali dokumentaciji za ponudbo za projekt), lahko pa se priložita tudi poslovni načrt in podrobnejša dokumentacija.

Vaja 3

V preglednici ocenite obe pobudi 1 in 2 za izbrani projekt: Priročnik za načrtovanje in izdelavo določenega izdelka ali storitve. Pri tem uporabite ocene od 0 do 5, ocenite pa tudi tveganja v primeru, da se pripravi projekt.

Izbrano pobudo bomo nadgradili v predlog projekta.

Preglednica: Ocena pobud za izdelek – spletni časopis

Ocene:

0 – neprimerno, 1 – slabo, 2 – sprejemljivo, 3 – dobro, 4 – zelo dobro, 5 – odlično

Kriteriji za ocenjevanje	Ocena pobude 1	Ocena pobude 2
Kazalniki uspeha		
Strateški pomen projekta za organizacijo		
Poslovna uspešnost (dobičkonosnost) projekta		
Možnost uspeha na (tržišču)		
Skupaj		

Ocenjena tveganja	majhno	srednje	veliko
-------------------	---------------	----------------	---------------

Vaja 4

V shemo (obrazec za predlog projekta) pripravimo predlog projekta Priročnik za načrtovanje in izdelavo določenega izdelka ali storitve – uporabimo pomoč UI.

Pri tem upoštevamo rubrike in dejavnosti, ki so že vpisane, druge pa dodamo glede na specifikke projekta.

Treba je zapisati 10 do 15 dejavnosti (**pomagamo si z učnim gradivom Načrtovanje multimedijske produkcije - str. 12 do 29**), določene so prve štiri (uvod, okvirna specifikacija izdelka, načrt dela, spremljanje projekta) in zadnji dve dejavnosti (testiranje in predaja izdelka). Druge dejavnosti se vpiše glede na specifikke izdelka ali storitve.

Treba je prikazati vsaj 5 tveganj, sicer pa vsa, ki se nanašajo na projekt.

Shema: Obrazec za predlog projekta za spletni časopis ...

Naslov projekta:		Predlagatelj:	
		Naročnik:	
Namen (zakaj to delamo)	Cilji (kaj bo izdelek, kakšni so drugi cilji)	Podobni izdelki (pet, od tega vsaj dva tuja)	Dejavnosti (10 - 15)

		1. 2. 3. 4. 5.	1. Uvod 2. Specifikacija 3. Načrt dela 4. Spremljanje projekta 5. ... 6. ... 7. ... 8. ... 9. ... 10. ... 11. 12. 13. ... 14. Testiranje 15. Predaja izdelka
Ciljna skupina (kdo bo izdelek uporabljal)	Osnovni tehnični podatki o izdelku	Mejniki (pomembni datumi) Potrditev predloga projekta Oddaja dokumentacije Zagovor izdelka in zaključek projekta	
Viri (kadri, oprema, prostor, material) Kader: vodja projekta, Oprema: računalnik, Prostor: pisarna, Material: potrošni material, Drugo: potni stroški,		Ocena stroškov	Glavna tveganja (najmanj 5) 1. Kadri 2. Oprema 3. ... 4. ... 5.

Vaja 5

V preglednicah ocenimo predlog skupinskega projekta – spletni časopis. V preglednici ocenimo koristnost rezultatov projekta, v drugi preglednici pa koristnost posameznih elementov projekta.

Preglednica : Opis in ocena nekaterih kazalnikov projekta (upoštevamo najbolj pomembne kriterije za določen projekt). V prazne vrstice v spodnjem delu preglednice lahko vpišemo tudi druge podatke, ki so pomembni za naš projekt.

Elementi analize	Opis	Mnenje o posameznem elementu Da/Ne
Neposredne koristi		
Posredne koristi		
Stroški izvedbe		
Neto finančni učinek		
Donosnost kapitala		
Doba vračanja sredstev		
Rešeni bodo naslednji problemi		
Zmanjšali se bodo naslednji problemi		

Preglednica: Ocena koristnosti posameznih elementov projekta

Element ocene	Stopnja pomembnosti kriterija (SPK)	Ocenjena stopnja zadovoljevanja kriterija (SZK)	Rezultat SPK x SZK
SKUPAJ			

(med elemente vstavite najbolj pomembne za vaš projekt: nov izdelek, povečanje obiska, dobiček,)

V preglednicah je prikazana razvrstitev kriterijev.

Preglednica: Razvrstitev kriterijev po stopnji pomembnosti

Stopnja pomembnosti kriterija	Ocena
Zelo pomembno	3
Pomembno	2
Manj pomembno	1

Preglednica: Razvrstitev po zadovoljevanju kriterija

Stopnja zadovoljevanja kriterija	Ocena
Visoka	3
Srednja	2
Nizka	1

Rezultat:

Projekt se šteje za koristen, če je skupno število točk vsaj 50 % vseh možnih točk in če noben parameter s stopnjo pomembnosti 3 nima produkta (SPK x SZK) manj kot 6, s stopnjo pomembnosti 2 pa nima produkta (SPK x SZK) manj kot 4.

Vaja 6

Na povezavi <https://kvarkadabra.net/2007/01/smo-ljudje-res-racionalna-bitja/> je članek S.

Dolenca: Smo ljudje res racionalna bitja ?

Članek preučite in si zapišite tri ključne ugotovitve glede odločanja, ker jih bomo uporabili pri naslednji vaji – ocena pobude za projekt.

	Ključne ugotovitve glede odločanja iz članka: Smo ljudje res racionalna bitja ?
1	
2	
3	

Naloga

Nadaljujte s preučevanjem gradiva: Načrtovanje multimedijskih izdelkov in storitev (str. 38 do 67).

Naloga

Nadaljujte z razvojem lastnega multimedijskega projekta Družinsko drevo in zapišite tretjo zanimivo zgodbo.

Naloga

Preučite Zakon o varstvu osebnih podatkov

<https://www.ip-rs.si/zakonodaja/zakon-o-varstvu-osebnih-podatkov/>

Naloga

Preglejte gradivo Osnove razvojno raziskovalnega dela v MM produkciji (je v moodle pri gradivih).

Odgovorite na izpitna vprašanja 21 do 25 (izberite področja in izdelke po svoji želji)

21. Naštejte pet primerov, ko sodobne multimedijske naprave in tehnologije pomagajo ljudem, ki imajo probleme z vidom in sluhom!

Naprava, tehnologija	Princip delovanja – kako pomaga.

22. Razložite tri primere interaktivnosti (različnega tipa), ki ste zagotovili v svojem projektu:
Družinsko multimedijško drevo

Tip interaktivnosti	Kako je interaktivnost tehnično vključena v projekt ?

23. Komentirajte spodnjo trditev in napišite pet koristi, ki jih ima lahko organizacija poleg finančnih.

Praviloma izberemo tiste projekte, ki nam lahko prinesejo največ koristi, seveda pa morajo biti tudi izvedljivi. Koristi niso nujno samo finančne, so pa za poslovne projekte ključne.

Št.	Koristi, ki jih ima lahko organizacija, poleg finančnih, pri določenem projektu.
1	
2	
3	
4	
5	

24. Kakšen dokument je predlog projekta in kakšen je njegov namen?

V preglednico vpišite 5 podatkov, ki so najbolj pomembni za predlog projekta za vaše multimedijško družinsko drevo.

Št.	Podatek za predlog projekta
1	

2	
3	
4	
5	

25. Zakaj pri specifikaciji izdelka praviloma zahtevamo, da ponudnik opiše in analizira pet podobnih izdelkov (od tega vsaj dva tuja). Kako ta analiza vpliva na varnost glede avtorstva oziroma možnosti plagiatorstva? Razložite in utemeljite na primeru svojega izdelka.

FAM

TEMA 7

Načrtovanje medijske produkcije

Specifikacija izdelka, družinsko
drevo – raziskovalno delo, shema
dejavnosti

Obvezno sprotno delo TEMA 6

- Opravite vse vaje pri TEMI 6 in jih vložite v moodle.
- Nadaljujte s preučevanjem gradiva: Načrtovanje multimedijskih izdelkov in storitev (str. 38 do 67).
- Nadaljujte z razvojem lastnega multimedijskega projekta Družinsko drevo in zapišite tretjo zanimivo zgodbo.
- Preglejte gradivo Osnove razvojno raziskovalnega dela v MM produkciji (je v moodle pri gradivih).

Obvezno sprotno delo za TEMO 6

- Preglejte Zakon o varstvu osebnih podatkov

<https://www.ip-rs.si/zakonodaja/zakon-o-varstvu-osebni-podatkov/>

Ključna sporočila

- **Poskrbite, da delate prave stvari**
(načrtovanje izdelka ali storitve)
- **Preden jih naredite na pravi način**
(načrtovanje in izvedba produkcije)
- **Hitreje, z manj viri (ceneje) in manj tveganji - VITKA PROIZVODNJA**

ANALIZA DOMAČEGA DELA

- V vse preglednice je treba napisati izdelek ali storitev, sicer ni mogoče ugotoviti za kateri izdelek gre.
- Pri zaprtih vprašanjih je treba napisati možne odgovore npr. DA/NE, deloma, ne vem, mogoče,...
- Pri preučevanju člankov in gradiv je treba pripraviti malo bolj obsežno in poglobljeno analizo in zaključke.
- V predlogu projekta in v drugi dokumentaciji je treba realno oceniti vse stroške.

Vsebina in predvideni rezultati TEME 7

Spoznali bomo:

- Osnove razvojno raziskovalnega dela,
- pripravo specifikacije izdelka,
- kakšne so podobnosti in razlike med vrstami izdelkov,
- pripravo sheme dejavnosti,

Opravili bomo naslednje:

- Pripravili specifikacijo izdelka (lastni projekt in družinsko drevo),
- pripravili shemo dejavnosti.

Znamo, oziroma bomo znali:

- Pripraviti specifikacijo izdelka in ob tem pripraviti tudi primerjavo s podobnimi izdelki,
- pripraviti in optimizirati shemo dejavnosti izdelka na podlagi izbranega proizvodnega sistema,
- pristopiti k pripravi načrta izvedbe.

Specifikacija izdelkov ali storitev

- Specifikacija je natančen tehnični opis izdelka ali storitve.
- Priložimo ji še potrebne dokumente, ki so odvisni od izdelka (področje produkcije, vrsta izdelka)
- Sestavni del specifikacije je tudi prikaz petih podobnih izdelkov (od tega vsaj dva tuja), ki so na tržišču.

Zakaj specifikacija izdelka ?

- Za čim bolj istoznačno in natančno razumevanje predlaganega izdelka s strani naročnika in izvajalca, se praviloma opiše pet podobnih izdelkov (od tega vsaj dva tuja), vsaj dva pa ne smeta biti starejša kot leto dni. Če pa gre za povsem nov izdelek, je treba pripraviti skice in opise, na podlagi katerih si je mogoče predstavljati izdelek.
- Zelo pogosto si naročnik in izvajalec pod istim opisom predstavljata zelo različne zadeve, saj so naročnikova pričakovanja zelo velika, izvajalec pa želi projekt izvesti s čim manj stroški.
- *Primer*
- *Naročnik TV-oglasa za brezalkoholno pijačo pričakuje, da bo izdelek tak kot za Coca-Colo, za izdelavo oglasa pa bi plačal vsaj 100-krat manj.*

Zakaj podroben opis izdelka ?

Primer

- *Pod pojmom knjiga si lahko predstavljamo nekaj deset milijonov različnih knjig (romani, otroške, zgodovinske, različni formati, materiali, naslovi in avtorji, papirne, elektronske itd., originali, ponatisi, jezik, založba ... Da natančno vemo, za katero in kakšno knjigo gre, je treba navesti podatke, ki so obvezni za vire: avtor, naslov, založba, kraj, letnica izdaje in osebna številka knjige ISBN.*

Primer

- *Pod pojmom avto si lahko predstavljamo nekaj deset tisoč različnih tipov avtomobilov (osebni, tovorni, luksuzni, Škoda, Mercedes, električni, dizel ...). Da natančno vemo, za kateri in kakšen avto gre, je treba navesti znamko, model, letnico, izdelavo, barvo itd. In obvezno je zraven še fotografija ali celo prostorska predstavitev avta.*

Posebno navodilo za pisanje tekstov pri analizi podobnih izdelkov

Ni dovolj samo poznavanje in naštevanje, ampak morate tudi analizirati in vrednotiti.

- Pri analizi razvrstite, primerjajte, ugotovite, sklepajte, najдите podobnosti in razlike, ocenite, povežite, anketirajte,
- Pri vrednotenju argumentirano utemeljite, vrednotite, preverite, kritično ocenite, komentirajte, sklepajte, upoštevajte, uredite, presodite, utemeljite, izmerite,

Specifikacija - video produkcija

- Tehnični podatki (tip izdelka, struktura in obseg)
- Pregled podobnih izdelkov:
 - Natančen opis in analiza najmanj 5 podobnih izdelkov (naveden mora biti tudi vir). Kaj vam je bilo pri posameznem izdelku všeč in kaj ne, ter zakaj. Kaj ste iz tega izdelka uporabili, privzeli, se naučili.
- Sinopsis
- Scenarij
- Izbira in ogled lokacij
- Snemalna knjiga

Specifikacija - spletna produkcija

- Tehnični podatki (tip izdelka, struktura in obseg)
- **Pregled podobnih izdelkov:** Natančen opis in analiza najmanj 5 podobnih izdelkov (naveden mora biti tudi vir). Kaj vam je bilo pri posameznem izdelku všeč in kaj ne, ter zakaj. Kaj ste iz tega izdelka uporabili, privzeli, se naučili.
- Seznam funkcionalnosti
- Obseg in struktura vsebin
- Kazalo strani (sitemap)
- Skelet (wireframe)

Specifikacija - grafično oblikovanje

- Tehnični podatki (tip izdelka, struktura in obseg)
- **Pregled podobnih izdelkov:** Natančen opis in analiza najmanj 5 podobnih izdelkov (naveden mora biti tudi vir). Kaj vam je bilo pri posameznem izdelku všeč in kaj ne, ter zakaj. Kaj ste iz tega izdelka uporabili, privzeli, se naučili.
- Opis izdelka
- Izbor materialov
- Priprava za tisk
- Povpraševanje / ponudba

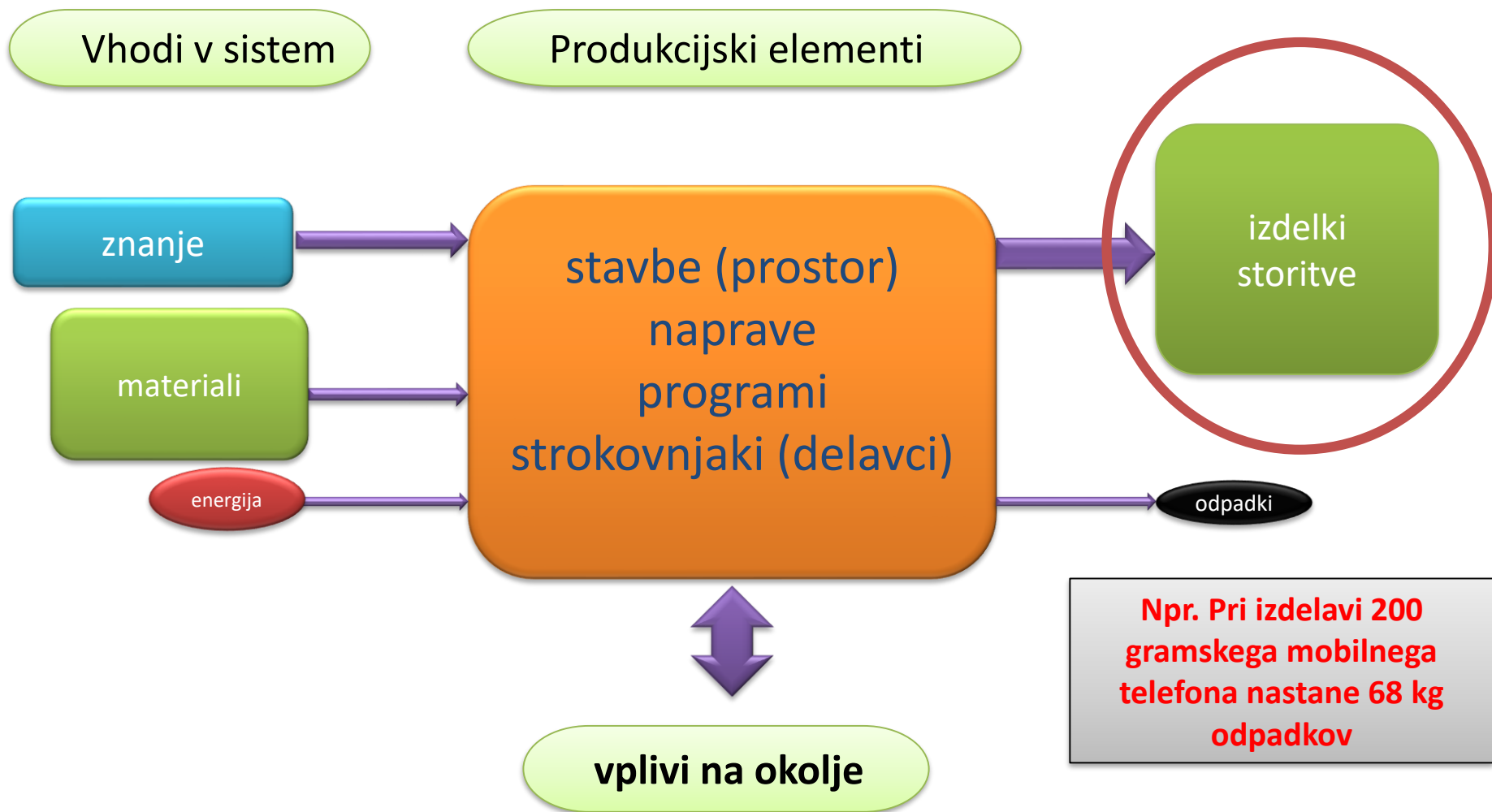
Vaja 4

Priprava specifikacije izdelka – Priročnik ..., pripravite sami s pomočjo ChatGPT. Primere specifikacij najdete v gradivu: NAČRTOVANJE MULTIMEDIJSKIH izdelkov in storitev , str. 74.

Produksijski sistem

- Produkcija izdelkov ali storitev poteka v okviru produkcijskega sistema. Za vsak produkcijski sistem pripravimo osnovno shemo, iz katere vidimo, kaj potrebujemo (vhode in produkcijske elemente), če želimo dobiti iz sistema ustrezne izhode – želene izdelke ali storitve.
- Vhodi v sistem (znanje, materiali, energija), so vgrajeni v izdelek, produkcijski elementi pa omogočajo produkcijo.

Proizvodni (produkcijski) sistem



Produksijski sistem

- Elementi so medsebojno povezani in soodvisni. Lahko izberemo drugačno tehnologijo, boljše naprave in programe, najamemo strokovnjake z boljšim znanjem ipd. Vse je odvisno od zahtev po vrsti in kakovosti izdelka, razpoložljivih virih, zahtevah okolja, finančnih sredstvih itd.
- Preučiti in upoštevati moramo tudi vplive na produkcijski sistem iz okolja, pa tudi vplive produkcijskega sistema na okolje.

Vaja 5

Pripravimo shemo 1 produkcijskega sistema za Priročnik in shemo 2 za družinsko drevo.

V kolikor obstajajo različne možnosti jih navedite, izbrali boste najboljšo in izvedljivo.

Dejavnosti in naloge

- Ko pripravimo shemo produkcijskega sistema in določimo postopek in s tem vse potrebne dejavnosti. Dejavnost je seznam nalog, ki jih je treba opraviti, da dosežemo želeni rezultat.
- *Primeri dejavnosti: načrtovanje, programiranje, terensko snemanje, priprava snemalne knjige, priprava prostora za prireditev.*
- *Primeri nalog:*
- Projekt na FAM mora vsebovati najmanj 10 do 15 dejavnosti.
- **Vsaka dejavnost:**
 - mora vsebovati najmanj 3 naloge,
 - skupno najmanj 1/2 A4 strani opisov,
 - najmanj 1 vir (literatura).

Potek dejavnosti

- Dejavnosti lahko potekajo zapovrstjo, če pa to omogoča proces, tudi sočasno. Nekaterе dejavnosti se lahko pričnejo šele, ko se prejšnje zaključijo.
- Razporeditev dejavnosti je odvisna tudi od tega, koliko in kako kvalificiranih sodelavcev imamo.

Naloge

- Pri vsaki nalogi opišite s pomočjo ChatGPT:
 - nekaj osnovnih teoretičnih podatkov in izhodišč za izvedbo naloge,
 - podatke, ki so potrebni za izvedbo naloge in kje se podatki lahko dobijo,
 - kako je potekala naloga (opažanja, zanimivosti, probleme, uporabljeno opremo, programe itn.)
- Vire navedite pri posameznih navedbah, in ne le na koncu strani.

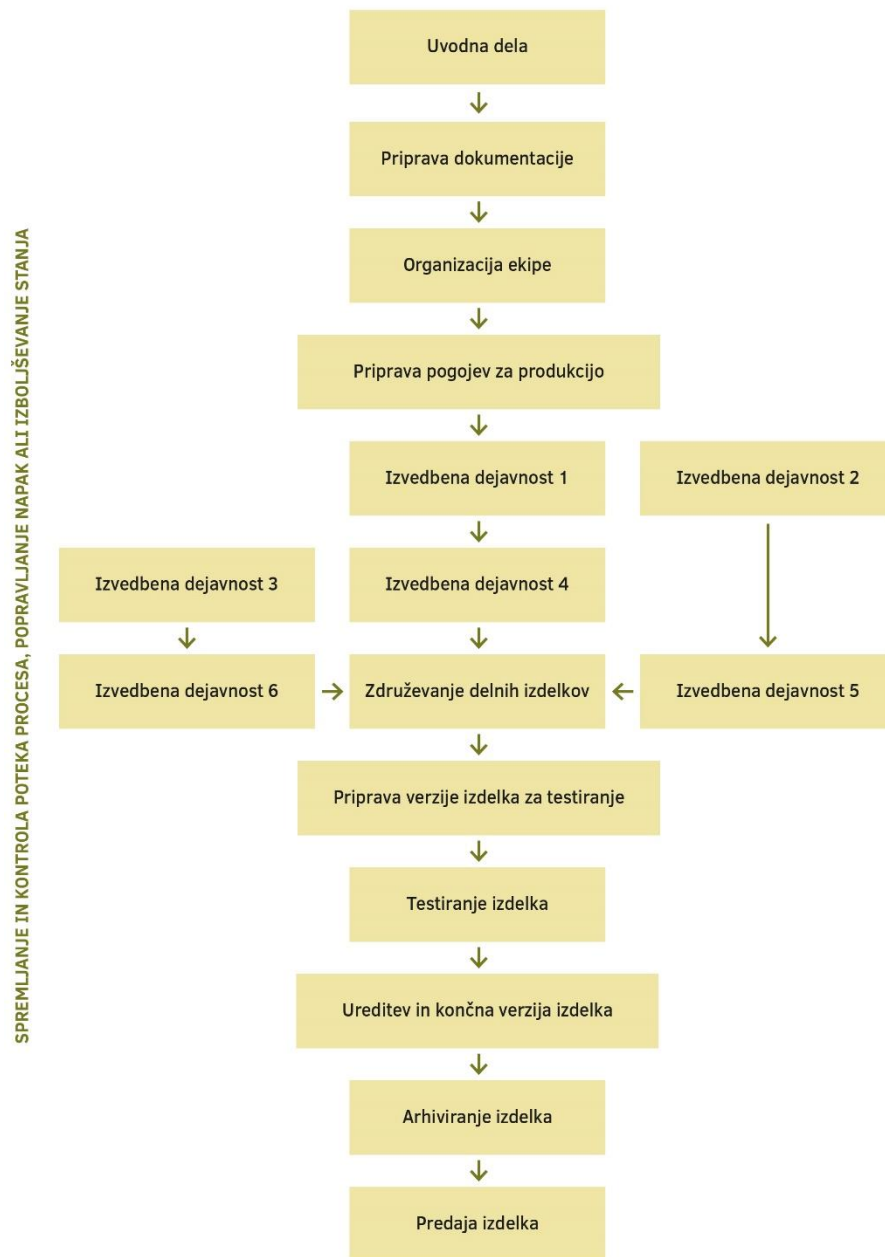
Vrstni red dejavnosti (1)

Vrstni red	Ime dejavnosti	Naloge
1	Uvod	• Uvod v temo • Namen • Cilji • Ciljna skupina
2	Specifikacija	*odvisno od opcije
3	Načrt dela	• Priprava tehnološke sheme • Izbira virov • Komunikacijski načrt • Priprava finančnega načrta • Določitev in opis tveganj projekta • Vplivi na ljudi in okolje
4.	Spremljanje projekta	• Revizija 1 • Revizija 2 • ...
5-13	Odvisno od opcije *	* naloge študenti vpišejo sami glede na potek dela

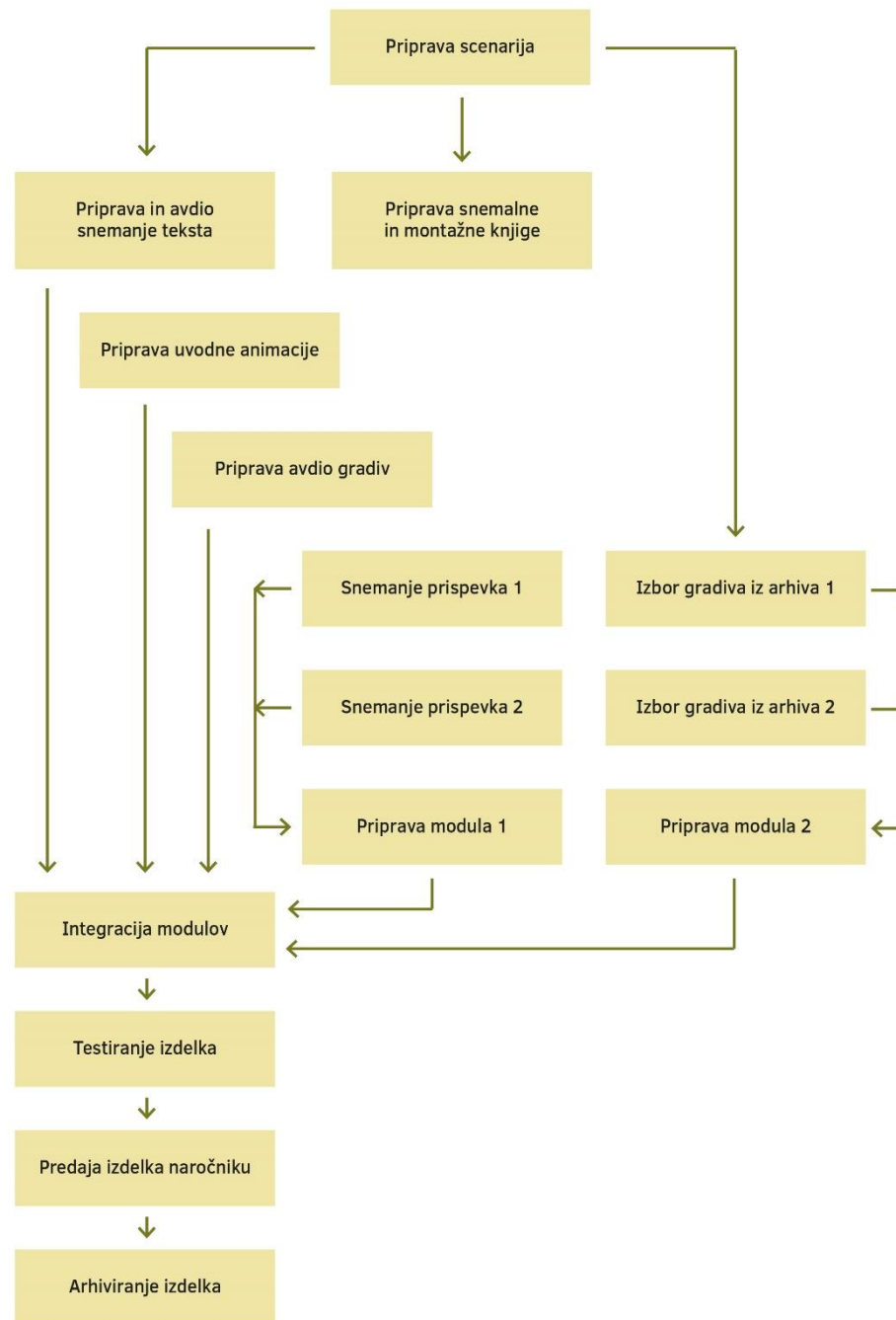
Vrstni red dejavnosti (2)

Vrstni red	Ime dejavnosti	Naloge
14.	Testiranje	• Preverjanje skladnosti s specifikacijo • Testiranje uporabniške izkušnje • Tehnični pregled izdelka
15.	Predaja izdelka	• Predstavitev izdelka naročniku • Izdelava predstavitvenega plakata • Arhiviranje izdelka in dokumentacije

Shema 6: Shema dejavnosti z nekaterimi tipičnimi dejavnostmi, ki so značilne za večji del multimedijskih produkcij.



Shema 7: Dejavnosti za pripravo dokumentarnega filma



Vplivi na časovni potek projekta

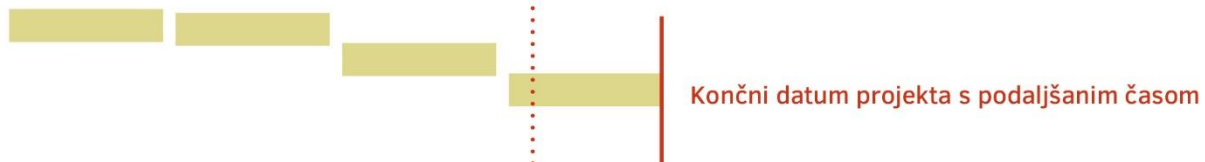
- sprememba scenarija in lokacij;
- zadržanost ali bolezen sodelavcev ali nastopajočih;
- nekateri sodelavci dobijo bolj pomembne naloge;
- problemi z vremenom;
- zakasnitve pri izdelavi posameznih modulov;
- problemi pri potrjevanju gradiv s strani naročnikov, avtorjev, intervjuvancev;
- finančni problemi z izplačili;
- del filma še ni posnet, zato ne moremo končati s postprodukcijo;
- za članek manjka fotografija, zato ga ne moremo objaviti;
- prireditev je organizirana, nastopajoče skupine ob pričetku prireditve zaradi zamude letala še ni.

Shema 10: Možnosti za prilagajanje časovnega načrta

OSNOVNI NAČRT



SPREMENI SE KONČNI DATUM PROJEKTA – ČAS SE PODALJŠA



SPREMENI SE KONČNI DATUM PROJEKTA – ČAS SE SKRAJŠA



Vplivi na časovni potek dejavnosti

- dejavnosti se ne začnejo ali končajo po programu;
- dejavnosti ne napredujejo po programu;
- dejavnosti zahtevajo več ali manj časa in materiala, kot je bilo načrtovano;
- stroški odstopajo od načrtovanih.

Vaja 6

Pripravimo spisec dejavnosti in osnutek sheme dejavnosti 3 za produkcijo Priročnika in osnutek sheme dejavnosti 4 za produkcijo svojega multimedijskega izdelka: Družinsko drevo.

Pri tem uporabite podatke iz gradiv in s podatki od ChatGPT.

Kako narišemo shemo ?

- Vse dejavnosti napišemo na listke ali v pravokotnike (na računalniku) in jih potem razvrstimo po logičnem razporedu, nekatere lahko potekajo tudi vzporedno. Razpored je odvisen od zahtevnosti in specifične dejavnosti in nalog ter od razpoložljivih kadrov.

Obvezno sprotno delo TEMA 7

- Opravite vse vaje pri TEMI 7 in jih vložite v moodle.
- Nadaljujte s preučevanjem gradiva: Načrtovanje multimedijskih izdelkov in storitev (str. 59 do 80).
- Preučite v knjigi Delaj vitko poglavje: Načrt sistematično testiraj str. 69 do 111.
- Nadaljujte z razvojem lastnega multimedijskega projekta Družinsko drevo in pripravite raziskavo.

Pregled gradiva ORDMMP – priprava raziskovalnih vprašanj s področja MMP

Raziskovalno vprašanje postavimo, če kljub predhodnem pregledu virov in literature teme ne poznamo natančno in moramo na določena vprašanja dobiti odgovor z raziskavo. Z določitvijo raziskovalnega vprašanja si načrtamo rdečo nit celotne raziskave, zato mora biti kratko, enostavno in jasno. Iz raziskovalnega vprašanja se vidi:

- kaj nas zanima;
- kaj je bistvo problema, ki ga želimo rešiti;
- kaj želimo ugotoviti
- itd.

Pripravite tri raziskovalna vprašanja na podlagi svojih izkušenj, zanimanja za področje MM produkcije.

Raziskovalna vprašanja za področje MM produkcije

Pripravite tri raziskovalna vprašanja na podlagi svojih izkušenj, zanimanja za področje MM produkcije.

Enostavna raziskovalna vprašanja začnemo s:

- kaj, kako, zakaj, kateri, kakšen, kje, kdaj, koliko itd.

Bolj zahtevna raziskovalna vprašanja.

- Kako bi uporabili?
- Kako bi predstavili dejstva?
- Kakšne postopke raziskave bi še lahko uporabili oz. zakaj ne takšne ...?
- Kako bi lahko uporabili npr. te in te rezultate ...?
- Kaj bi lahko storili drugače v tej/takšni situaciji?
- Kako je to povezano s/z ...?
- Zakaj je to pomembno, k čemu to prispeva, kaj se lahko iz tega naučimo?

Kombinirana vaja

Poglejte in popravite, če znate:

https://www.leemeta.si/blog/zanimivosti/jezikovne-napake-v-oglasih?utm_source=Leemeta.si&utm_campaign=067b973aa6-vladni-govorec-ali-govornik_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_82b2f8cac0-067b973aa6-332034729

Morda bi katerega od oglasov lahko pripravili bolje ?
Poskusite !

Načrtovanje medijske produkcije

VAJE ZA TEMO 7 SPECIFIKACIJA IZDELKA, DRUŽ. DREVO, SHEMA DEJAVNOSTI

Vaja 1

Pripravite nekaj primerov raziskovalnih vprašanj za vaše družinsko drevo.

-

-

-

Ko boste preučevali podatke lahko pripravite nova raziskovalna vprašanja. Izmed vseh boste izbrali najmanj dve vprašanji in pripravili raziskavo.

-

-

Vaja 2

Pripravite nekaj primerov hipotez, ki so povezane z raziskovalnimi vprašanji za vaše družinsko drevo.

-

-

-

Ko boste preučevali podatke lahko pripravite nova raziskovalna vprašanja in nove hipoteze.

-

Izmed vseh boste izbrali najmanj dve vprašanji in štiri hipoteze in pripravili raziskavo.

Raziskovalno vprašanje 1:

Hipoteza 1.1:

Hipoteza 1.2

Raziskovalno vprašanje 2:

Hipoteza 2.1:

Hipoteza 2.2

Vaja 3

V preglednici podrobno opišite eno od dveh raziskav ! Preglednica je v vajah.

Faze raziskovalnega načrta

Faza	Naloge
Opredelitev raziskovalne tematike, postavitev raziskovalnega vprašanja	Kaj nas zanima in zakaj? Kaj želimo ugotoviti, preveriti ali raziskati? Raziskovalno vprašanje je: Katera nova vprašanja, ideje ... se nam pri tem porajajo?
Pregled predznanja in izkušenj ter novih virov	Kaj že vemo o tem, kar raziskujemo? Katera znanja lahko pri tem uporabimo? Katera znanja/informacije še potrebujemo, preden začnemo z raziskavo? Kakšne izkušnje imamo iz predhodnih raziskav?
Opredelitev predvidevanj in pričakovanj, določitev namena in ciljev in če	Zakaj bomo izvedli raziskavo?

uporabljamo hipoteze, tudi za določene trditve, ki jih potrjujemo ali ovržemo.	Kako bomo raziskovali? Kaj menimo, da se bo zgodilo in zakaj? Kakšne rezultate predvidevamo? Kakšne cilje želimo doseči? Na osnovi česa pričakujemo takšne rezultate? Kakšne so naše hipoteze? - -
Oprelitev in kontrola spremenljivk Katere metode in orodja bomo uporabili?	Katere spremenljivke vplivajo na pojav/problem, ki ga raziskujemo? Kaj mora biti ves čas enako in kaj bomo spreminjali? Katere spremenljivke je treba kontrolirati in kako? Katere metode in orodja so najbolj primerni za raziskavo?
Načrtovanje priprave in izvedbe raziskave	Kje in kako bomo dobili potrebne podatke? Kakšen bo potek načrtovanja in postopek izvedbe raziskave? Kaj bomo potrebovali za izvedbo raziskave (kadri, prostori, oprema, finance)?

	Katera so tveganja in vplivi na okolje in ljudi? Kakšen bo časovni potek raziskave?
Izvedba raziskave	Opis posameznih izvedbenih dejavnosti - - - -
Zbiranje in obdelava podatkov ter priprava rezultatov	Katere podatke bomo zbirali in kako? Kako bomo preverjali veljavnost rezultatov? Kako bo poteka obdelava podatkov? Kako bomo urejali in shranjevali dokumentacijo? Kaj smo opazili, izmerili in ugotovili z raziskavo? Smo dobili ustrezen odgovor na raziskovalno vprašanje? Katere zaključke lahko oblikujemo in kako jih lahko utemeljimo s svojim teoretičnim znanjem? Kako naj rezultate čim bolj nazorno predstavimo? Kako poteka evalvacija rezultatov?

Interpretacija rezultatov Preverjanje veljavnosti napovedi	Se je zgodilo to, kar smo napovedali? Ali je rezultate mogoče posplošiti? Ali rezultati potrjujejo hipotezo, ki smo jo preverjali z raziskavo?
(Samo)evalvacija	So rezultati v skladu z željami in pričakovanji? Kaj smo se naučili? Kaj vemo sedaj, česar prej nismo? Kaj nam je povzročalo težave pri izvedbi raziskave? Kaj bi lahko naredili drugače? Kaj bomo naredili drugače pri naslednji raziskavi?
Zaključno poročilo	Priprava zaključnega poročila, glavni povzetki tudi iz samoevalvacije.
Seznanimatev zainteresiranih	Poročila, članki, monografije, predavanja ...

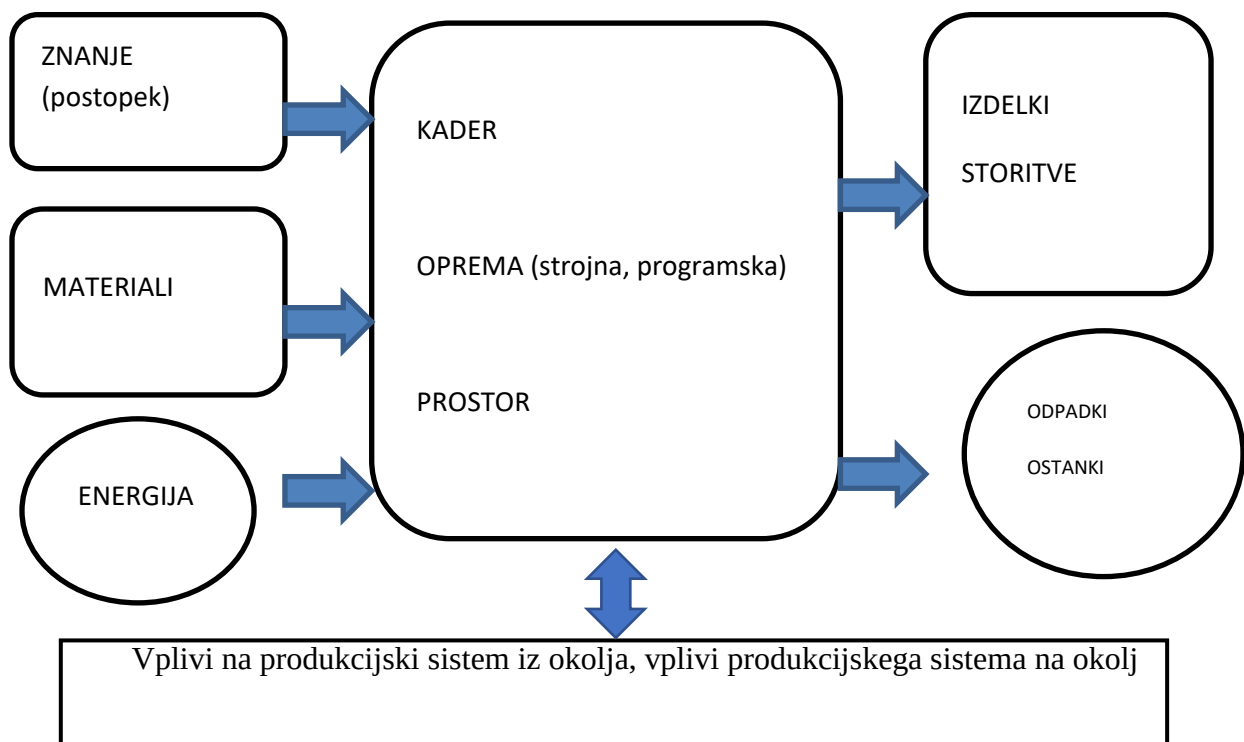
Vaja 4

Priloga 1: Priprava specifikacije izdelka Priročnik ..., pripravite sami s pomočjo ChatGPT. Primere specifikacij najdete v gradivu: NAČRTOVANJE MULTIMEDIJSKIH izdelkov in storitev , str. 74.

Vaja 5

Pripravimo shemo 1 produkcijskega sistema za Priročnik.

V kolikor obstajajo različne možnosti jih navedite, izbrali boste najboljšo in izvedljivo.



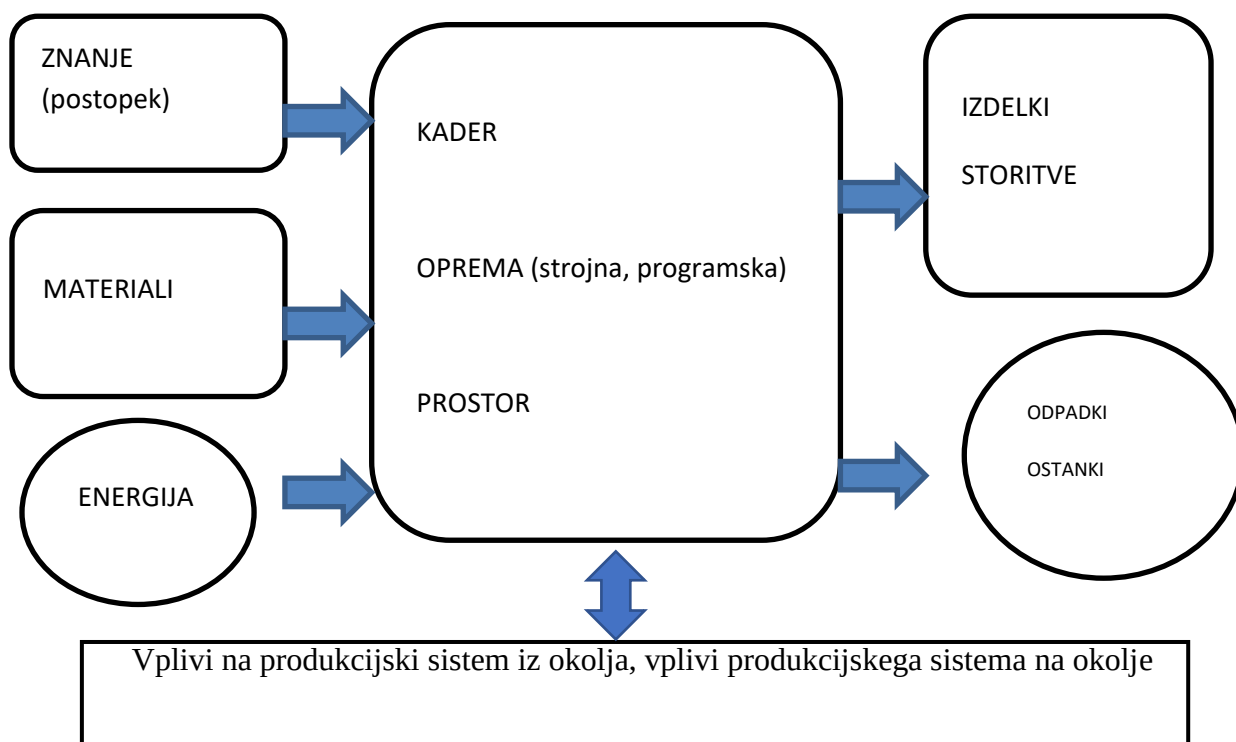
Natančen opis izdelka – skupni izdelek

[illegible]

Zapišite katere tri (najmanj) interaktivne elemente boste uporabili pri izdelku multimedijško družinsko drevo ter opišite kako bo zadeva delovala.

Pripravimo shemo 2 produkcijskega sistema za družinsko drevo.

V kolikor obstajajo različne možnosti jih navedite, izbrali boste najboljšo in izvedljivo.



Natančen opis izdelka – multimedijško družinsko drevo

Zapišite katere tri (najmanj) interaktivne elemente boste uporabili pri izdelku multimedijško družinsko drevo ter opišite kako bo zadeva delovala.

Vaja 6

Pripravimo preglednici in spisek dejavnosti za produkcijo Priročnika in za produkcijo svojega multimedijskega izdelka: Družinsko drevo.

Preglednica: Dejavnosti za Priročnik

Št.	Dejavnost (najmanj 15)
1	Uvod
2	Specifikacija
3	Načrt dela
4	Spremljanje projekta
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	Testiranje izdelka
15	Predstavitev oziroma predaja izdelka

Preglednica: Dejavnosti za Družinsko drevo

Št.	Dejavnost (najmanj 15)
1	Uvod
2	Specifikacija
3	Načrt dela
4	Spremljanje projekta
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	Testiranje izdelka
15	Predstavitev oziroma predaja izdelka

Naloga

Nadaljujte s preučevanjem gradiva: Načrtovanje multimedijskih izdelkov in storitev (str. 59 do 80).

Naloga

Preučite v knjigi Delaj vitko poglavje: Načrt sistematično testiraj str. 69 do 111. Zapišite en koristen podatek ali misel, ki jo boste uporabili pri vašem delu.

Naloga

Nadaljujte z razvojem lastnega multimedijskega projekta Družinsko drevo in pripravite raziskavo.

Rešite naloge iz spiska za izpit 26 do 28.

26. Zapišite deset podatkov, ki so najbolj pomembni za natančni opis in specifikacijo izdelka z vašega področja multimedijske produkcije.

Št.	Podatek pomemben za specifikacijo izdelka na izbranem področju multimedijske produkcije
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

27. Zapišite pet najpomembnejših ukrepov, s katerimi lahko izboljšate obstoječo organizacijsko projektno kulturo pri vašem delu. Konkretno predloge poiščite tudi v članku.

Št.	Ukrep za izboljšanje organizacijske projektne kulture pri delu
1	
2	
3	
4	
5	

--	--

28. Napišite deset najbolj pomembnih dejavnosti za multimedijško produkcijo na vašem področju.

Št.	Dejavnosti za multimedijško produkcijo po logičnem vrstnem redu na področju
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

28. Kaj je shema dejavnosti produkcijskega procesa in kako se pripravi?

Skicirajte shemo dejavnosti za svoj projekt: Multimedijško družinsko drevo.

Na katere izzive ste naleteli pri pripravi sheme za svoj projekt?

FAM

NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE

TEMA 8 Viri, lastna produkcijska cena

Obvezno sprotno delo TEMA 7

- Opravite vse vaje pri TEMI 7 in jih vložite v moodle.
- Nadaljujte s preučevanjem gradiva: Načrtovanje multimedijских izdelkov in storitev (str. 59 do 80).
- Preučite v knjigi Delaj vitko poglavje: Načrt sistematično testiraj str. 69 do 111.
- Nadaljujte z razvojem lastnega multimedijskega projekta Družinsko drevo in pripravite raziskavo.

Analiza vaj in domačega dela

- Pregled opravljenih vaj. V sheme sisteme vpišite naloge kadrov.
- Razprava o prebranem gradivu in knjige Delaj vitko.
- Predstavitev raziskovalnih vprašanj in hipotez.
- Zgodbe je treba dodelati in narediti zanimive.

Spisek dejavnosti – za diskusijo

Priročnik

Št.	Dejavnost (najmanj 15)
1	Uvod
2	Pregled stanja, specifikacija izdelka
3	Načrt dela
4	Izbor sodelavcev
5	Zasnova koncepta, kazalo (UI)
6	Zbiranje gradiva (UI), drugi viri
7	Intervjuji s strokovnjaki
8	Priprava vsebin
9	Pravne zadeve in avtorske pravice
10	Viri
11	Oblikovanje teksta in naslovnice
12	Pregled – vsebinski in lektorski
13	Priprava za vpis v cobiss in REVIS
14	Predstavitev oziroma predaja izdelka
15	Promocija in distribucija

Družinsko drevo ? Izdelek (papir, e-)

Št.	Dejavnost (najmanj 15)
1	Uvod
2	Specifikacija
3	Načrt dela
4	Zbiranje družinskih članov ?
5	Iskanje podatkov za vsebino projekta ?
6	Pregled podobnih izdelkov
7	Pridobivanje vsebine za projekt ?
8	Pregled vsebine ?
9	Priprava in obdelava gradiva ter fotografij
10	Izdelava projekta
11	Oblikovanje – tipografija, barve
12	Shranjevanje izdelka
13	Optimizacija družinskega drevesa
14	Arhiviranje izdelka
15	Predstavitev oziroma predaja izdelka

Potrebujem 15 dejavnosti za izdelavo priročnika, v katerem je opisana priprava in izdelava enega od medijskih izdelkov. Prosim za kazalo.

- **I. Uvod** A. Predstavitev priročnika B. Cilji priročnika C. Ciljna publika
- **II. Pregled medijskih izdelkov** A. Razumevanje medijskih izdelkov B. Vrste medijskih izdelkov C. Pomen medijskih izdelkov
- **III. Faza načrtovanja** A. Določanje ciljev medijskega izdelka B. Identifikacija ciljne publike C. Raziskava trga in konkurence D. Izdelava koncepta medijskega izdelka
- **IV. Priprava scenarija** A. Osnove scenarističnega pisanja B. Razvoj likov in zgodbe C. Struktura scenarija D. Vloga scenarija v medijskem izdelku
- **V. Tehnična oprema** A. Izbor kamere in druge snemalne opreme B. Uporaba programske opreme za montažo C. Razumevanje tehničnih zahtev

2.del

- **VI. Snemanje in fotografiranje** A. Osnove snemanja B. Uporaba svetlobe in zvoka C. Fotografske tehnike za medijske izdelke
- **VII. Montaža in urejanje** A. Postopek montaže B. Dodajanje zvoka, glasbe in posebnih učinkov C. Usklajevanje vizualnih elementov
- **VIII. Oblikovanje in grafika** A. Razvoj vizualnega stila B. Uporaba grafike in animacije C. Oblikovanje naslovov in podnapisov
- **IX. Distribucija in promocija** A. Načini distribucije medijskega izdelka B. Razvoj marketinške strategije C. Uporaba družbenih omrežij za promocijo
- **X. Povratne informacije in izboljšave** A. Zbiranje povratnih informacij B. Analiza povratnih informacij C. Popravki in izboljšave
- **XI. Pravne zadeve in avtorske pravice** A. Razumevanje avtorskih pravic B. Pravilna uporaba licenc in dovoljenj C. Zaščita intelektualne lastnine

3.del

- **XII. Priprava za objavo** A. Tehnične zahteve za objavo B. Priprava medijskega izdelka za objavo C. Promocija pred izdajo
- **XIII. Uspešni primeri in študije primerov** A. Analiza priljubljenih medijskih izdelkov B. Študije primerov
- **XIV. Viri in literatura** A. Priporočene knjige, spletne strani, viri B. Koristna orodja in pripomočki C. Kontaktni podatki za nadaljnjo pomoč
- **XV. Zaključek** A. Povzetek ključnih točk B. Vabilo k nadaljnjemu raziskovanju C. Zahvala in kontaktne informacije

Uvodna vaja

S pomočjo UI pripravite kazalo Priročnika in vsaj prva štiri poglavja. Gradivo mi pošljite po el. pošti do sobote 23.12.2023.

Kako narediti spletno stran ?

- [Kako narediti spletno stran z Wordpress > Seo-Praktik.si](#)
- [Brezplačna izdelava spletne strani - Kako samostojno izdelati spletno stran \(digitalni-marketing.si\)](#)

Vsebina in predvideni rezultati TEME 8

Spoznali in razumeli bomo:

- Vrste virov, potroške in stroške,
- pomen, vrednotenje in izbiro kadrov,
- kaj vse se moramo še naučiti in spoznati.

Opravili bomo naslednje:

- Opredelili stroške in ocenili proizvodno ceno skupnega multimedijskega izdelka: e-časopis,
- ocenili potencialno uspešnost sebe in sodelavcev na projektu.

Znamo, oziroma bomo znali:

- Določiti vire in oceniti stroške pri multimedijski produkciji,
- oceniti potencialno uspešnost kadrov v multimedijski produkciji.

Glavne faze projekta

- strateška faza



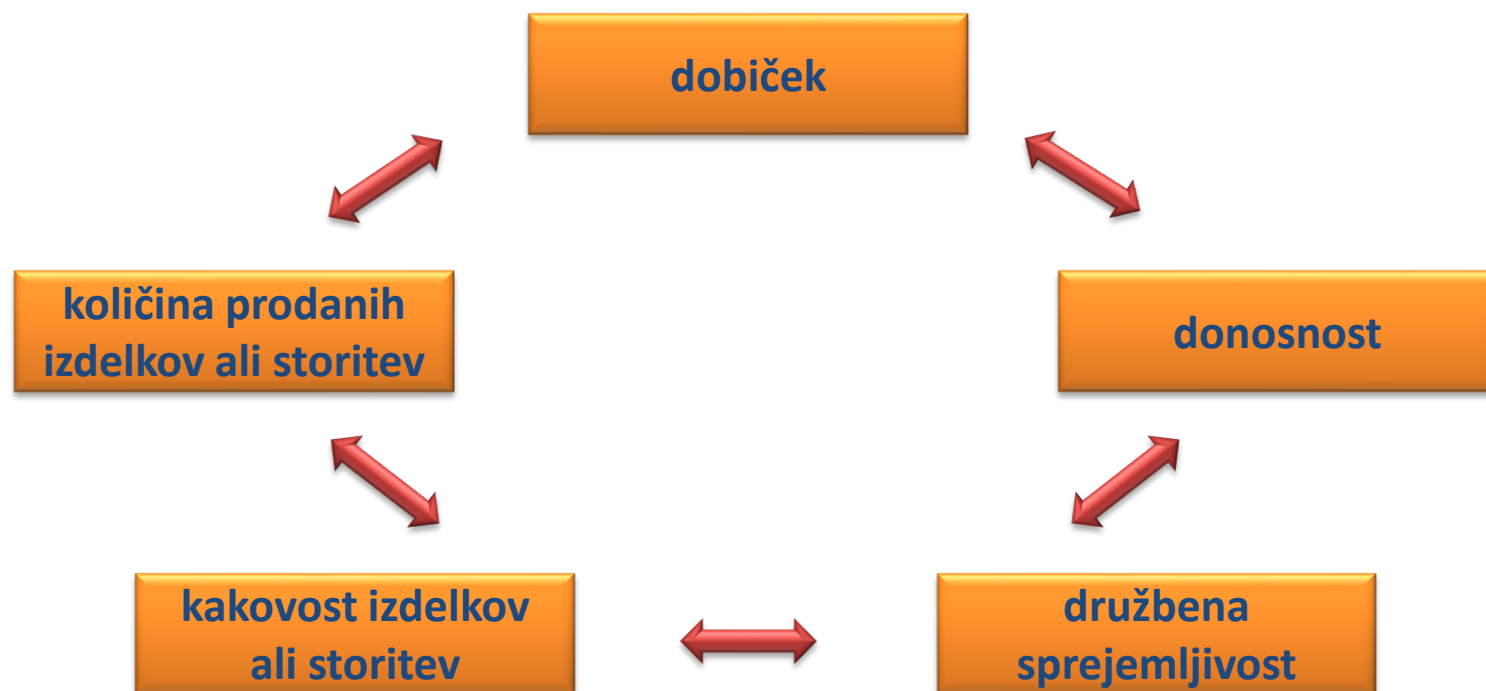
- taktična faza



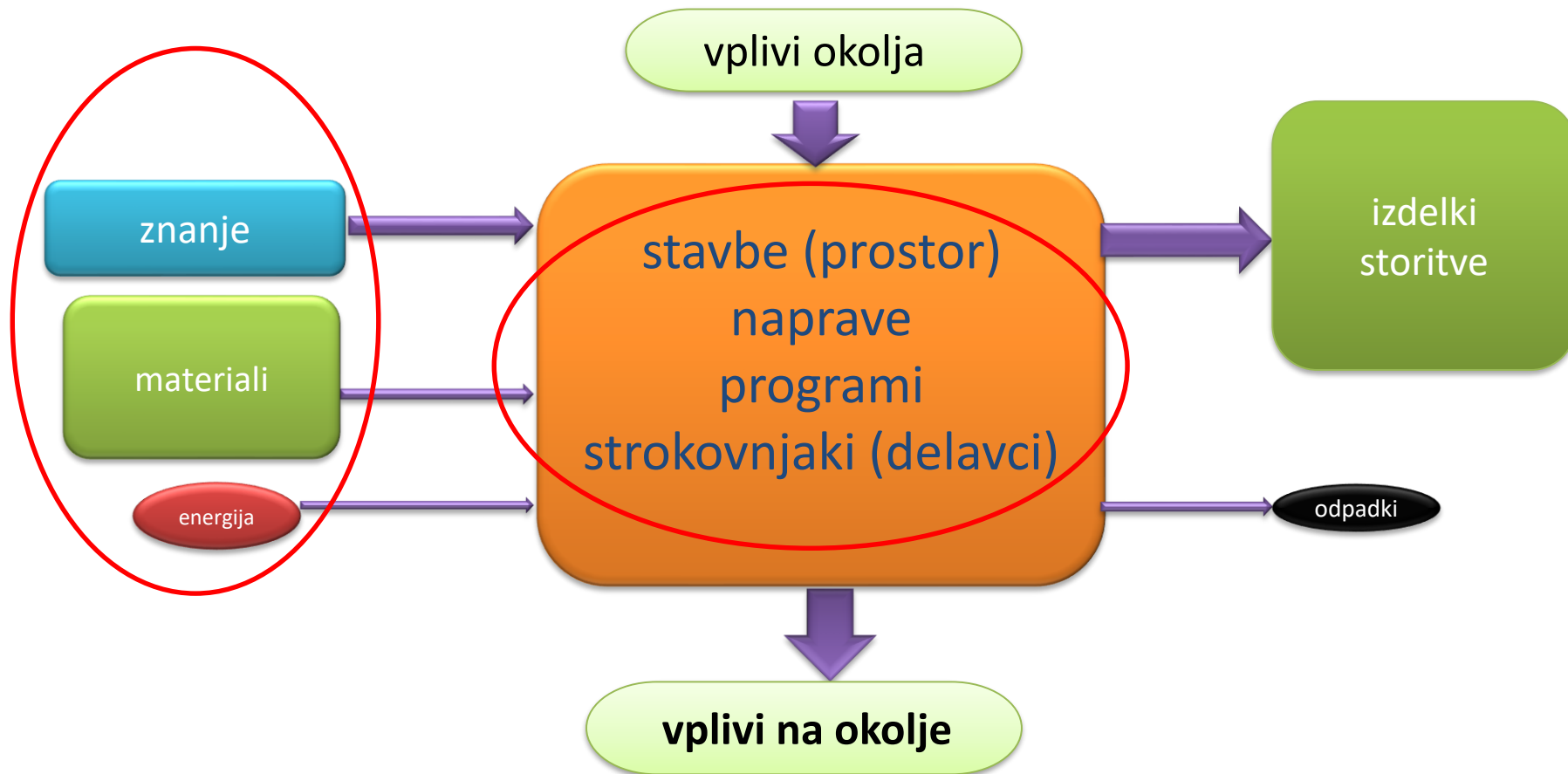
- izvedbena faza



Temeljni cilji podjetniške dejavnosti



Vhodi v proizvodni sistem in produkcijski elementi



Vhodi v sistem

Vhodi v sistem so vgrajeni v izdelek ali storitev.

- Treba je določiti postopek
- Izbrati materiale
- Se odločiti za energetske vire. Najpogosteje uporabljena je električna energija iz omrežja, pa tudi iz baterij in generatorjev.

Produksijski elementi

Produksijski elementi proizvodnega sistema so:

- kadri,
- strojna in programska oprema,
- prostor,

vse pa povezuje sistem logistike.

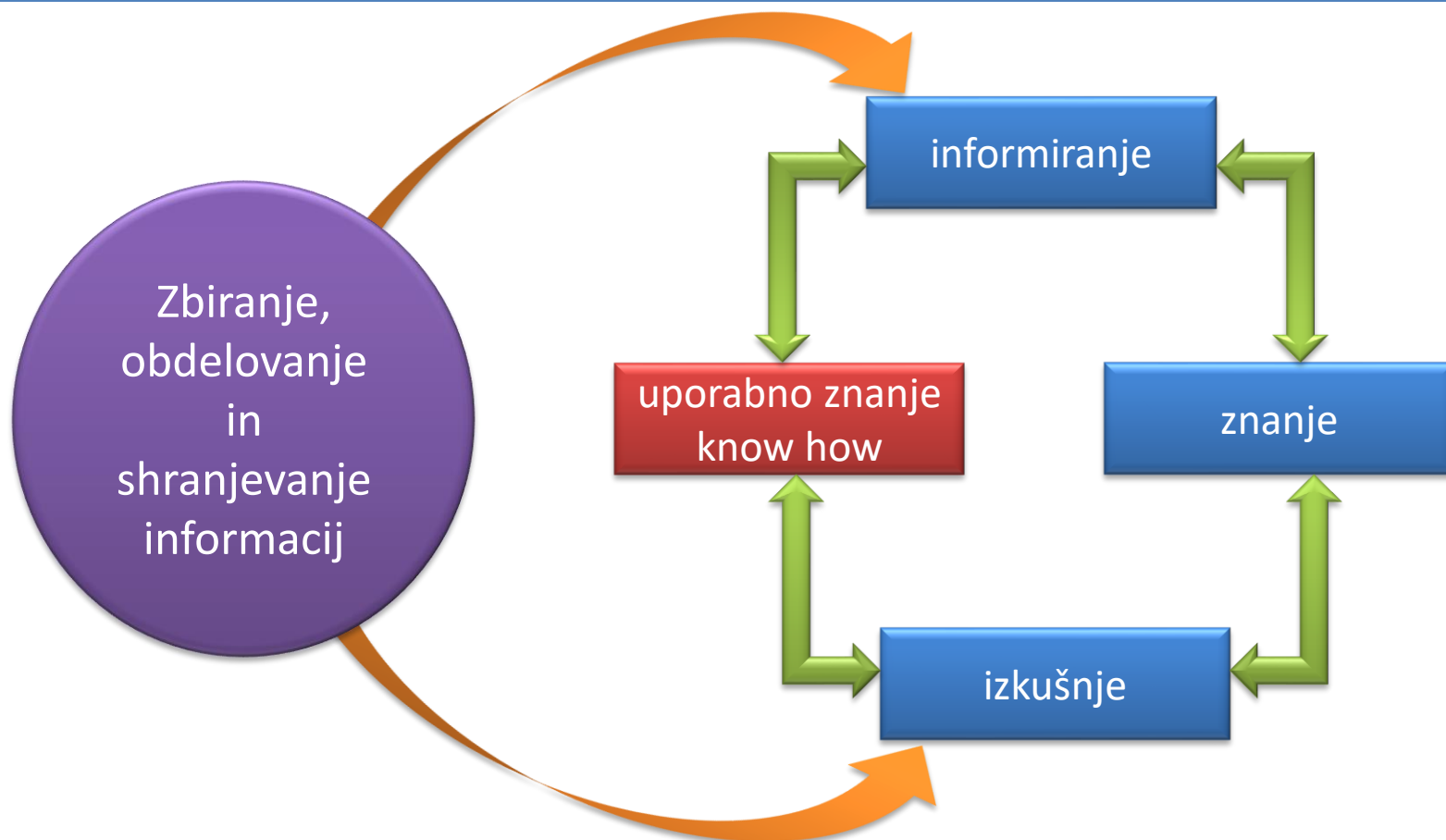
Kadri

- Dobri kadri so izobraženi, sposobni in delavni, pozitivno naravnani (karakter, vrednote, motiviranost, zavzetost).
- V veliki meri osredotočijo na delo.
- Imajo pa tudi visok nivo specialnih znanj, veščin in kompetenc.
- Z vsemi kadri je treba skleniti ustrezne pogodbe o sodelovanju.

Znanje, veščine

- Največ je vredno uporabno znanje (know-how), saj je največji kapital podjetja.
- V podjetju je treba vzpodbujati timsko delo in učenje, pri katerem znanje stalno kroži in se bogati z izkušnjami iz praktičnega dela.

Izmenjavanje, ustvarjanje in shranjevanje novega znanja



Kriteriji za izbiro kadrov

Uspešnost delavca =

(znanje x veščine x kompetence) x naravnost

Kompetence

- **Kompetence** – uporaba znanj in veščin v praksi.
- **Kompetenco** definiramo kot **celoto vedenjskih vzorcev**, ki jih mora posameznik (zaposleni) **obvladovati**, če želi **uspešno** in **učinkovito** opravljati delo, ki mu je zaupano.
- Vsak posameznik ima določene **kompetence** (ene so bolj, druge manj izrazite) in te **določajo** njegovo **uspešnost**.

Ključna znanja, veščine in kompetence

- Visoka strokovnost
- Kritično razmišljanje
- Ustvarjalno razmišljanje
- Upravljanje z ljudmi
- Reševanje konfliktov
- Organizacijske sposobnosti
- Čustvena inteligenca
- Etična presoja in odločanje
- Sposobnost osredotočiti se na stranke
- Pogajalske spretnosti
- Kognitivna fleksibilnost
- Sposobnost uporabe UI

Preglednica 12: Ocena SPECIALNEGA ZNANJA

Ocena	Utež (ponder)
0 (nima znanja)	1 (nepomembno)
1 (slabo)	2 (malo pomembno)
2 (dobro)	3 (pomembno)
3 (zelo dobro)	4 (zelo pomembno)
4 (odlično)	5 (nujno)

Skupna ocena kandidata (ocena x ponder) =

Preglednica 13: Ocena SPECIALNIH VEŠČIN

Ocena	Utež (ponder)
0 (nima)	1 (nepomembno)
1 (slabo)	2 (malo pomembno)
2 (dobro)	3 (pomembno)
3 (zelo dobro)	4 (zelo pomembno)
4 (odlično)	5 (nujno)

Skupna ocena kandidata (ocena x ponder) =

Preglednica 14: Ocena SPECIFIČNIH KOMPETENC

Ocena	Utež (ponder)
0 (nima)	1 (nepomembno)
1 (slabo)	2 (malo pomembno)
2 (dobro)	3 (pomembno)
3 (zelo dobro)	4 (zelo pomembno)
4 (odlično)	5 (nujno)

Skupna ocena kandidata (ocena x ponder) =

Vaja 1

Ocena potencialne uspešnosti sebe in sodelavcev pri multimedijskih projektih.

Izberite tri najpomembnejše:

- specialna znanja,
- veščine in
- specifične kompetence,

ter jih ocenite po podatkih iz preglednic.

Kriteriji za izbiro kadrov

Uspešnost delavca =
(znanje x veščine x kompetence) x naravnost

Ocena naravnosti

0	0,2	0,4	0,6	0,8	1,0
ni nobenega motiva in interesa	nizek motiv, naravnost, zavzetost	primeren motiv, ustrezna naravnost, zavzetost	pozitiven motiv, ustrezna naravnost, zavzetost in osredotočenost	velik motiv, naravnost, zavzetost in osredotočenost na visokem nivoju	velik motiv, popolna naravnost, zavzetost in osredotočenost

Ocena (potencialne) uspešnosti – kriteriji (skupno število točk)

Uspešnost delavca =
(znanje x veščine x kompetence) x naravnost

Skupno število točk	Ocena potencialnega uspeha kandidata
4.500 in več	izjemno uspešen
od 2.000 do 4.500	zelo uspešen
od 60 do 2.000	uspešen
od 16 do 60	neuspešen
od 0 do 16	popolnoma neprimeren

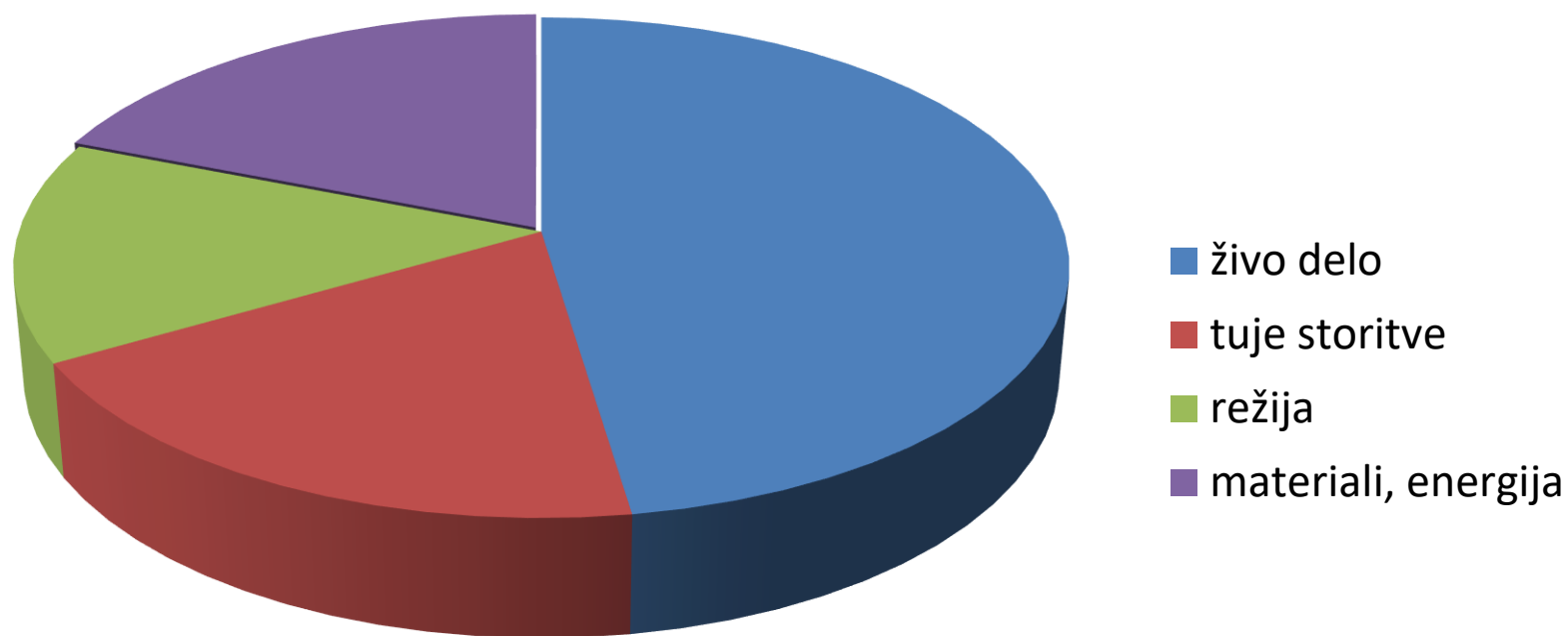
Primer ocene kandidata AB $(8 \times 12 \times 10) \times 0,8 = 960 \times 0,8 = 768$ (uspešen)

Vaja 2

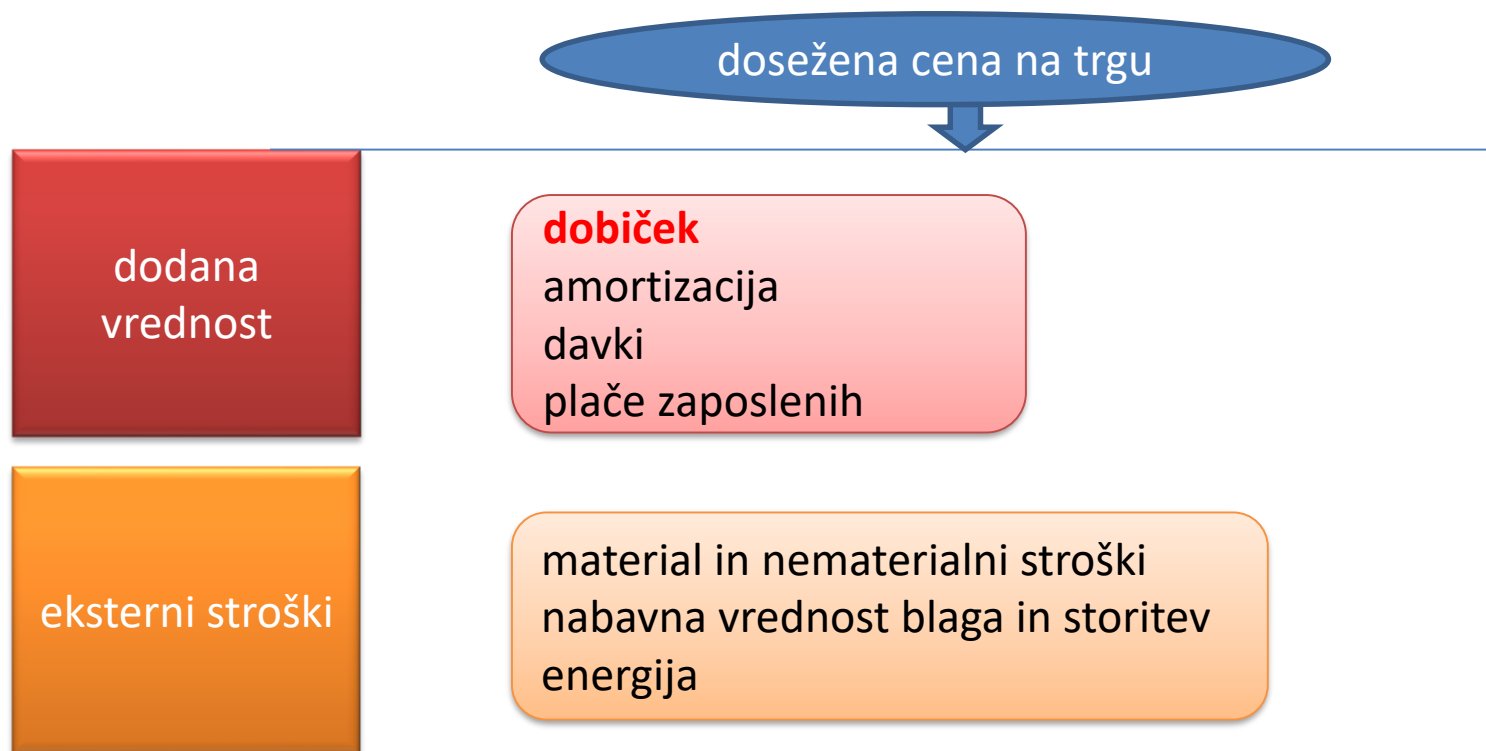
Iz vsake skupine izberite tri najbolj pomembne in nato vzemite za vsako skupino povprečno vrednost.

Iz teh podatkov izračunajte uspešnost ocenjevanega.

Vrste stroškov v medijski produkciji



Eksterni stroški in dodana vrednost



Potroški in stroški

- **Potroški** so v **količinah** izražene porabljene ali obrabljene prvine poslovnega procesa (delovnih sredstev, predmetov dela, delovne sile, energije, storitev pri proučevanem poslovanju)
- **Stroški** so **cenovno** izraženi potroški delovnih sredstev, delovnih predmetov, energije, storitev in delovne sile. Izračunamo ga tako, da pomnožimo potrošek s ceno za enoto).

Primer - potroški

Za snemanje na terenu potrebujemo:

- kartice, baterije (**predmet dela**),
- 11 ur dela snemalca, 11 ur dela novinarja (**delovna sila**),
- kamera za en dan snemanja, uporaba najetega avta za prevoz (**delovno sredstvo**),
- regionalni TV studio (**prostor**), za dve uri.

Stroški dela

- Za določitev **stroškov živega dela** moramo poznati predviden **potrošek dela** (predvideno **količino dela** – delovne ure, ki naj bi bile opravljene) in pa predvideno **ceno dela** (predvideno urno stopnjo). **Zmnožek** predvidene količine dela (po vrstah dela) in predvidene cene dela (prav tako po vrstah) je **strošek dela**.

Stroški kadrov - primeri

- 5 ur dela inženirja po 50 EUR = 250 EUR
- 180 ur scenskega delavca po 10 EUR = 1.800 EUR
- 8 ur študentskega dela po 7 EUR = 56 EUR
30 minut (0,5 ure) nastopa igralca
po 400 EUR/uro = 200 EUR
- 6 ur dela snemalca po 15 EUR = 90 EUR
- 40 ur dela snažilke po 6 EUR = 240 EUR

Okvirni cenik stroškov dela po izobrazbi delavcev (za izračun proizvodne cene)

Nivo izobrazbe	Cena bruto ure z vsemi stroški
Srednja šola	12 EUR
Višja šola	15 EUR
Visoka šola	18 EUR
Magisterij	20 EUR

Vaja 3

Ocenite mesečni strošek dela na projektu, kjer sodeluje 6 sodelavcev z višjo izobrazbo, 3 sodelavci z visoko izobrazbo in 5 tehnikov, projektni vodja pa je magister. Uporabite podatke in preglednic. Mesečno število ur za posameznika je 180.

Uporabno pravilo – koliko nas stane delovno mesto

- za redno zaposlenega delavca moramo v ceno njegove ure vračunati 4 x njegove urne neto plače (plača 5€/uro – cena 20 €/uro) – za **mesečno neto plačo 1000 EUR** nas stane delovno mesto okrog **50.000 EUR**
- za honorarno zaposlenega delavca moramo v ceno njegove ure vračunati 3 x njegove urne postavke (honorar 5 €/uro – cena 15 €/uro)

-

Stroški tujih storitev

- Stroški **tujih storitev** so zneski plačila za opravljene tuje storitve glede na pogodbe z zunanjimi izvajalci (avtorski honorarji, najemi opreme – kamere, računalniki, čistilni servis, prevozi, najemi prostora –studii, pisarne, pravno svetovanje itd.)

Preglednica 21: Prikaz nekaterih stroškov dela in cen zunanjih storitev

Kader oziroma storitev	Cena *
Kader s srednješolsko izobrazbo (VI. razred po splošni kolektivni pogodbi)	Od 12 do 20 EUR/uro
Kader z višješolsko izobrazbo (VII. razred po splošni kolektivni pogodbi)	Od 20 do 30 EUR/uro
Kader z visokošolsko in višjo izobrazbo (VIII. razred po splošni kolektivni pogodbi)	Od 30 do 60 EUR/uro
Konkretni strokovnjaki	Cena *
Producent	Od 45 EUR/uro
Režiser za celovečerni film	Od 10.000 EUR
Vodja projekta	Od 35 EUR/uro
Grafični oblikovalec	30 EUR/uro
UI oblikovalec	40 EUR/uro
UX oblikovalec	40 EUR/uro
Programer	Od 50 do 60 EUR/uro
Snemalec, fotograf ...	Od 15 do 30 EUR/uro
Preizkuševalci izdelkov	Do 15 EUR/uro
Make up	Od 200 EUR
Stilist	Od 200 EUR
Snemalni dan za igralce	Od 300 do 1000 EUR/dan
Moderator jutranjega programa na radiu	1.800 EUR/mesec
Delo na radiu ali TV (pisanje, snemanje ...)	Od 40 do 50 EUR/dan
Avtorski honorar za pisanje tekstov	Najmanj 365 EUR/avtorsko polo (30.000 znakov s presledki)
Prevod teksta iz tujega jezika v slovenski	Od 280 EUR/avtorsko polo (30.000 znakov s presledki)

Prevod teksta iz slovenskega jezika v tuj jezik	Od 365 EUR/avtorsko polo (30.000 znakov s presledki)
Lektoriranje	Od 2 EUR/stran
Vizitka – oblikovanje	100 EUR
Snemanje poroke	Do 2000 EUR
Družinsko fotografiranje	350 EUR
Reportažni video dogodka (do 3 minute)	Od 450 EUR naprej
Izdelava promocijskega ali predstavitvenega videa	800 EUR/minuto filma
Izdelava animiranega video oglasa (do 15 sekund)	Od 500 EUR naprej
Animacija TV oglasa po meri (do 30 sekund)	Od 2.500 EUR naprej
1 minuta nadaljevanke	Od 1.000 do 3.000 EUR/minuto

Okvirne cene in stroški tujih storitev

- 5 svetovalnih ur po 80 EUR = 400 EUR
- Priprava pogodbe = 3.500 EUR
- Priprava CGP = 1.800 EUR
- Čiščenje 200 m² prostorov (3 €/m²) = 600 EUR
- Najem serverja na zunanji lokaciji
= 550EUR/mesec
- Najem avtomobila = 120 €/dan + gorivo
- Servis opreme = 130 €

Nekatere povezave

- [Priročnik za izdelavo analize stroškov in koristi \(europa.eu\)](http://europa.eu)
- [Ogled vsot stroškov projekta - Project \(microsoft.com\)](http://microsoft.com)
- [Poslovni načrt — Mladipodjetnik.si](http://Mladipodjetnik.si)
- [Cost-Benefit Analysis Definition \(investopedia.com\)](http://investopedia.com) COST benefit

Stroški prostora

Stroški zunanjih prostorov (studiji, lokacije v stavbah, v mestnih predelih, na terenu, itd. so določeni s ceno prostora.

Stroški lastnega prostora se obračunajo po vrednosti amortizacije.

Preglednica 23: Prikaz nekaterih stroškov prostora za multimedijско produkcijo

Prostor oziroma storitev	Cena
Pisarne	Od 8 do 12 EUR/m ² /mesec
Stanovanja	Od 10 do 15 EUR/m ² /mesec
Večja prireditvena kino dvorana	Od 200 EUR/uro
Velika športna dvorana	Od 5.000 EUR/dan
Zunanje lokacije	Od 0 do nekaj tisoč EUR (odvisno od interesa lokalne skupnosti)
Snemalni dan v studiu	Od 400 EUR
Najem sinhro studia	35 EUR/uro
Najem avdio režije	55 EUR/uro
Najem fotostudia	55 EUR/uro
Video montaža	35 EUR/uro

Vaja 4

Ocenite strošek prostora na projektu, kjer najamemo za 20 dni TV studio in 10 dni video montažo, v tem času pa uporabljamo dva meseca svojo pisarno veliko 60 m². Plačamo tudi prostor za snemanje na zunanjih lokacijah in sicer 2 x po 300 EUR in 1 x 1200 EUR.

Oprema

- V multimedijski produkciji se uporablja različna strojna in programska oprema.
- V EU morajo imeti proizvodi oznako CE. Oznaka CE je kratica francoske besedne zveze »Conformité Européene« (»evropska skladnost«).

Stroški opreme

V preglednici so prikazani nekateri stroški opreme. Precej stroškov opreme je vključenih tudi v najem nekaterih prostorov (studii, montažnice ...). Strošek opreme, ki je v lasti organizacije, se obračuna kot amortizacija.

Stroški opreme	Cena
Najem programov in domen	Od 10 EUR/mesec
Kamera	Od 60 EUR/dan
Objektivi	Od 2 EUR/dan
Luči	Od 30 EUR/dan
Izposoja kosa manjše opreme	Od 10 EUR/uro
Vzlet drona za snemanje	Od 250 EUR

Vaja 5

Ocenite strošek opreme, če najamemo za 10 dni kamero, 5 luči s stojali, del opreme za sceno in za en dan dron (letalnik) za snemanje.

Stroški materiala in energije

- Stroški **materiala** in **energije** so vsota zmnožkov predvidenih porabljenih količin posameznih vrst materiala ter energije in njihovih nabavnih cen (običajno so to cene fco. skladišče izvajalca oziroma objekt, torej z vključenimi stroški transporta itd).
- Za vsako postavko je treba dobiti čim bolj ugodno ceno na trgu.

Stroški materiala in energije

enota	cena /enota	= strošek
• 100 kosov	po 12 EUR	= 1.200 EUR
• 15 kg	po 6 EUR	= 90 EUR
• 22 L	po 30 EUR	= 660 EUR
• 1000 zavojčkov	po 2 EUR	= 2.000 EUR
• 1 paleta	po 1.400 EUR	= 1.400 EUR
• 3 jeklenke plina	po 22 EUR	= 66 EUR

Vaja 6

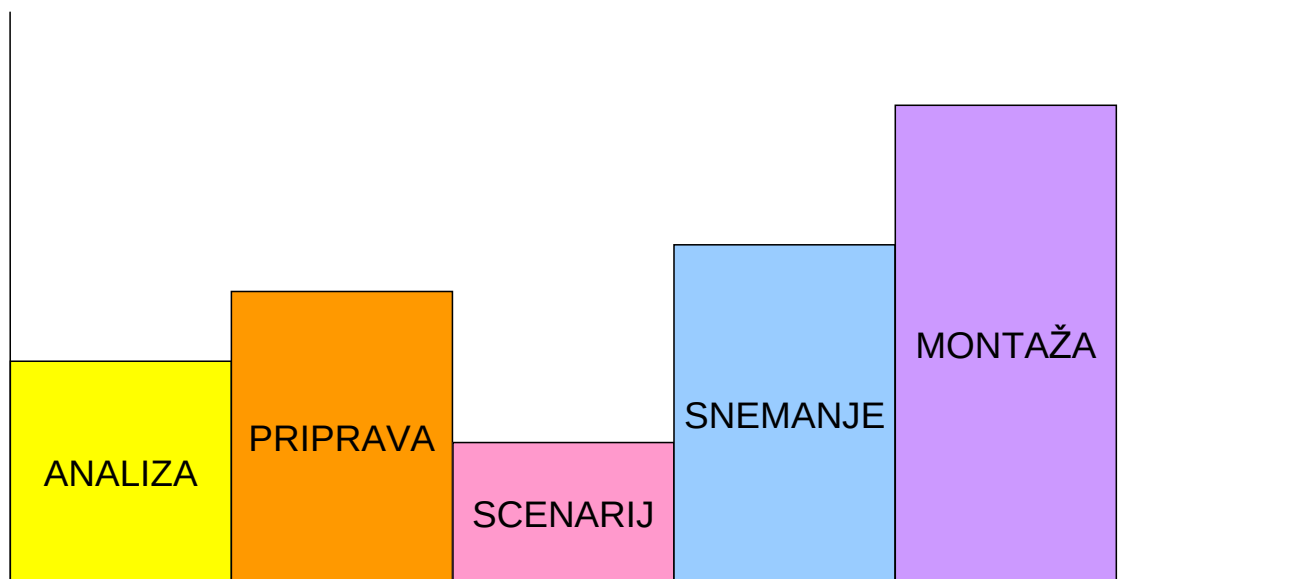
Ocenite strošek materiala, če na projektu porabimo za 350 EUR okrasnega papirja in pisarniškega materiala, naročimo 75 pic in 350 plastenk z vodo in sokom, ter 60 litrov bencina za pogon generatorja za proizvodnjo električne energije.

Posredni (režijski stroški)

- **Posredni (režijski stroški)** (10 do 20 % celotnih stroškov ali 50 % stroškov kadrov) so skupni stroški poslovanja podjetja in se morajo ustrezno razporediti na izdelke, storitve ali projekte. Sem sodijo vse službe in dela, s katerimi ne moremo neposredno obremeniti projekta – vodstvo podjetja, tajništvo, varovanje, pravno ekonomska služba, najemnine skupnih prostorov, stroški vzdrževanja in zavarovanja le-teh, najemnine revij in časopisov, IK linij itd.

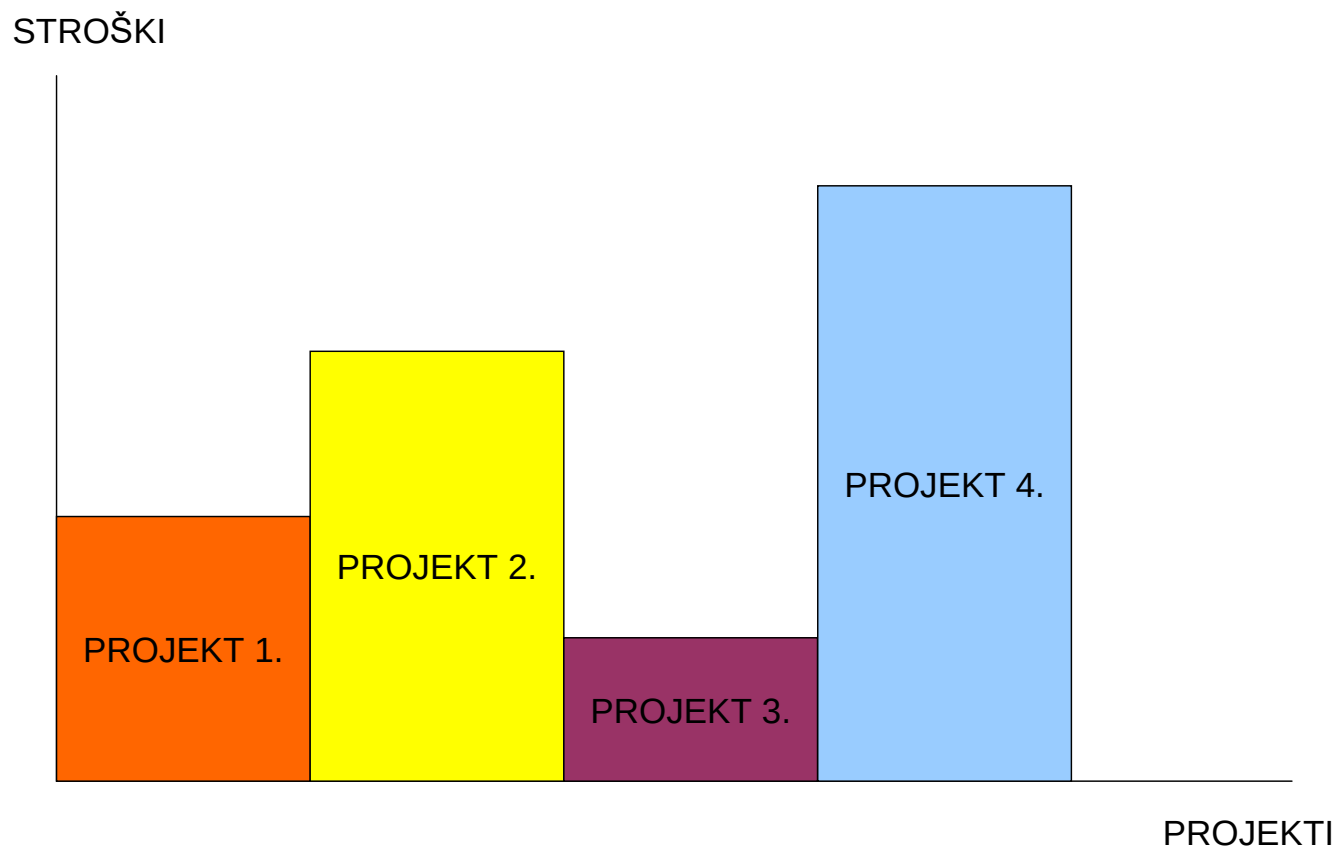
Razporeditev stroškov po nosilcih

STROŠKI



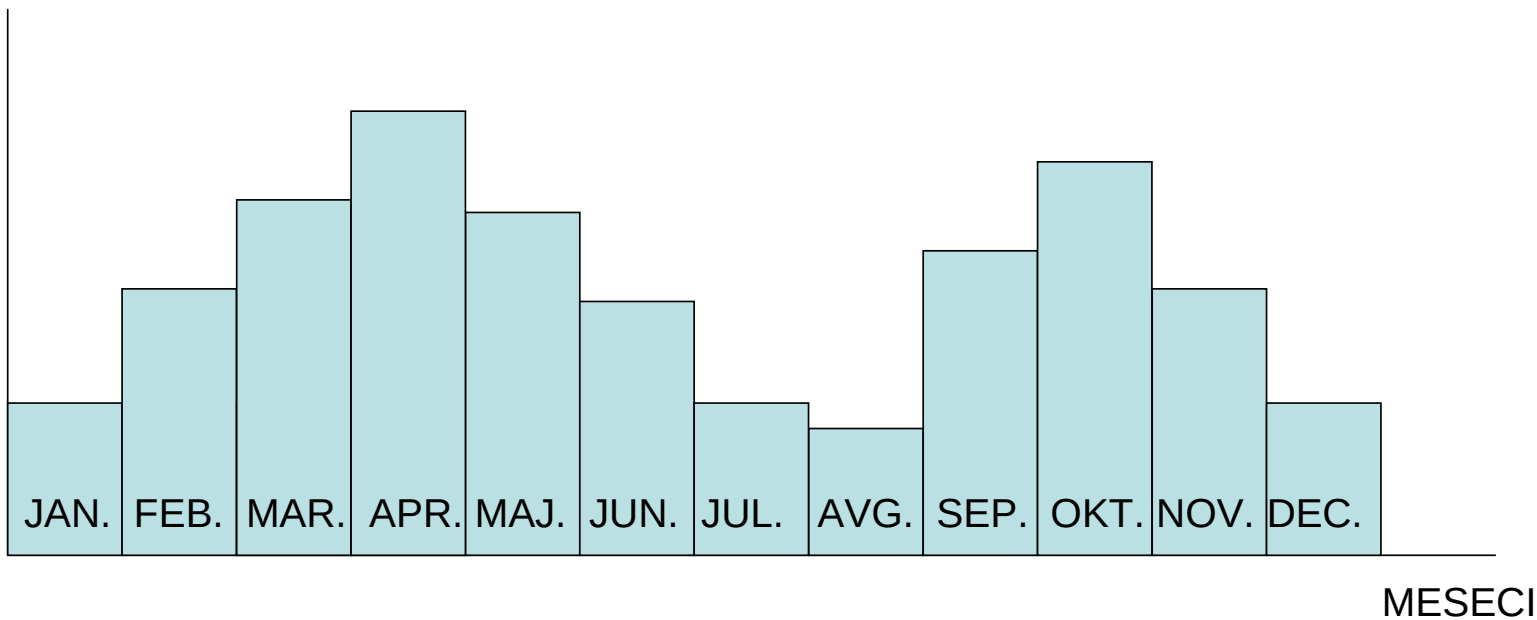
STROŠKOVNA
MESTA

Razporeditev stroškov po projektih



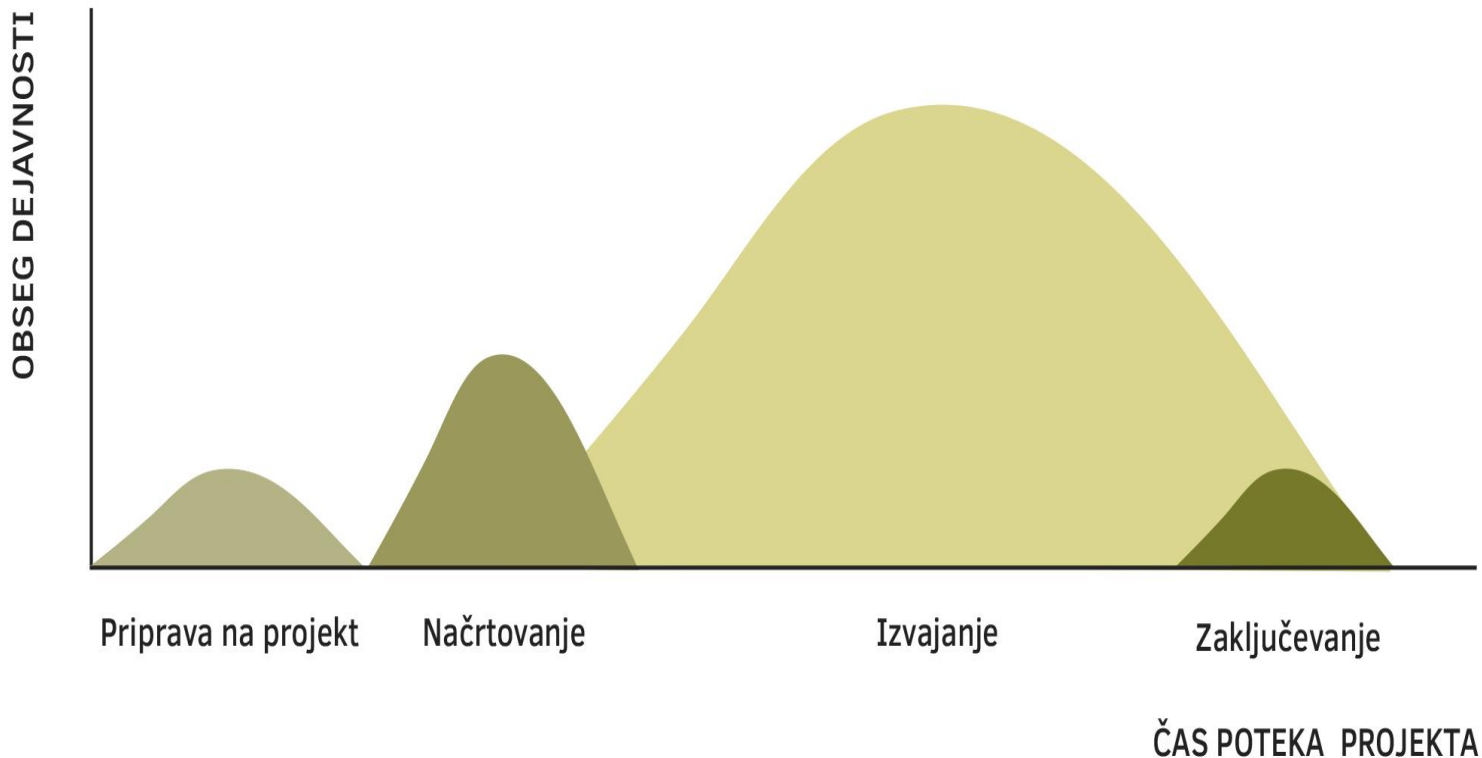
Časovna razporeditev stroškov

STROŠKI



Prikaz porabe virov v različnih fazah življenjske dobe projekta

Shema 13: Prikaz porabe virov v različnih fazah življenjske dobe projekta



Ocena stroškov in lastna cena produkcije

Vsi stroški skupaj predstavljajo proizvodne stroške. Prodajna cena mora biti ustrezno višja, če želimo pokriti še vse stroške režije, financiranja projekta in dobiček organizacije. Lahko je tudi do 3 x višja, če dobimo kupca, ki jo želi oz. zmore plačati.

Ocena stroškov in lastna cena produkcije

Poznamo več metod, ki dajo različno natančnost izračuna.

V praksi velja, da se ocena ne sme razlikovati od končne cene več kot za:

- 30 % pri metodi top down,
- 20 % pri analogni metodi in
- 10 % pri produkcijski (inženirski) metodi.

Vaja 7

Ocenite stroške za projekt Priročnik. Stroške izračunate tako, da v preglednico virov vnesete vse potroške in cene.

Uporabite podatke iz preglednic, ki jih lahko še dopolnite s svojimi podatki, v kolikor jih imate iz dela v praksi.

KADRI	Viri projekta / Dejavnosti
	Uvod
	Specifikacija
	Načrt dela
	Spremljanje projekta
	Dejavnost 5
	Dejavnost 6
	Dejavnost 7
	Dejavnost 8
	Dejavnost 9
	Dejavnost 10
	Dejavnost 11
	Dejavnost 12
	Dejavnost 13
	Testiranje
	Predaja izdelka

Vaja 8. Stroški po vrstah (za skupinski projekt)

Vrsta stroška	Vrednost
Delo	
Materiali in energija	
Lastni prostori in oprema	
Tuje storitve	
Režijski stroški	

Skupni strošek

Obvezno sprotno delo TEMA 8

- Opravite vaje in naloge za TEMO 8 in jih oddajte v moodle.
- V gradivu Načrtovanje multimedijske produkcije preučite str. 5 do 54.
- Za Družinsko drevo pripravite koncept za papirno in elektronsko verzijo.

Načrtovanje medijske produkcije

TEM 8. VIRI

Vaja 1

Ocena potencialne uspešnosti sebe in sodelavcev pri multimedijских projektih.

Izberite tri najpomembnejše:

- specialna znanja,
- veščine in
- specifične kompetence,

ter jih ocenite po podatkih iz preglednic.

Uporabite preglednico s kriteriji

Ocena	Utež (ponder)
0 (nima znanja, veščin, kompetenc)	1 (nepomembno)
1 (slabo)	2 (malo pomembno)
2 (dobro)	3 (pomembno)
3 (zelo dobro)	4 (zelo pomembno)
4 (odlično)	5 (nujno)

Ocena specialnih znanj

Št.	Specialno znanje	Ocena znanja = ocena x ponder
1		
2		
3		

Ocena veščin

Št.	Veščina	Ocena znanja = ocena x ponder
1		
2		
3		

Ocena kompetenc

Št.	Kompetenca	Ocena znanja = ocena x ponder
1		
2		
3		

Vaja 2

Iz treh podatkov za vsako vrsto podatkov izračunajte povprečno vrednost in nato po enačbi izračunajte (potencialno) uspešnost sebe ali sodelavca.

področje	znanje	veščine	kompetence
1			
2			
3			

Kriteriji za naravnost

0	0,2	0,4	0,6	0,8	1,0
ni nobenega motiva in interesa	nizek motiv, naravnost, zavzetost	primeren motiv, ustrezna naravnost, zavzetost	pozitiven motiv, ustrezna naravnost, zavzetost in osredotočenost	velik motiv, naravnost, zavzetost in osredotočenost na visokem nivoju	velik motiv, popolna naravnost, zavzetost in osredotočenost

Uspešnost delavca = (znanje x veščine x kompetence) x naravnost

Iz preglednice dobite oceno uspešnosti oziroma primernosti.

Skupno število točk	Ocena potencialnega uspeha kandidata	Vaša ocena
4.500 in več	izjemno uspešen	
od 2.000 do 4.500	zelo uspešen	
od 60 do 2.000	uspešen	

od 16 do 60	neuspešen	
od 0 do 16	popolnoma neprimeren	

Vaja 3.

Ocenite mesečni strošek dela na projektu, kjer sodeluje 6 sodelavcev z višjo izobrazbo, 3 sodelavci z visoko izobrazbo in 5 tehnikov, projektni vodja pa je magister.

Uporabite podatke in preglednic. Mesečno število ur za posameznika je 180.

Izračun:

Odgovor:

Vaja 4.

Ocenite strošek prostora na projektu, kjer najamemo za 20 dni TV studio in 10 dni video montažo, v tem času pa uporabljamo dva meseca svojo pisarno veliko 60 m². Plačamo tudi prostor za snemanje na zunanjih lokacijah in sicer 2 x po 300 EUR in 1 x 1200 EUR.

Izračun:

Odgovor:

Vaja 5.

Ocenite strošek opreme, če najamemo za 10 dni kamero, 5 luči s stojali, del opreme za sceno in za en dan dron (letalnik) za snemanje.

Izračun:

Odgovor:

Vaja 6.

Ocenite strošek materiala, če na projektu porabimo za 350 EUR okrasnega papirja in pisarniškega materiala, naročimo 75 pic in 350 plastenk z vodo in sokom, ter 60 litrov bencina za pogon generatorja za proizvodnjo električne energije.

Izračun:

Odgovor:

Vaja 7.

Ocenite stroške za skupni projekt. Stroške izračunate tako, da v preglednico virov vnesete vse potroške in cene.

Uporabite podatke iz preglednic, ki jih lahko še dopolnite s svojimi podatki, v kolikor jih imate iz dela v praksi.

Izračun:

Odgovor:

Ocenite stroške za svoj projekt Multimedijско družinsko drevo. Stroške izračunate tako, da v preglednico virov vnesete vse potroške in cene.

Uporabite podatke iz preglednic, ki jih lahko še dopolnite s svojimi podatki, v kolikor jih imate iz dela v praksi.

Preglednica: Viri v multimedijki produkciji. V prostorček vpišite potrošek (npr. število ur, ceno potroška npr. 10 EUR/uro, in strošek potrošek x cena na enoto potroška npr. 10 ur po 10 EUR = 100 EUR)

[illegible]

[illegible][illegible]

[illegible]

Viri projekta / Dejavnosti		Uvod	Specifikacija	Načrt dela	Spremljanje projekta								Končno testiranje			
	Baterije															
	El. generator															
DRUGO	Električna energija															
	Hrana (catering itd.)															
	Prevozi															
	Dovoljenja															
	Zavarovanje															
	Pravne in ekonomske storitve															

Vaja 8. Zbirni stroški po vrstah za skupni projekt

Vrsta stroška	Vrednost
Delo	
Materiali in energija	
Lastni prostori in oprema	
Tuje storitve	
Režijski stroški	

Skupaj (lastna produkcijska cena)	
--	--

Naloga

Opravite vaje in naloge za TEMO 8 in jih oddajte v moodle.

Naloga

V gradivu Načrtovanje multimedijske produkcije preučite str. 5 do 54.

Naloga

Za Družinsko drevo pripravite koncept za papirno in elektronsko verzijo.

Odgovorite na izpitna vprašanja 29 do 30 (izberite področja in izdelke po svoji želji)

29. Kako izračunamo stroške prostora in opreme?

Navedite tri primere za prostor (na prostem v naravi, v studiu, na javnem mestu) in tri različne kose opreme, ki ste jo rabili pri vašem projektu: Multimedijsko družinsko drevo.

Prostor	Strošek

Oprema	Strošek

30. Naštejte tri najpomembnejša tveganja pri kadrih in zapišite kaj lahko storite (preventiva), da se tveganja ne bodo uresničila!

Kadrovsko tveganje	Preventivni ukrepi

Prikažite tri najbolj pomembna tveganja na primeru lastnega projekta: Multimedijško družinsko drevo in preventivne ukrepe.

Št.	Tveganje	Ukrepi, da se dogodki ne bi zgodili (preventiva)
1		
2		
3		

FAM

NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE

TEMA 9 – Negotovosti, tveganja, ocena
izvedljivosti

Obvezno sprotno delo TEMA 8

- Opravite vaje in naloge za TEMO 8 in jih oddajte v moodle.
- V gradivu Načrtovanje multimedijske produkcije preučite str. 5 do 54.
- Za Družinsko drevo pripravite koncept za papirno in elektronsko verzijo.

ANALIZA SPROTNEGA IN DOMAČEGA DELA

Pri vajah 1 do 6 je treba vzeti prave podatke in prav računati ter izračunati.

Vaja 7. Preglednica ni izpolnjena v redu. Stroške izračunate tako, da v preglednico virov vnesete vse potroške in cene.

Pri nalogi povezani s članki mora biti tekst bolj obsežen in poglobljen.

Vsebina in predvideni rezultati TEME 9

Spoznali in razumeli bomo:

- pojme negotovost, tveganja,
- pomen in načine ocene tveganj,
- oceno izvedljivosti.

Opravili bomo naslednje:

- Pripravili oceno vplivov na ljudi in okolje,
- pripravili oceno tveganj in oceno izvedljivosti za projekt MDD .

Znamo, oziroma bomo znali:

- Določiti negotovost in tveganja v MM projektih, pripraviti oceno izvedljivosti,
- določiti ukrepe za zmanjšanje ali preprečevanje tveganj.

- Izobraževanja – Popri - FINANCE

Negotovosti in tveganja

- Vsako projekt spremljajo negotovosti in tveganja, kar pomeni, da v začetku praviloma ni mogoče natančno predvideti učinkov vseh parametrov in odločitev na posamezne dejavnosti in naloge ter na končni rezultat dela.
- Tveganja imajo lahko negativne ali pozitivne posledice, večja tveganja praviloma prinesejo večje izgube, pa tudi večji dobiček, če se uresničijo.

Nepotrebne negotovosti in tveganja zaradi:

- pomanjkljivega ali nerealnega planiranja;
- neznanja in nepoznavanja zadev;
- podcenjevanja obsega in zahtevnosti projekta;
- izbora neprimernih kadrov in opreme;
- pomanjkljivega komuniciranja;
- prevelikega obsega vzporednih dejavnosti in drobljenja potencialov;
- neučinkovitega spremljanja dejavnosti projekta in neukrepanja v primeru odstopanj;
- popuščanja raznim pritiskom v fazi načrtovanja in izvedbe projekta idr.

Nepoznavanje, negotovosti in tveganja

Na začetku **ni mogoče** natančno predvideti učinkov vseh parametrov in odločitev na posamezne dejavnosti in naloge ter na končni rezultat dela.

Predvsem zato v praksi doseže predvidene cilje manj kot 30 % projektov.

Najbolj problematična tveganja po mnenju organizacij

Organizacije postavljajo kot največja tveganja naslednja:

- finančna izguba,
- izguba ugleda,
- tveganja zaradi zaposlenih.

Bistvo upravljanja tveganj v organizaciji so preprosta vprašanja

- Kaj se lahko zgodi, kje, kdaj gre lahko kaj narobe ? (**IDENTIFIKACIJA, POPIS**)
- Če se zgodi, kakšne bodo posledice ? (**VREDNOTENJE**)
- Kako bomo ukrepali, če se to zgodi ? (**UKREPI**)
- Kaj lahko storimo, da se to ne zgodi (**PREVENTIVA**) ?

Vaja 1

Izberite si eno od aktivnosti (npr. služba, hobi, in svoj projekt MDD..) in odgovorite na naslednja vprašanja:

- Kaj se lahko zgodi, kje, kdaj gre lahko kaj narobe ?
- Če se zgodi, kakšne bodo posledice ?
- Kako bomo ukrepali, če se to zgodi ?
- Kaj lahko storimo, da se to ne zgodi ?

Lahko za kak nasvet povprašate tudi UI.

Ocena vplivov projekta na ljudi in okolje

Preglednica 27: Ocena možnih vplivov projekta na ljudi in okolje

Št.	Vrsta vplivov	Pozitivni vplivi	Negativni vplivi
1	Neposredni vplivi na ljudi		
2	Posredni vplivi na ljudi		
3	Neposredni vplivi na okolje (naravno in bivalno)		
4	Posredni vplivi na okolje (naravno in bivalno)		

Preglednica 30: Ocena možnih vplivov projekta Izdelava spletne strani Vsi na kolo za zdravo telo na ljudi in okolje

	Pozitivni vplivi	Negativni vplivi
Neposredni vplivi na ljudi in lokalno skupnost	Spletna stran in akcije, povezane z njo, lahko povzročijo, da se ljudje vse več vozijo s kolesi, so več v naravi, se družijo in živijo bolj zdravo. Poveča se prodaja koles in potreba po servisih, prodajalnah opreme in drugih storitvah.	Na cestah se poveča število kolesarjev, večje je število nesreč in poškodb, odsotnosti z dela. Razne prireditve, ki motijo ustaljeno življenje kraja, običajno motijo vsaj 30 % občanov.
Posredni vplivi na ljudi in lokalno skupnost	Bolj zdravi ljudje so pri delu bolj učinkoviti. V krajih, ki postanejo zanimivi za kolesarje, se izboljša infrastruktura, pojavijo se nove poslovne možnosti (gostilne, prenočišča, znamenitosti, prodajalne, servisi) in delo za ljudi. Običajno zelo obiskani kraji pripravijo letne kolesarske prireditve.	Ker za potrebe kolesarjev spremenijo včasih mirne gozdne in poljske poti, tja pohodniki ne zahajajo več. Mnoge prebivalce in obiskovalce motijo preznojeni in glasni gosti po gostilnah in lokalih in tja ne zaidejo več.
Neposredni vplivi na okolje	Uredijo se kolesarske steze in poti v kraju ter izboljša podoba kraja, ki lahko zaradi velikega in stalnega obiska kolesarjev postane turističen kraj ... Ker se ljudje več vozijo s kolesi, se zmanjša onesnaženje okolja zaradi vožnje z motornimi vozili.	Kolesarji se pojavljajo tudi na mestih, ki so namenjena naravi, poškodujejo gorske travnike in plašijo živali ...
Posredni vplivi na okolje	Mesta in vasi, kamor se vozijo kolesarji, postanejo bolj urejeni.	Podeželje se modernizira, spreminja podobo in izgublja domačnost.

Vaja 2: Ocenite vpliv svojega projekta Družinsko drevo na ljudi in okolje

Vrsta vplivov	Pozitivni vplivi	Negativni vplivi
Neposredni vplivi na ljudi		
Posredni vplivi na ljudi		
Neposredni vplivi na okolje		
Posredni vplivi na okolje		

Nagnjenost ljudi k tveganjem



Prek 30 % ljudi je precej nagnjenih k tveganjem, tudi ko gre za **lastno zdravje in življenje** (kajenje, debelost, alkohol, droge...)

Nagnjenost ljudi k tveganjem



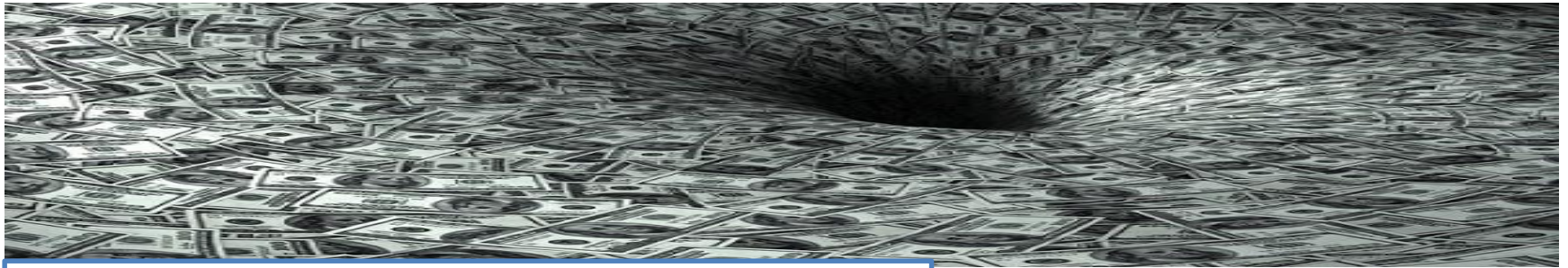
Vsak dan je v Sloveniji
prek **100 prometnih
nesreč**, vsake tri do štiri
dni je en udeleženec
mrtev (alkohol, droge, telefoni,
prehitra vožnja, neupoštevanje
razmer, samomori..)

Nagnjenost ljudi k tveganjem



Skoraj polovica
poročenih razmišlja o
ločitvi ali **se** celo **loči**
(ljubezen, zaobljuba,
pogodba, zaveza,

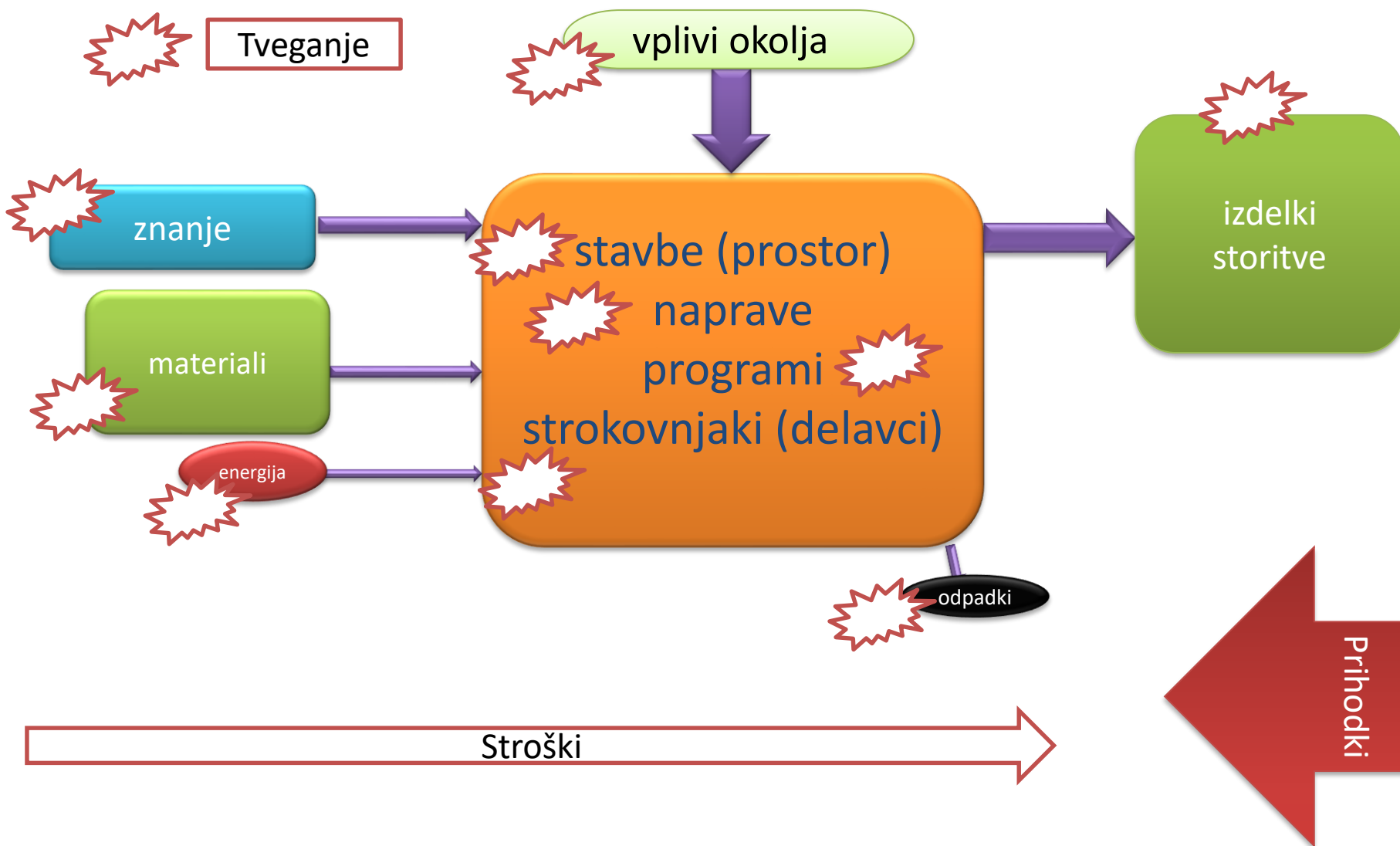
Nagnjenost ljudi k poslovnim tveganjem



Prek 90 % startup podjetij in prek 70 % podjetij, v katere vlagajo skladi tveganega kapitala propade.

Večina slovenskih izdajateljev radijskih in televizijskih programov posluje z neto čisto izgubo.

Vrste tveganj v proizvodnji



Opredelitev tveganj

Tveganje je vedno sestavljeno iz verjetnosti, da se bo zgodilo in vpliva oziroma posledic dogodka, če se bo ta zgodil.

$$TV_{\text{(tveganje)}} = VT_{\text{(verjetnost uresnitve tveganja)}} \times PT_{\text{(posledice uresnitve tveganja)}}$$

Primeri izračuna tveganja

$$TV_{\text{(tveganje)}} = VT_{\text{(verjetnost uresničitve tveganja)}} \times PT_{\text{(posledice uresničitve tveganja)}}$$

Primer: Snemanje video spota 15.5.2024

V primeru dežja odpade snemanje na prostem. Cena izgubljenega snemalnega dne je 23.000 EUR (**PT**). Verjetnost da bo na predvideni dan snemanja, 15 maja, deževalo je 40% (**VT**).

Tveganje (**TV**) = $0,4 \times 23.000 \text{ EUR} = 9.200 \text{ EUR}$

Shema za oceno tveganj projekta

verjetnost	zagotovo				EKSTREMNO	
	Zelo verjetno					
	zmerno		ZMerno			
	Malo verjetno	MAJHNO				
	Redko					
		nepomembno	manjše	zmerno	veliko	katastrofa

Resnost posledic izguba

Ocena tveganj in možnosti ravnanja

verjetnost	zagotovo	Tveganje je treba prenehati		Treba se je izogniti tveganju		EKSTREMNO	
	Zelo verjetno						
	zmerno	ZMERNO					
	Malo verjetno	MAJHNO		Tveganje je treba zmanjšati			
	Redko	Tveganja je sprejemljivo					
	nepomembno	manjše	zmerno	veliko	katastrofa		

izguba

Ocena verjetnosti tveganja

Za številne dogodke so znani statistični podatki o verjetnosti tveganj (zavarovalnice, ..., nekatere dobimo pri delu v praksi.

Ena od možnih ocen

- majhna verjetnost ($< 30\%$)
- srednja verjetnost (med 30% in 60%)
- velika verjetnost (več kot 60%)

Ocena verjetnosti tveganja

Za številne dogodke so znani statistični podatki o posledicah, nekatere dobimo pri delu v praksi. Za konkretne dogodke je mogoče precej natančno oceniti posledice uresničitve tveganj.

Ena od možnih ocen posledic: če se spremeni obseg, prihodki, stroški, čas izvedbe projekta

- majhne posledice (do 5 %),
- srednje posledice (med 5 in 10 %),
- velike posledice (več kot 10 %).

Verjetnost da se tveganje uresniči in ocena posledic uresničenja tveganja

Ocena	Verjetnost, da se tveganje pojavi (dogodek uresniči) (VD)
1	zelo majhna
2	majhna
3	srednja
4	velika
5	zelo velika

Ocena	Ocena posledic uresničenja dogodka (OP)
1	zelo majhne
2	majhne
3	srednje
4	velike
5	zelo velike

Stopnja tveganja

$$ST = VD \times OP$$

Stopnjo tveganja za določen dogodek ali element projekta dobimo kot produkt verjetnosti dogodka (VD) in oceno posledic(OP) uresničenja tveganja. Nekaj primerov.

Dogodek	Verjetnost da se dogodek pojavi (VD)	Ocena posledic dogodka (OP)	Stopnja tveganja (VD x OP)
Bolezen sodelavca	3	3	9
Okvara ključne opreme	3	5	15
Izguba materiala	2	5	10
Neprimerne vremenske razmere	3	5	15
Nesreča na poti	2	5	10

V praksi priporočeni ukrepi pri določeni meji stopnje tveganja

ST (stopnja tveganja) v številkah	Stopnja tveganja (opisno)	Ukrepi
Do 5	Majhno tveganje	Ne pripravimo posebnih ukrepov (pasivno sprejetje tveganja).
Od 5 do 11	Srednje tveganje	Pripravimo preventivne ukrepe, usmerjene v odpravo vzrokov, po potrebi se pripravijo tudi ukrepi za reševanje stanja.
Več kot 11	Veliko tveganje	Pripravimo preventivne ukrepe, usmerjene v odpravo vzrokov, in ukrepe, s katerimi lahko ublažimo posledice dogodka, če do njega pride. Projektu se lahko tudi odpovemo.

Vaja 3

Ocenite pet največjih tveganj pri vašem multimedijem projektu Družinsko drevo. Izračunajte stopnjo tveganja in v preglednici zapišite ukrepe pri vsakem tveganju.

Pri tem si lahko pomagate z UI (Chat GPT)

Kaj meni UI, kje se lahko pojavijo tveganja pri izdelavi družinskega drevesa ?

- **Napačne informacije:** Pri zbiranju podatkov o družinski zgodovini obstaja nevarnost, da se lahko pojavijo napačne ali netočne informacije. To se lahko zgodi zaradi spominskega popačenja, namernega prikrivanja dejstev ali napak pri vnosu podatkov.
- **Pomanjkanje virov:** Družinska drevesa zahtevajo veliko raziskav, vključno z dokumenti, fotografijami, zgodovinskimi viri in ustnim izročilom. Pomanjkanje virov lahko omeji vaše možnosti za zanesljivo sestavljanje drevesa.
- **Zasebnost:** Pri raziskovanju živih sorodnikov je pomembno upoštevati njihovo zasebnost. Nekateri morda ne želijo, da bi bili njihovi osebni podatki vključeni v družinsko drevo ali deljeni javno.
- **Spori in konflikti:** Družinska zgodovina lahko včasih razkrije tudi zamolčane ali občutljive dogodke. To lahko sproži konflikte ali spore med družinskimi člani, zlasti če se razkrivajo neprijetne resnice.
- **Neenotnost v virih:** Različni viri in dokumenti se lahko med seboj ne ujemajo ali celo nasprotujejo. To lahko vodi do zmede in nejasnosti pri sestavljanju drevesa.
- **Pravne omejitve:** Pri objavi in deljenju podatkov o živih ljudeh je pomembno upoštevati pravne omejitve in zaščito zasebnosti. Nekatere informacije morda zahtevajo soglasje posameznikov.
- **Tehnične težave:** Pri uporabi računalniških programov ali spletnih platform za izdelavo in shranjevanje družinskega drevesa se lahko pojavijo tehnične težave, izguba podatkov ali težave z varnostjo.
- **Pomanjkanje strokovnega znanja:** Raziskovanje družinske zgodovine zahteva določeno raven strokovnega znanja, še posebej pri razlagi starih pisnih virov. Brez tega znanja lahko pride do napačnih interpretacij.
- **Izguba podatkov:** Brez ustrezne varnostne kopije podatkov obstaja tveganje izgube dragocenih informacij, bodisi zaradi okvare trdega diska ali drugih tehničnih težav.

Glavne vrste tveganj

Po standardu IRM (Institute of Risk Management) delimo tveganja na:

- strateška,
- finančna,
- izvajalska (operativna), čista tveganja.

Strateška tveganja

Preglednica 38: Strateška tveganja in najpogostejši dogodki v določeni skupini tveganj po IRM (Institute of Risk Management)

Skupina tveganj	Najpogostejši dogodki v določeni skupini tveganj
Napačne usmeritve	• zgrešena vizija • usmeritev na neprimerne trge • proizvodnja nekonkurenčnih izdelkov • nižanje vrednosti podjetja
Zgrešene strateške povezave	• napačne strategije • izbor strateškega partnerja, ki je med slabšimi na trgu • izbor lastnika, ki želi organizacijo finančno izčrpati
Vztrajanje pri zastarelih tehnologijah	• prepozna zamenjava zastarele opreme • vztrajanje na trgu s tehnološko zastarelimi in nekompatibilnimi izdelki

Strateška tveganja pri projektu, ki ga delate v praksi

Skupina tveganj	Najpogostejši dogodki v določeni skupini tveganj
Napačne usmeritve	• zgrešena vizija • usmeritev na neprimerne trge • proizvodnja nekonkurenčnih izdelkov • nižanje vrednosti podjetja
Zgrešene strateške povezave	• napačne strategije • izbor strateškega partnerja, ki je med slabšimi na trgu • izbor lastnika, ki želi organizacijo finančno izčrpati
Vztrajanje pri zastarelih tehnologijah	• prepozna zamenjava zastarele opreme • vztrajanje na trgu s tehnološko zastarelimi in nekompatibilnimi izdelki

Vaja 4

Zapišite morebitna strateška tveganja pri projektu, ki ga delate v praksi.

Finančna tveganja

Med finančna tveganja sodijo:

- kreditno, obrestno, valutno, inflacijsko, cenovno, plačilnosposobnostno (v povezavi z različnimi sporazumi) in
- posebej tveganja v zvezi z dajatvami in davki, ki jih predpisujejo državne in lokalne skupnosti.

Skupina tveganj	Najpogostejši dogodki v določeni skupini finančnih tveganj
Finančno poslovanje	• organizacija in vodenje finančnega poslovanja organizacije • računovodski procesi • revizije • finančna kriza • vrednost podjetja • dividende
Kreditna tveganja	• sposobnost pridobivanja ugodnih kreditov • pogoji za pridobivanje kreditov • roki za odplačilo kredita • kreditiranje dobaviteljev in kupcev
Plačilnosposobnostna tveganja	• zagotavljanje plačilne sposobnosti • višje cene surovin in energije • znižanje prodajnih cen • neplačila – težave z izterjavami
Cenovna tveganja	• previsoke ali prenizke cene • pritiski kupcev za nižanje cen izdelkov in storitev
Obrestna tveganja	• višina obresti • plačilna shema • pogoji za pridobitev obresti • višje cene posojil, ob spremembi bonitete
Valutna tveganja	• spremembe v vrednosti valut v različnih državah • sklenjene pogodbe v ustreznih valutah
Dajatve in davki	• razlike v davkih v različnih državah • nepričakovano povišanje davkov v določeni državi

Izvajalska tveganja

Izvajalska tveganja se delijo na:

- Vodenje
- Obvladovanje zakonodaje
- Trženje
- Proizvodna tveganja
- Kadri
- Psihosocialna tveganja
- Objekti in naprave
- Standardi (zdravstveni, okoljevarstveni)
- Etičnost poslovanja
- Medkulturne razlike
- Politična
- Deležniki

Preglednica 40: Izvajalska (operativna) tveganja in najpogostejši dogodki v določeni skupini tveganj po IRM (Institute of Risk Management)

Skupina tveganj	Najpogostejši dogodki v določeni skupini tveganj
Vodenje	• organizacija • kompetence vodilnih oseb • svetovalci • transparentnost procesov • dokumentiranost procesov • preventivni in korektivni ukrepi v poslovnih procesih • vodstven nadzor • notranji in zunanji revizorji • število in vrednost škodnih dogodkov
Obvladovanje zakonodaje	• spremembe zakonodaje in predpisov • zakonske obveznosti • zakonodaja v različnih državah • odpoved dovoljenj • pridobivanje dovoljenj • odpoved pogodb • sprememba pogodb • tožbe • kadrovska zakonodaja • okoljevarstvena zakonodaja
Trženje	• ustrezni izdelki in storitve • izbira primernih načinov v določenem okolju • izbira primernih medijev • količina sredstev za oglaševanje
Tržna tveganja, izpolnjevanje zahtev kupcev	• sprememba povpraševanja • zavrnitev izdelka na trgu • pojav konkurence s podobnim izdelkom • pojav novega izdelka • načrti in dejavnosti konkurence • premalo inovativni izdelki • slaba kakovost • neredna oskrba

Proizvodna tveganja	• izbor ter nabava materiala in storitev • dolgoročni dobavitelji • nabava energije • proizvodnja – različne težave • zastoji v proizvodnji • iskanje sinergij in nižjih cen • neustrezen materialni izdelek ali storitev • tehnološka tveganja (zastareli programi, propad podjetij, ki so proizvajala naprave in izdelke, ki jih uporabljamo, sprememba tehnologije, sprememba standardov, nove naprave) • logistična tveganja (zamuda pri dostavi materiala, težave s prevozom (oprema, ljudje), izpad servisnih služb, zavora ceste zaradi nesreče, plaz, ovire pri dostavi ali prevozu zaradi stavke, zastoji na mejah, težave ob praznikih in koncu tedna ...)
Kadri	• zagotavljanje kompetentnih kadrov • izkoriščanje obstoječih kadrov • fluktuacija najbolj sposobnih in izobraženih kadrov • pomanjkanje določenih kadrov • izbor kadrov • delo s kadri • plačevanje kadrov • stimulacija in motivacija sodelavcev • bolezen, poškodba, smrt • nezadovoljstvo z delom • nagnjenost h goljufijam, nezvestoba, nelojalnost, iznašanje podatkov • dolgoročna varnost • zamujanje na delo • ustrezno delovno okolje • skrb za zdravje
Psihosocialna tveganja	• čezmerna delovna obremenitev • nasprotujoče si zahteve in nerazjasnjene vloge • nesodelovanje pri sprejemanju odločitev, ki vplivajo na delavca, in pomanjkanje vpliva na način opravljanja dela • slabo vodene organizacijske spremembe, negotovost zaposlitve • neučinkovito sporazumevanje, pomanjkanje podpore vodstva ali sodelavcev • psihično in spolno nadlegovanje, nasilje tretje osebe
Objekti in naprave	• naložbe • nakup • prenova • vzdrževanje • tehnična tveganja (okvare naprav, kraja naprav, namerno uničenje naprav, nekompatibilna oprema) • posodabljanje IKT-sistema

Zakaj smo prevečkrat negativni ?

Sara Isakovič

- [!\[\]\(746d018fdf6ab02bf5fb7681133e8b29_img.jpg\) Zakaj so naši možgani tako težko pozitivni?](#)
[- VideoLectures.NET](#)

Predlagam ogled zanimivih predavanj na
videolectures.

Vaja 5

- Preberite članek: S. Zakrajšek, 2021, *Kadrovska tveganja v projektnih timih (v moodle)* in uporabite podatke in ugotovitve pri oceni tveganj zaradi kadrov.
- Za specifična tveganja pri raznih projektih lahko povprašate UI.

Kadrovska tveganja

- Na sodelavce zelo vplivajo tudi družinski člani, prijatelji, kot tudi spremembe statusa (poroke, rojstvo otrok, dokončanje študija, odločitve za študij ...).
- Pomembna tveganja predstavljajo tudi bolezni in poškodbe, pri katerih pa so velike razlike med posamezniki.
- Ne smemo pozabiti tudi na njihove slabe človeške lastnosti, npr. nezanesljivost, zamujanje, nagnjenost h goljufijam, nezvestoba, nelojalnost, iznašanje podatkov, neodgovornost, ...

Varstvo osebnih podatkov

Urad informacijskega pooblaščenca www.ip-rs.si

Kaj mora vsakdo vedeti o varstvu osebnih podatkov? [Kaj mora vsakdo vedeti o varstvu osebnih podatkov? - IPRS \(ip-rs.si\)](#)

(posebej pogledjte plakat plonkceglc)

Vaja 6

- Zapišite tri primere, ko tveganje predstavljajo problematične značajske lastnosti sodelavcev in razložite, kako lahko ta tveganja čim bolj zmanjšamo.
- Zapišite tri primere, ko tveganje predstavlja fluktuacija najbolj izobraženih in sposobnih ljudi in razložite, kako lahko ta tveganja čim bolj zmanjšamo.
- Preučite priročnik: Kako so moji podatki varovani v delovnem razmerju ? www.ip-rs.si/fileadmin/user_upload/Pdf/brosure/brosura_delovna_populacija.pdf
- Podatke uporabite pri optimizaciji predlaganih rešitev.

Vplivneži projekta

Pri vsakem projektu se pojavijo posamezniki ali skupine, ki imajo svoje razloge za nasprotovanje ali podporo projektu, imenujemo jih vplivneži projekta. Vplivnež (deležnik) je vsakdo, ki ima delež v organizaciji ali je izven organizacije, in ji lahko z delovanjem koristi, škoduje ali vpliva kako drugače. Treba je upoštevati vse vplivneže in delovanje organizacije uravnotežiti tako, da imajo vsi določeno korist.

Po eni od delitev glede tveganj imamo tri vrste vplivnežev:

- tveganju niso naklonjeni in se mu želijo izogniti (risk averter);
- do tveganja so nevtralni, vseeno jim je, ali obstaja ali ne (risk neutral);
- tveganju so naklonjeni (risk seeker), ker menijo, da jim tveganje prinaša večjo korist.

Razlogi za delovanje vplivnežev

- Razlogi za delovanje deležnikov so zelo različni, upravičeni ali neupravičeni, zelo pogosto so finančni, lastninski, prostorski, pravni, okoljevarstveni, moralni, etični, politični ipd.
- Zaradi potrebnega upoštevanja raznih vplivnežev se stroški projektov lahko povečajo tudi za 100 % in več, v povprečju pa za 15 %, pogosto pa projekti zaradi vplivnežev zelo zamujajo ali celo propadejo.

Hierarhija vplivnežev

1. Najbolj pomembni vplivneži so **člani projektnega** tima, sledijo
2. **primarni vplivneži**: ustanovitelji, delničarji, direktorji, menedžerji projektov, zaposleni in drugi sodelavci, sindikati, poslovni partnerji, banke, ministrstva, upravni organi, sodišča, agencije in drugi.

Hierarhija vplivnežev

- Med **sekundarne vplivneže** štejemo vse druge, ki so zainteresirani za projekt in imajo lahko nanj določen vpliv (družine in prijatelji sodelavcev projekta, javnost, mediji, konkurenčne organizacije, strokovne organizacije, politične organizacije, lokalne skupnosti, okoljevarstvene organizacije, društva, posamezniki in drugi).

Preglednica 43: Potencialni vplivneži projekta

Vplivneži	Priimek in ime	Naslov	Kontaktne podatki (telefon, el. pošta)
Člani projektnega tima			
Projektni menedžer			
Član 1			
Član 2			

Član 3			
Član 4			

Primarni vplivneži			
Uprava			
Vodilni menedžerji			
Direktor			
Projektni svet			
Funkcijski menedžerji			
Menedžerji projektov			
Lastniki			
Delničarji			
Zaposleni in drugi sodelavci			
Stranke			
Uporabniki			
Sindikati			
Posojilodajalci			
Ministrstva, upravni organi, sodišča			
Agencije			

Član 3			
Član 4			

Primarni vplivneži			
Uprava			
Vodilni menedžerji			
Direktor			
Projektni svet			
Funkcijski menedžerji			
Menedžerji projektov			
Lastniki			
Delničarji			
Zaposleni in drugi sodelavci			
Stranke			
Uporabniki			
Sindikati			
Posojilodajalci			
Ministrstva, upravni organi, sodišča			
Agencije			

Podatki za stike članov projektne tima

Vse vplivneže vpišemo v ustrezno bazo, v kateri so podatki za stike. Primer za člane projektne tima.

Vplivneži	Priimek in ime	Naslov	Kontaktni podatki (telefon, el. pošta)
Člani projektne tima			
Projektni menedžer			
Član 1			
Član 2			
Član 3			
Član 4			

Analiza odločujočih vplivnežev

	Vplivnež	Kakšen je ocenjen pozitivni vpliv vplivneža (od 1 do 5)	Kakšen je ocenjen negativni vpliv vplivneža (od 1 do 5)	Način vključitve v projekt (ignoriranje, informiranje, sodelovanje ...)
Kdo bo imel od projekta koristi in želi, da projekt uspe				
Kdo ima pomembno vlogo pri podpori, mnenjih in potrjevanju projekta				
Kdo bo imel zaradi uspešnega projekta škodo in bo zaviral projekt				
Kdo ima interes, da projekt propade				
Drugo – vpišemo in ocenimo vplive in pomembneže, ki so pomembni za naš projekt				

Ocene vpliva od 1 do 5:

1. lahko ustvarja mnenje, vendar neposrednega vpliva nima
2. ima majhen vpliv
3. vplivnež ima srednji vpliv
4. vplivnež ima močan vpliv
5. vplivnež ima ključni vpliv, od njega je odvisno, ali bo projekt sprejet ali ne

Vaja 7

V preglednico vpišite odločujoče vplivneže vašega multimedijskega projekta Družinsko drevo. Ocenite jih in zapišite, kako jih boste vključili v projekt. Pri tem je potrebno upoštevati zahteve glede varstva osebnih podatkov, ker so nekateri podatki lahko mejni.

(Poglejte zakonodajo povezano z varstvom osebnih podatkov)

Tveganja povezana s kupci

- Kupci so ključni za upravljanje blagovnih znamk in pozicioniranje na trgu ter ugled organizacije.
- Spremenijo se zahteve kupcev, ki obstoječih izdelkov ne želijo več kupovati (sprememba nakupovalnih navad, naveličanost, drugačne želje in predstave o izdelkih, spremembe v možnostih pogajanja za nižjo ceno, težave zaradi nezmožnosti kreditiranja nakupa ...).

Etična tveganja

Etično vedenje je temelj vsakega družbenega sistema.

Producenti, vodje projektov in menedžerji morajo biti sposobni zaznati neetične situacije ali dogodke oziroma ravnanja, ki lahko pripeljejo do etičnih problemov, in pravočasno ukrepati. Po potrebi morajo najti pomoč ustreznih strokovnjakov, da se prepreči nastanek problematičnih situacij, izdelkov, ravnanja zaposlenih, odzivov okolja ipd.

Tveganja nerazvoja

Brez razvoja in raziskav organizacija **ne more napredovati** oziroma odloča brez potrebnih podatkov (na pamet in po občutku), zaradi česar so tudi tveganja veliko večja.

Organizacija, ki nima svojega kreativnega razvoja, lahko izdeluje samo že **obstoječim podobne izdelke** in se pri tem sooča z nizkimi cenami in pogostimi težavami zaradi kršitev avtorske zakonodaje.

Čista tveganja

Med čista tveganja sodijo različne **nesreče** ali dogodki, posledice katerih so vedno negativne (požar, vihar, vlom, naravne nesreče ...), verjetnost za pojav teh dogodkov pa je razmeroma majhna.

Ta tveganja se **zavarujejo** pri zavarovalnicah, kar povzroča stroške. Država in druge ustanove (npr. banke, ki dajo kredite ali opremo na lizing) pa zahtevajo določeno minimalno zakonsko obvezno zavarovanje.

Pomen zavarovanja tveganj

- *Dobro je vedeti*
- Ob sklenitvi zavarovanja vam poplava, požar, strela, potres, vlom in ostale nesreče, ki se lahko pripetijo vašemu premoženju ne bodo mogli več škodovati. Predstavljajte si, koliko težav in stroškov vam prihrani dobro zavarovanje vašega premoženja v podjetju.
- Zagotavljamo vam optimalen obseg kritja.
- Če še nimate sklenjenega podjetniškega premoženjskega zavarovanja ali pa je nezadostno (prenizka zavarovalna vsota ali nepopolno kritje zavarovalnih rizikov), vas lahko poleg vseh stroškov nadomestitve uničenih delov (stavbe, opreme ali zalog), doleti tudi šomažna škoda oziroma zastoj dela. Do tega lahko pride, zaradi nastale materialne škode poslovnih prostorov, ki jih določen čas ne boste mogli uporabljati. Posledično boste ustvarili precej manj prometa in prišlo bo do zastoja dela, proti katerem se lahko prav tako zavarujete. Poleg vsega neljubega bi morali pomisliti tudi na to, kako bi poplačali obveznosti vašega podjetja, zaposlenim pa zagotovili redno mesečno plačilo, do katerega so upravičeni.
- Sklenitev podjetniškega premoženjskega zavarovanja je zagotovo več kot pametna odločitev.

Vaja 8

Zapišite vsaj tri čista tveganja pri projektu, ki ga delate v praksi.

Zapišite tri primere, ko se čista tveganja lahko zavarujejo pri zavarovalnici in poiščite podatke, kakšne so za posamezen primer zavarovalne premije.

[Podjetniško zavarovanje \(tribuna-kapital.com\)](http://tribuna-kapital.com)

Načini za prepoznavanje tveganj

- preučimo različne vire;
- pregledamo in analiziramo dokumentacije iz preteklih lastnih projektov in študij podobnih tujih projektov;
- pripravimo in analiziramo modele, sheme, hipoteze, scenarije, domneve ...;
- soočimo ideje in mnenja različnih, tudi zelo konservativnih strokovnjakov;
- opravimo različne pogovore in intervjuje;
- pridobimo ekspertna mnenja;
- opredelimo tveganja v okviru analize SWOT (oz. SPIN po slovensko).

Upravljanje tveganj

- **odprava** tveganja (temeljita sprememba projekta, upoštevanje izkušenj iz predhodnih projektov);
- **aktivno sprejemanje** tveganj (nadzor nad potekom izbrane poslovne odločitve);
- **prepoznati** je treba določene objektivne nevarnosti v notranjem ali zunanjem okolju podjetja in/ali projekta in jih izmeriti kot strošek, če pride do njihove delne ali celovite uresničitve;
- **odstraniti** je treba nevarnosti v okolju, ki jih je mogoče odstraniti, ne da bi preprečili doseganje zastavljenega projektne cilja;

Upravljanje tveganj

- **Izogniti** se je treba nevarnostim, ki niso neposredno povezane s projektnim ciljem;
- določena tveganja je treba **prenesti** na druge nosilce, ki lahko zagotovijo široko razpršitev nevarnosti (zavarovalnice, banke, rizični skladi);
- **sprejemanje** tveganj in predvidevanje določenih rezerv (roki – časovne rezerve, večji stroški);
- **odstopiti** je treba od prvotno načrtanega projektnega cilja, če analize kažejo veliko verjetnost uresničitve propada projekta.

PRIMER

- Ocenimo tveganja pri organizaciji prireditve v juliju, kjer bo nastopilo več glasbenih skupin na prostem. Za pokritje stroškov je treba imeti vsaj 500 obiskovalcev s plačano vstopnino. Kot glavna tveganja opredelimo možnost zamud prihoda skupin ali celo odpoved nastopa, vreme, tehnične težave, probleme z varnostjo, število obiskovalcev. Ocena tveganj je prikazana v preglednici 37.

Preglednica 37: Ocena stopnje posameznih tveganj pri organizaciji prireditve iz primera 29

Vrsta tveganja	Konkretno tveganje, vezno na določeno dejavnost	Verjetnost dogodka (VD)	Ocena posledic (OP)	Stopnja tveganja (ST) VD x OP	Ukrepi za zmanjšanje tveganja	Ukrepi za zmanjšanje posledic	Odgovorna oseba
Kadrovsko	Da skupine ne pridejo pravočasno na dogodek ali odpovedo sodelovanje	2	5	10			
Ekonomska	Vsaj 500 obiskovalcev s plačano vstopnino	3	4	12			
Naravne nesreče in pojavi	Nevihta ali deževno vreme	4	5	20			
Tehnološka	Problemi z ozvočenjem in elektriko	3	3	9			
Logistična	Problem varnosti, ko se obiskovalci napijejo	5	3	15			

Preglednica 46: Stopnja posameznih tveganj pri Organizaciji prireditve iz primera 54 in ukrepi za zmanjšanje tveganja in zmanjšanje (ublažitev) posledic, če do dogodka pride

Vrsta tveganja	Konkretno tveganje, vezano na določeno dejavnost	Stopnja tveganja (ST)	Ukrepi za zmanjšanje tveganja	Ukrepi za zmanjšanje posledic	Odgovorna oseba
Kadrovsko	Da skupine ne pridejo pravočasno na dogodek	10	Preverjanje in spominjanje ekip na dogodek, intenzivno zadnji teden, posebej predzadnji in zadnji dan	Ker je skupin več, v primeru, da katere od skupin ni, druge zapolnijo program z rezervnimi skladbami.	
Ekonomska	Vsaj 500 obiskovalcev s plačano vstopnino	12	Intenzivno oglaševanje	V primeru, da obiskovalcev ni dovolj, je treba imeti dogovor o zmanjšanju honorarjev, lahko se prireditev tudi zavaruje.	
Naravne nesreče in pojavi	Nevihta ali deževno vreme	20	Predvidi se možnost, da se v primeru napovedanega slabega vremena datum prestavi, ali pa da dogodek poteka v športni dvorani. Oder mora biti v vsakem primeru pokrit.	Preseli se na rezervno lokacijo v dvorani, prireditev se prestavi, škoda se zavaruje.	

Tehnološka	Problemi z ozvočenjem in elektriko	9	Na prireditvenem prostoru mora biti stalno dežurni elektrikar, prisoten mora biti tudi usposobljen tehnik. Skupine morajo dostaviti opremo vsaj 4 ure pred dogodkom. Vsaka skupina mora imenovati odgovornega predstavnika za tehnične zadeve.	Če pride do izpada elektrike ali okvare opreme, se naredi krajši odmor, v katerem se poskušajo napake odpraviti.	
Logistična	Problem varnosti, ko se obiskovalci napijejo	15	Pri točenju alkoholnih pijač se poskrbi, da se ne točijo mladostnim in alkoholiziranim osebam. Varnostne službe zagotovijo takojšnjo odstranitev alkoholiziranih oseb, ki bi utegnile povzročati nevarnost.	Zagotovi se redarska služba, prva pomoč, policijska kontrola alkoholiziranosti voznikov po dogodku.	

Vaja 9

- V preglednico zapišite za vsako od možnosti upravljanja tveganj po en primer iz vašega osebnega projekta multimedijsko družinsko drevo.
- Vsako rešitev analizirajte, prikažite različne možnosti in utemeljite izbrano rešitev.

Preglednica za vpis podatkov za upravljanje tveganj z lastnim projektom multimedijsko družinsko drevo

Vrsta ukrepa	Primer tveganja iz projekta Družinsko drevo	Opis ravnanja
Odprava tveganja		
Aktivno sprejemanje tveganj		
Prepoznavanje nevarnosti in škode		
Odstranjevanje nevarnosti		
Izogibanje nevarnostim		
Prenašanje tveganja na druge nosilce		
Sprejemanje tveganj		
Odstop od prvotnih ciljev		

Metoda 6 klobukov – osredotočenje in odločanje

- 1. Organizacija. Določi se vrstni red razmišljanj in dejavnosti
- 2. Iščemo vrednosti in koristi, najdemo dobre strani. (če je zadeva za nas nekoristna, ni vredna dodatnega razmišljanja)
- 3. Razmišljamo o čustvih, občutkih, intuiciji (če nam ni vseč pustimo, razen če ni pomembnih koristi)
- 4. Razmišljamo o informacijah. Kaj vemo, kaj moramo izvedeti, kje bomo izvedeli , ... (bela barva)
- 5. Smo previdni, pozorni, kritični, ocenjujemo tveganje, zakaj nekaj ne bo delovalo, zakaj je narobe, kje lahko nastanejo težave ?
- 6. Iščemo in razvijamo nove ideje, alternative, možnosti, uporabe idej

Ocena izvedljivosti

Ocena izvedljivosti nam pove, ali je neki projekt **sploh izvedljiv**, pri čemer je treba upoštevati vse kadrovske, tehnološke, prostorske, tehnične, finančne parametre, kot tudi posebnosti okolja in različna tveganja, ki jim je lahko projekt izpostavljen.

Ocena izvedljivosti

Za oceno izvedljivosti projekta nosi **odgovornost izvajalec**, pri čemer ga mora naročnik opozoriti na specifična tveganja in sodelovati pri pripravi ocene izvedljivosti.

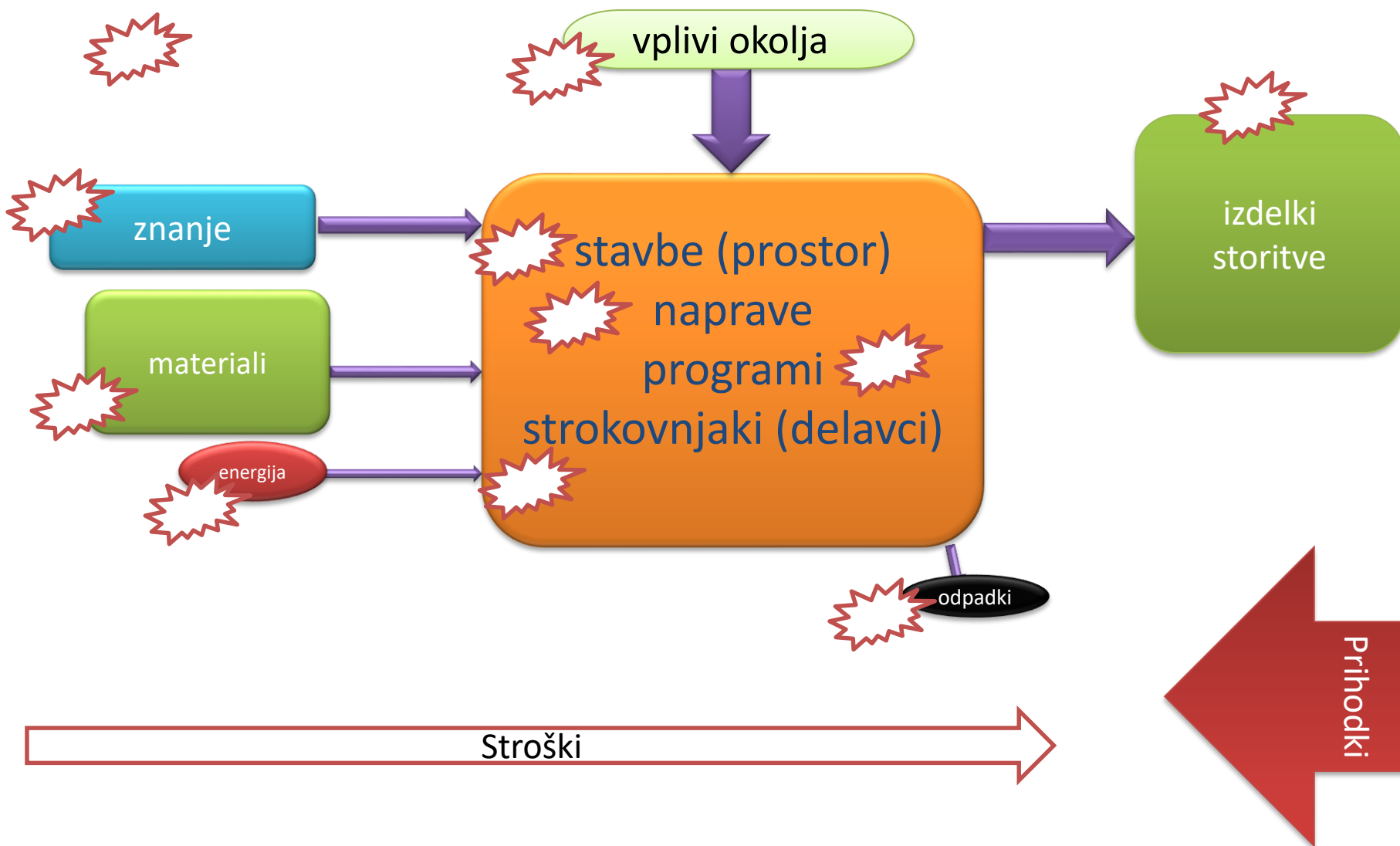
V pogodbi za naročilo projekta se natančno opredelijo obveznosti naročnika do izvajalca.

Ocena izvedljivosti

Če je nek element ocenjen z **NE** in ne vidimo možnost za spremembo v DA, projekt ocenimo za **neizvedljiv**.

v primeru oznake **DA/NE** pa ocenimo možnost glede na možnosti spremembe v DA.

Ocena izvedljivosti – po elementih v produkciji



Vaja 10. Izvedljivost projekta

Elementi analize	Opis	Mnenje o posameznem elementu DA (sprejemljivo)/Ne (nesprejemljivo) DA/NE izbira
Prostorska izvedljivost		
Tehnična izvedljivost		
Kadrovska izvedljivost		
Časovna izvedljivost		
Poslovna tveganja		
Tehnična tveganja		
Tehnološka tveganja		
Kadrovska tveganja		
Tržna tveganja		
Finančna tveganja		
Zakonski okviri		
Okoljske zahteve		
Zdravstveni normativi		
Možni zunanji vplivi		
Lastniki		
Okolje		
Politika		
Drugo		
Predlagane alternative in drugi predlogi		

Vaja 11. Izvedljivost multimedijskega projekta Družinsko drevo

Elementi analize	Opis	Mnenje o posameznem elementu DA (sprejemljivo)/Ne (nesprejemljivo) DA/NE izbira
Prostorska izvedljivost		
Tehnična izvedljivost		
Kadrovska izvedljivost		
Časovna izvedljivost		
Poslovna tveganja		
Tehnična tveganja		
Tehnološka tveganja		
Kadrovska tveganja		
Tržna tveganja		
Finančna tveganja		
Zakonski okviri		
Okoljske zahteve		
Zdravstveni normativi		
Možni zunanji vplivi		
Lastniki		
Okolje		
Politika		
Drugo		
Predlagane alternative in drugi predlogi		

Vaja 12. SWOT (SPINE) analiza lastne produkcije (s primeri)

PREDNOSTI	• Prepoznavnost podjetja na domačem in mednarodnem trgu • Jasno poslanstvo, vizija in strategija na perspektivnih področjih • Razvojno raziskovalno delo • Sodobna organiziranost, skrb za zaposlene in stranke • Odlično obiskana spletna stran
SLABOSTI	• Neprepoznavnost • Nejasna vizija, odsotnost strategije, delovanje na neperspektivnem področju • Neoptimalna velikost in nefleksibilnost podjetja • Slaba organiziranost in vodenje • Slabo obiskana spletna stran
PRILOŽNOSTI	• Propad konkurence • Nove tehnologije • Nova tržna niša • Rastoči trg • Povečanje zanimanja za nove aplikacije • Demografske spremembe
NEVARNOSTI	• Povečanje konkurence • Pojemajoči trg, prenasičenost na trgu • Hiter razvoj novih tehnologij, izdelkov in storitev • Zaostritev zahtev pri izvozu • Slabše razmere na finančnih trgih, neplačniki

Na podlagi SWOT (SPIN) analize pripravimo strategijo, ki temelji na prednostih, odpravi pomanjkljivosti, izkoriščanju priložnosti ter izogibanje nevarnostim.

Vaja 13. TEHNIKA 4P – analiza, izbiranje in krepitev idej

PREDNOSTI (Kakšne so prednosti ideje ?)	POTENCIALI (v kaj bi se lahko ideja razvila v prihodnje ?)
POMISLEKI (Kakšne so omejitve te ideje ?)	PRESEGANJE (Kako bi presegli pomisleke, s kakšnimi izboljšavami ?)

Na podlagi TEHNIKE 4P analize izberemo najboljšo možnost.

Vaja 13. TEHNIKA 4P

(primer podjetja, ki se ukvarja s poročno fotografijo)

PREDNOSTI (Kakšne so prednosti ideje ?)

Veliko znanja, odlična fotografska oprema in fotografi.

Prilagodljivost in tesno sodelovanje z naročnikom ocenjujemo kot pomembno prednost.

Odlične reference so prednost našega podjetja.

POTENCIALI (v kaj bi se lahko ideja razvila v prihodnje ?)

V prihodnosti bo zagotovo večja potreba po video in spletnih storitvah, tako doma kot v tujini.

Stranke bodo želele celovito ponudbo pri organizaciji porok.

POMISLEKI (Kakšne so naše omejitve ?)

Ali lahko postanemo boljši od konkurence ?

Bomo znali izkoristiti nove naprave in tehnologije, ki ki omogočajo, da ljudje na vedno več porokah fotografirajo sami ?

Ne vemo, če bomo lahko stalno na tekočem s stanjem v tujini ?

PRESEGANJE (Kako bi presegli pomisleke, s kakšnimi izboljšavami ?)

- Analizirali bomo domačo in tujo konkurenco in poskušali najti inovativne in za naše razmere optimalne rešitve.
- Izkoristili bomo nove tehnologije.
- Fotograf XJ se bo udeležil specializirane delavnice v Berlinu.

Na podlagi TEHNIKE 4P analize izberemo najboljšo možnost.

Ocena stanja organizacije na področju upravljanja s tveganji

1. Ali ima organizacija certifikat kakovosti ISO 9001 (prej 2008, sedaj 2015) ? (ima ga manj kot 1% organizacij)
2. Ali ima organizacija notranjo ali zunanjo revizijo poslovanja?
3. Ali ima organizacija vpeljana standarda SIST ISO 31000 in SIST ISO/IEC 31010 za obvladovanje tveganj ?
4. Ali ima organizacija sploh kakšno obliko upravljanja tveganj ?

Obvezno sprotno delo TEMA 9

- Opravite vaje in naloge za TEMO 9 in jih oddajte v moodle.
- V gradivu Načrtovanje multimedijske produkcije preučite str. 61 do 120.
- Posvetite se optimizaciji Družinskega drevesa in pripravi končnih izdelkov – fizično in elektronsko obliko družinskega drevesa.

FAM Načrtovanje medijske produkcije

VAJE ZA TEMO 9 Negotovosti, tveganja, ocena izvedljivosti

Vaja 1

Izberite si eno od aktivnosti (npr. služba, hobi, in svoj projekt MDD..) in odgovorite na naslednja vprašanja:

Vprašanje	Odgovor
Kaj se lahko zgodi, kje, kdaj gre lahko kaj narobe ?	
Če se zgodi, kakšne bodo posledice ?	
Kako bomo ukrepal, če se to zgodi ?	
Kaj lahko storim, da se to ne zgodi ?	

Lahko za kak nasvet povprašate tudi UI.

Vaja 2

Ocenite vpliv svojega projekta Družinsko drevo na ljudi in okolje

Vrsta vplivov	Pozitivni	Negativni
<i>Neposredni vplivi na ljudi</i>		
<i>Posredni vplivi na ljudi</i>		
<i>Neposredni vplivi na okolje (bivalno in naravno)</i>		
<i>Posredni vplivi na okolje</i>		

Vaja 3

Ocenite pet največjih tveganj pri vašem multimedijem projektu Družinsko drevo. Izračunajte stopnjo tveganja in v preglednici zapišite ukrepe pri vsakem tveganju.

Tveganje	Stopnja tveganja	Ukrepi

Vaja 4

Zapišite morebitna strateška tveganja pri projektu, ki ga delate v praksi.

Skupina tveganj	Opis dogodkov v določeni skupini tveganj
Napačne usmeritve	
Zgrešene strateške povezave	
Vztrajanje pri zastarelih tehnologijah	

Vaja 5

Preberite članek: S. Zakrajšek, 2021, Kadrovska tveganja v projektnih timih in uporabite podatke in ugotovitve pri oceni tveganj zaradi kadrov v svojih projektih.

Za specifična tveganja pri raznih projektih lahko povprašate UI.

Vaja 6

Zapišite tri primere, ko tveganje predstavlja problematične značajske lastnosti sodelavcev in razložite, kako lahko ta tveganja čim bolj zmanjšamo.

-

-

-

Zapišite tri primere, ko tveganje predstavlja fluktuacija najbolj izobraženih in sposobnih ljudi in razložite, kako lahko ta tveganja čim bolj zmanjšamo.

-

-

-

Preučite priročnik: Kako so moji podatki varovani v delovnem razmerju ? www.ip-rs.si/fileadmin/user_upload/Pdf/brosure/brosura_delovna_populacija.pdf

Podatke uporabite pri optimizaciji predlaganih rešitev.

Vaja 7

V preglednico vpišite odločujoče vplivneže vašega multimedijskega projekta Družinsko drevo. Ocenite jih in zapišite, kako jih boste vključili v projekt. Pri tem je potrebno upoštevati zahteve glede varstva osebnih podatkov, ker so nekateri podatki lahko mejni.

Analiza odločujočih vplivnežev

	Vplivnež	Kakšen je ocenjen pozitivni vpliv vplivneža (1 do 5)	Kakšen je ocenjen negativni vpliv vplivneža (1 do 5)	Način vključitve v projekt (ignoriranje, informiranje, sodelovanje ...)
Kdo bo imel od projekta koristi in želi, da projekt uspe				
Kdo ima pomembno vlogo pri podpori, mnenjih in potrjevanju projekta				
Kdo bo imel zaradi uspešnega projekta škodo in bo zaviral projekt				
Kdo ima interes, da projekt propade				
Drugo – vpišemo in ocenimo vplive in pomembneže, ki so pomembni za naš projekt				

Ocene vpliva 1 do 5

1. lahko ustvarja mnenje, vendar neposrednega vpliva nima

2. ima majhen vpliv
3. vplivnež ima srednji vpliv
4. vplivnež ima močan vpliv
5. vplivnež ima ključni vpliv, od njega je odvisno, ali bo projekt sprejet ali ne

Vaja 8

Zapišite vsaj tri čista tveganja pri projektu, ki ga delate v praksi.

Zapišite tri primere, ko se čista tveganja lahko zavarujejo pri zavarovalnici in poiščite podatke, kakšne so za posamezen primer zavarovalne premije.

[Podjetniško zavarovanje \(tribuna-kapital.com\)](http://tribuna-kapital.com)

-
-
-

Vaja 9

V preglednico zapišite za vsako od možnosti upravljanja tveganj po en primer iz vašega osebnega projekta multimedijško družinsko drevo.

Vsako rešitev analizirajte, prikažite različne možnosti in utemeljite izbrano rešitev.

Preglednica za vpis podatkov za upravljanje tveganj z lastnim projektom multimedijško družinsko drevo.

Vrsta ukrepa	Primer tveganja iz projekta Družinsko drevo	Opis ravnanja
Odprava tveganja		
Aktivno sprejemanje tveganj		
Prepoznavanje nevarnosti in škode		
Odstranjevanje nevarnosti		
Izogibanje nevarnostim		
Prenašanje tveganja na druge nosilce		
Sprejemanje tveganj		
Odstop od prvotnih ciljev		

--	--	--

Vaja 10

Izvedljivost skupnega projekta

Ocena izvedljivosti projekta (upoštevamo najbolj pomembne kriterije za določen projekt)

Elementi analize	Opis	Mnenje o posameznem elementu DA (sprejemljivo)/Ne (nesprejemljivo)
Prostorska izvedljivost		
Tehnična izvedljivost		
Kadrovska izvedljivost		
Časovna izvedljivost		
Poslovna tveganja		
Tehnična tveganja		
Tehnološka tveganja		
Kadrovska tveganja		
Tržna tveganja		
Finančna tveganja		
Zakonski okviri		
Okoljske zahteve		
Zdravstveni normativi		
Možni zunanji vplivi		
Lastniki		
Okolje		
Politika		
Drugo		
Predlagane alternative in drugi predlogi		

Vaja 11

Izvedljivost projekta multimedijskega projekta Družinsko drevo

Ocena izvedljivosti projekta (upoštevamo najbolj pomembne kriterije za določen projekt)

Elementi analize	Opis	Mnenje o posameznem elementu DA (sprejemljivo)/Ne (nesprejemljivo)
Prostorska izvedljivost		
Tehnična izvedljivost		
Kadrovska izvedljivost		
Časovna izvedljivost		
Poslovna tveganja		
Tehnična tveganja		

Tehnološka tveganja		
Kadrovska tveganja		
Tržna tveganja		
Finančna tveganja		
Zakonski okviri		
Okoljske zahteve		
Zdravstveni normativi		
Možni zunanji vplivi		
Lastniki		
Okolje		
Politika		
Drugo		
Predlagane alternative in drugi predlogi		

Vaja 12

SWOT (SPINE) analiza lastne produkcije (s primeri)

Prednosti	
Slabosti	
Priložnosti	
Nevarnosti	

Vaja 13

TEHNIKA 4P – analiza, izbiranje in krepitev idej

Prednosti	
Potenciali	
Pomisleki	
Preseganje	

Naloga

V gradivu Načrtovanje multimedijske produkcije preučite str. 61 do 120.

Naloga

Posvetite se optimizaciji Družinskega drevesa in pripravi končnih izdelkov – fizično in elektronsko obliko družinskega drevesa.

FAM

TEMA 10

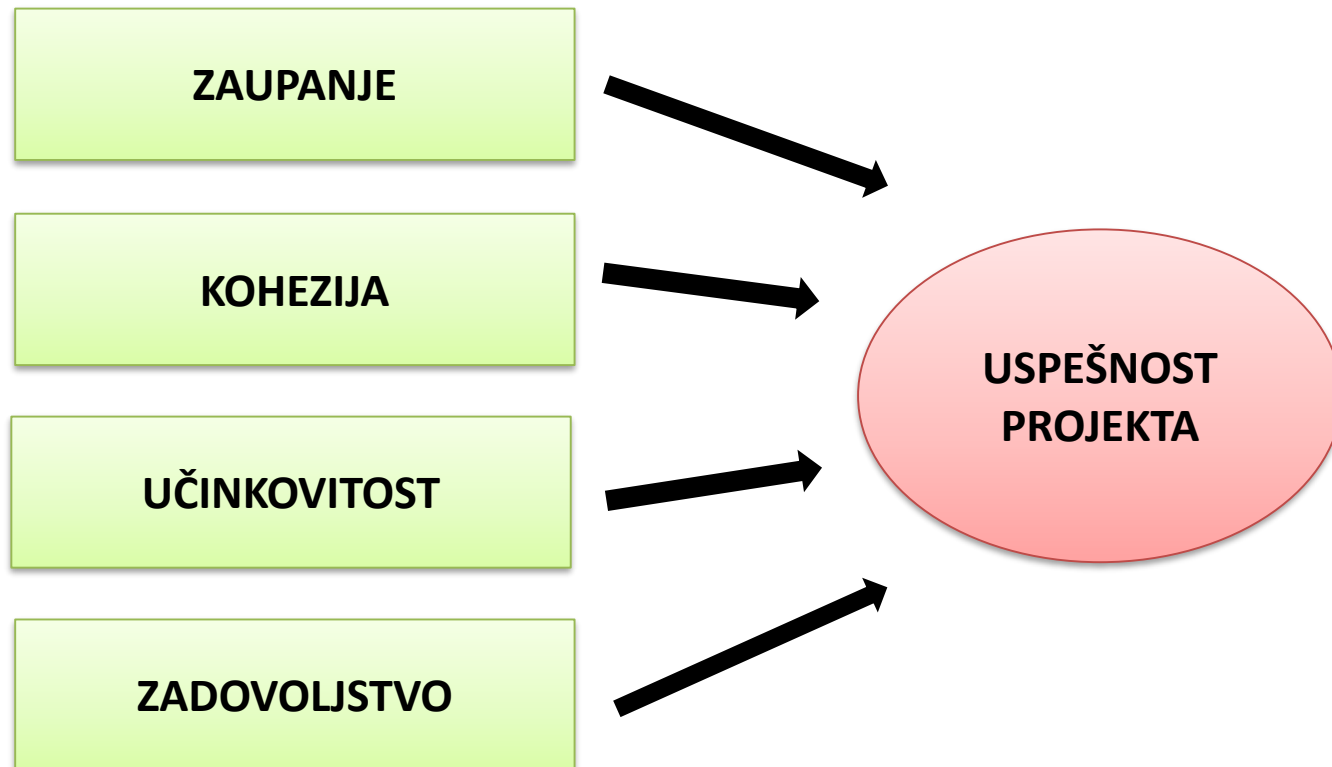
Načrtovanje medijske produkcije

Ekipa, komunikacijski načrt, zaključni
dokumenti projekta

Obvezno sprotno delo TEMA 9

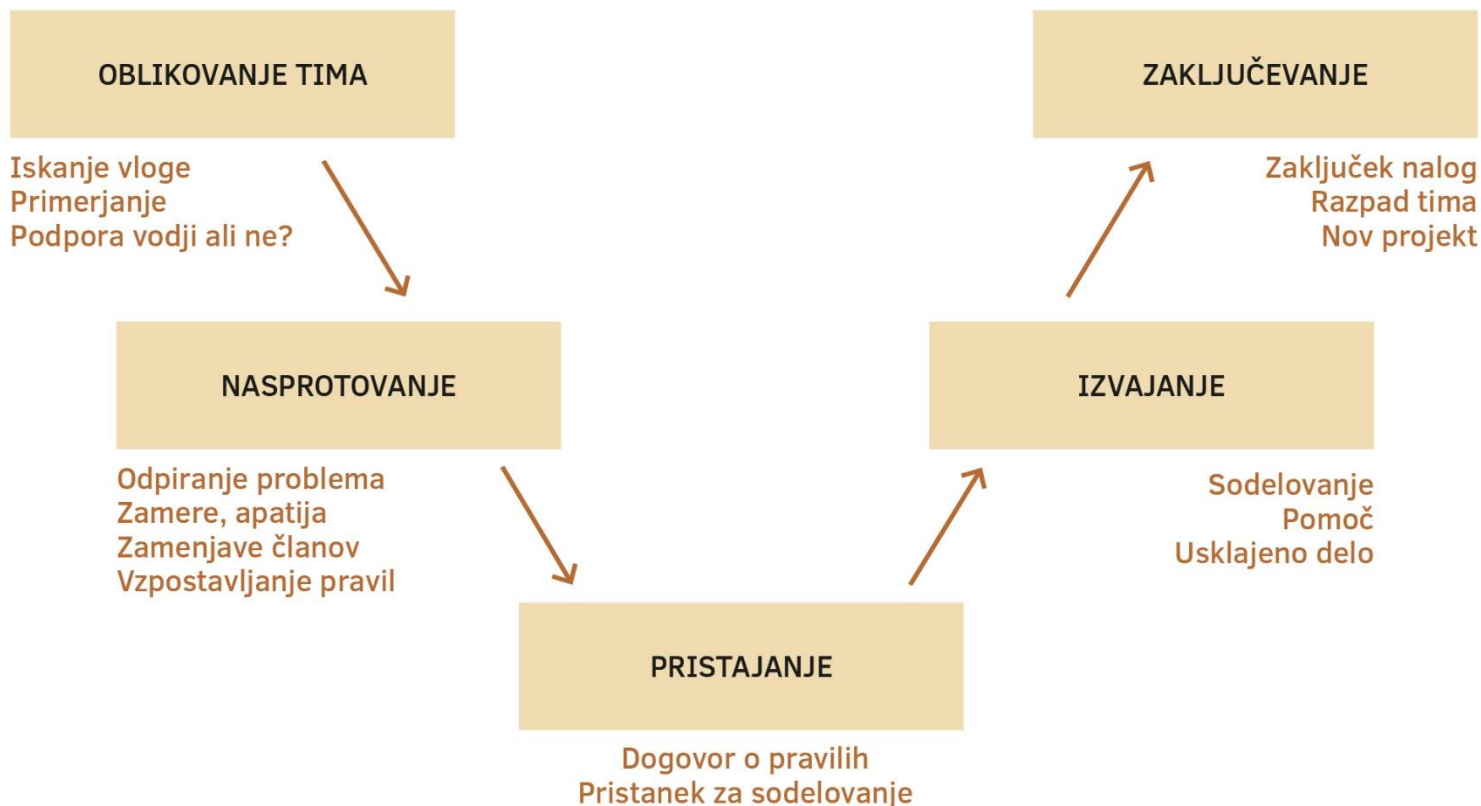
- Opravite vaje in naloge za TEMO 9 in jih oddajte v moodle.
- V gradivu Načrtovanje multimedijske produkcije preučite str. 61 do 120.
- Posvetite se optimizaciji Družinskega drevesa in pripravi končnih izdelkov – fizično in elektronsko obliko družinskega drevesa.

Vplivi udeležencev in dejavnikov na uspeh projekta



Faze ustvarjanja projektnega tima

Shema 2: Faze ustvarjanja projektnega tima



Vaja 1

Preučite gradivo:

Faze razvoja tima - do zaupanja in uspešnosti v timu

Na povezavi: [Faze razvoja tima - do zaupanja in uspešnosti v timu | www.tba.si](http://www.tba.si)

Na povezavi naprej si oglejte še en prispevek po izbiri – npr. o team buildingu.

Zabeležite si vsaj en koristen napotek !

Zakaj je od vseh komunikacij najpomembnejša tista s samim seboj?

Poslušajmo 16 minut predstavitve:

- Zakaj je od vseh komunikacij najpomembnejša tista s samim seboj?

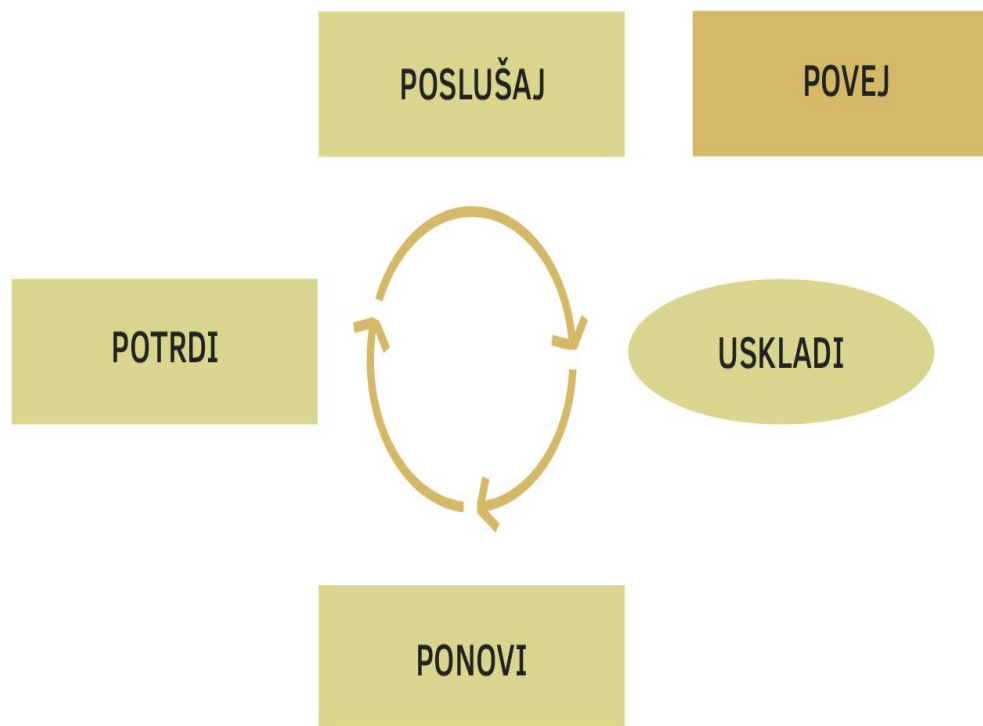
 [Zakaj je od vseh komunikacij
najpomembnejša tista s samim seboj? -
VideoLectures.NET](#)

Osnove komunikacij

- Komuniciranje je **dvosmeren** proces prenosa informacij med udeleženci projekta.
- Zelo pomembno je poznati, **kaj** udeleženci **želijo vedeti**, kaj **morajo vedeti** in **katere informacije** potrebujejo.
- Bolj kot je sistem **transparenten (pregleden)**, več kot imajo sodelavci ažurnih in točnih informacij (predvsem o viziji, ciljih, strategiji in taktikah), bolj so aktivni in odgovorni.

Formula učinkovite komunikacije

Shema 6: Formula učinkovite komunikacije: povej, poslušaj, uskladi, ponovi, potrdi



Konflikti

- [!\[\]\(a22ba4e13c745edbf29e51af246c4c12_img.jpg\) Upravljanje s konflikti - VideoLectures.NET](#)
- [!\[\]\(33b18af9a4b997eb52666cfeb3c44157_img.jpg\) Obvladovanje konfliktov – iz teorije v prakso - VideoLectures.NET](#) Janja Rebolj
- Vzemite si 20 minut in na kratko preposlušajte prvi video, pri drugem pa si oglejte posamezna poglavja.

Priprava komunikacijskega načrta

- Komunikacije razdelimo na dva večja vsebinska dela. Prvi poteka med sodelavci projekta (**interno, notranje komuniciranje**) in drugi z zunanjimi udeleženci (**eksterno komuniciranje**, kamor sodijo v določeni meri naročnik (delno sodeluje že v procesu), člani sodelujočih ekip, podizvajalci, mediji ipd.

Vsebina komunikacijskega načrta 1

Komunikacijski načrt mora vsebovati natančen opis vse dokumentacije:

- ki jo morajo sodelavci izpolnjevati,
- natančne roke, do kdaj mora biti določena naloga zabeležena.
- Pripravljeni morajo biti formularji in določeni roki, do kdaj in komu je treba poslati kakšen dokument in na kakšen način.
- Določen mora biti tudi način hranjenja dokumentov, spremljanje verzij in urejen sistem dovoljenj in nadzora dostopov do določenih dokumentov.

Vsebina komunikacijskega načrta 2

V komunikacijskem načrtu morajo biti predvideni:

- vsi sestanki obiski, ogledi, diskusije, telekonference ipd., te termine pa morajo imeti udeleženci tudi v pogodbi in si zanje rezervirati čas.
- Predvideno mora biti tudi izobraževanje in usposabljanje sodelavcev in drugih udeležencev, po potrebi specialno dodatno usposabljanje nekaterih članov in priprava ustreznih priročnikov, izobraževalnih gradiv itd.
- Če je to predvideno, je treba načrtovati tudi opravljanje preverjanja znanja s teh področij.

Vsebina komunikacijskega načrta 3

- Pomemben del komunikacijskega načrta je poročanje in obveščanje sodelavcev in drugih zainteresiranih o poteku projekta.
- V primeru, ko potekajo projekti, katerih rezultati so zanimivi za širšo javnost (medijski, okoljski, zdravstveni, kulturni idr. projekti), je treba organizirati tudi sistem informiranja in obveščanja javnosti, pripravljati razna gradiva in srečanja

Vaja 2

Preučite gradivo in si zabeležite kar boste lahko uporabili za interni komunikacijski načrt za svoj projekt.

[Kako narediti komunikacijski načrt \(s slikami\) - Enciklopedija - 2023 \(cathedralcollege.org\)](#)

[Naj bo vaš projektni komunikacijski načrt uspešen \(profi-management.net\)](#)

Uporabite tudi znanje UI.

PRIMER KOMUNIKACIJSKEGA NAČRTA

- 14. 3. 20xx uvodni sestanek 4 ure na lokaciji. Prisotni Dve uri je namenjenih usposabljanju za uporabo programa za pripravo e-gradiv.
- 15. 3. 20xx se odpre učilnica v moodle, kamor se dnevno odda (kdaj ???) pripravljeno gradivo (zadolžen), prek foruma pa poteka strokovna diskusija (v živo od doo pripravljenih gradivih (diskusijo vodi ...).
- Od 20. 3. 20xx (četrtek od 18.00 do 20.00) telekonferenca vseh članov tima. Vodi, organizira
- 1. 4. 20xx se odpre stran na FB (pripravi, izvedem vzdržuje....., kamor se povabi učitelje, učence in zainteresirano strokovno javnost, da daje pripombe na pripravljene učne enote. (Od kdaj do kdaj, kaj s pripombami)
- Od 23. 4. do 26. 4. 20xx skupna delavnica na lokaciji ...
- Vsak petek do 21. ure vsak član tima odda svoje poročilo v aplikacijo v projektno delo.(oblika in obseg poročila ...)
- Nujno komunikacijo opravijo posamezniki tudi po potrebi prek e-pošte, vendar morajo biti dogovori dokumentirani v poročilu (obrazec za poročilo ...) o projektni dokumentaciji.
- Gradivo mora biti zaključeno in oddano 27. 4. 20xx (do ure) po skupni delavnici, ki bo (kje, kdaj, tema, prisotni, vodja)

Vaja 3

Pripravite komunikacijski načrt za skupni projekt in za svoj projekt Družinsko drevo. Zapišite vse sodelavce (vključeni so tudi najbolj pomembni člani rodbine) s podatki in natančen organizacijski, vsebinski in časovni program komunikacij.

Program morate uskladiti s sodelavci, ki ga morajo tudi potrditi in se ga nato držati.

Razvojno - raziskovalni projekt

MULTIMEDIJSKO DRUŽINSKO DREVO

ANALIZA POTEKA IN ZAKLJUČEK
RAZISKAVE

Vaja 4

Zapišite raziskovalno vprašanje 1 za svoje družinsko drevo (iz srečanja na TEMO 7) in odgovor nanj.

Zapišite raziskovalni hipotezi 1.1 in 1.2. ter rezultate raziskave in jih komentirajte.

Vaja 5

Zapišite raziskovalno vprašanje 2 za svoje družinsko drevo (iz srečanja na TEMO 7) in odgovor nanj.

Zapišite raziskovalni hipotezi 2.1 in 2.2. ter rezultate raziskave in jih komentirajte.

Podatki ob zaključku raziskave

Interpretacija rezultatov Preverjanje veljavnosti napovedi	Se je zgodilo to, kar smo napovedali? Ali je rezultate mogoče posplošiti? Ali rezultati potrjujejo hipotezo, ki smo jo preverjali z raziskavo?
(Samo)evalvacija	So rezultati v skladu z željami in pričakovanji? Kaj smo se naučili? Kaj vemo sedaj, česar prej nismo? Kaj nam je povzročalo težave pri izvedbi raziskave? Kaj bi lahko naredili drugače? Kaj bomo naredili drugače pri naslednji raziskavi?
Zaključno poročilo	Priprava zaključnega poročila, glavni povzetki tudi iz samoevalvacije.
Seznanimatev zainteresiranih	Poročila, članki, monografije, predavanja ...

Podatki ob zaključku raziskave

Zbiranje in obdelava podatkov ter priprava rezultatov

Katere podatke smo zbirali in kako?

Kako smo preverjali veljavnost rezultatov?

Kako je potekala obdelava podatkov?

Kako smo urejali in shranjevali dokumentacijo?

Kaj smo opazili, izmerili in ugotovili z raziskavo?

Smo dobili ustrezen odgovor na raziskovalno vprašanje?

Katere zaključke lahko oblikujemo in kako jih lahko utemeljimo s svojim teoretičnim znanjem?

Kako naj rezultate čim bolj nazorno predstavimo?

Kako poteka evalvacija rezultatov?

Vaja 6

V preglednici zapišite podatke o zaključku ene od raziskav, v okviru projekta: Družinsko drevo.

Zaključki raziskave

Interpretacija rezultatov Preverjanje veljavnosti napovedi	Se je zgodilo to, kar smo napovedali? Ali je rezultate mogoče splošiti? Ali rezultati potrjujejo hipotezo, ki smo jo preverjali z raziskavo?
(Samo)evalvacija	So rezultati v skladu z željami in pričakovanji? Kaj smo se naučili? Kaj vemo sedaj, česar prej nismo? Kaj nam je povzročalo težave pri izvedbi raziskave? Kaj bi lahko naredili drugače? Kaj bomo naredili drugače pri naslednji raziskavi?
Zaključno poročilo	Priprava zaključnega poročila, glavni povzetki tudi iz samoevalvacije.
Seznanimatev zainteresiranih	Poročila, članki, monografije, predavanja ...

Naloga 1

Izračunajte

- Izračunajte povprečno starost vseh članov, ki so prikazani v družinskem drevesu. Za pokojne zapišite starost ob smrti.
- Iz podatkov o starosti vseh še živih članov, ki so v družinskem drevesu, ugotovite in zapišite modus, mediano in aritmetično sredino, varianco in standardni odklon.

Naloga 2

Grafično prikažite

- Izobrazbeno strukturo vseh živih članov družine, ki so v družinskem drevesu (graf).
- Starostno strukturo živih članov družine, ki so v družinskem drevesu (diagram s stolpci).
- Bivanje živih članov po slovenskih regijah (frekvenčni kolač).

Modus, mediana, aritmetična sredina

- **Modus (M_o)** je točka (vrednost), kjer so vrednosti spremenljivke najbolj zgoščene.
- **Mediana (M_e)** (središčnica) je vrednost, od katere ima polovica elementov množice višje vrednosti, polovica pa nižje, zato poiščemo element, ki je na sredini.
- **Aritmetična sredina (M)** ali povprečje pove, kakšna je srednja vrednost spremenljivk. Izračunamo jo tako, da vsoto vseh spremenljivk (a_i) delimo s številom vseh spremenljivk.

Varianca

- Varianco uporabljamo pri dvorazsežnostnih merah razpršenosti. Izračunamo jo tako, da individualne odklone kvadriramo, seštejemo in delimo s številom elementov in dobimo povprečen kvadrat. Označujemo jo s σ^2 .

$$\sigma^2 = \sum (x-M)^2 / N$$

$x-M$ = odklon

posameznega vzorca od aritmetične sredine

- Standardni odklon ali standardna deviacija je kvadratni koren iz variance σ .

Obvezno sprotno delo za TEMO 10

- Pripravite in oddajte vaje za TEMO 10.
- V gradivu Priprava in izvedba multimedijских projektov preučite strani 5 – 58.
- Nadaljujte s preučevanjem knjige Delaj vitko (strani 69 - 111) – Čim več koristnih nasvetov uporabite v praksi.
- Nadaljujte z delom na Družinskem drevesu in svojem projektu: Priročnik

FAM NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE

VAJA TEMA 10 – Ekipa, komunikacijski načrt

Vaja 1

Poglejte si gradiva:

Faze razvoja tima - do zaupanja in uspešnosti v timu

Na povezavi: [Faze razvoja tima - do zaupanja in uspešnosti v timu | www.tba.si](https://www.tba.si)

Na povezavi naprej si oglejte še en prispevek po izbiri – npr. o team buildingu.

Zabeležite si vsaj en koristen napotek !

Vaja 2

Preučite gradivo in si zabeležite kar boste lahko uporabili za interni komunikacijski načrt za svoj projekt.

[Kako narediti komunikacijski načrt \(s slikami\) - Enciklopedija - 2023 \(cathedralcollege.org\)](https://cathedralcollege.org)

[Naj bo vaš projektni komunikacijski načrt uspešen \(profi-management.net\)](https://profi-management.net)

Uporabite tudi znanje UI.

Vaja 3

Pripravite komunikacijski načrt za skupni projekt in za svoj projekt Družinsko drevo.

Zapišite vse sodelavce (vključeni so tudi najbolj pomembni člani rodbine) s podatki in natančen organizacijski, vsebinski in časovni program komunikacij.

Program morate uskladiti s sodelavci, ki ga morajo tudi potrditi in se ga nato držati.

Vaja 4

Zapišite raziskovalno vprašanje 1 za svoje družinsko drevo (iz srečanja na TEMO 7) in odgovor nanj.

Zapišite raziskovalni hipotezi 1.1 in 1.2. ter rezultate raziskave in jih komentirajte.

Zapišite raziskovalni hipotezi 1.1 in 1.2. ter rezultate raziskave in jih komentirajte.

Vaja 5

Zapišite raziskovalno vprašanje 2 za svoje družinsko drevo (iz srečanja na TEMO 7) in odgovor nanj.

Zapišite raziskovalni hipotezi 2.1 in 2.2. ter rezultate raziskave in jih komentirajte.

Vaja 6

V preglednici zapišite podatke o zaključku ene od raziskav, v okviru projekta: Multimedijško družinsko drevo.

Podatki ob zaključku raziskave

Interpretacija rezultatov Preverjanje veljavnosti napovedi	Se je zgodilo to, kar smo napovedali? Ali je rezultate mogoče posplošiti? Ali rezultati potrjujejo hipotezo, ki smo jo preverjali z raziskavo?
(Samo)evalvacija	So rezultati v skladu z željami in pričakovanji? Kaj smo se naučili? Kaj vemo sedaj, česar prej nismo?

	Kaj nam je povzročalo težave pri izvedbi raziskave? Kaj bi lahko naredili drugače? Kaj bomo naredili drugače pri naslednji raziskavi?
Zaključno poročilo	Priprava zaključnega poročila, glavni povzetki tudi iz samoevalvacije.
Seznanitev zainteresiranih	Poročila, članki, monografije, predavanja ...

Naloga 1

Izračunajte

- Izračunajte povprečno starost vseh članov, ki so prikazani v družinskem drevesu. Za pokojne zapišite starost ob smrti.
- Iz podatkov o starosti vseh še živih članov, ki so v družinskem drevesu, ugotovite in zapišite modus, mediano in aritmetično sredino, varianco in standardni odklon.

Naloga 2

Grafično prikažite

- Izobrazbeno strukturo vseh živih članov družine, ki so v družinskem drevesu (graf).
- Starostno strukturo živih članov družine, ki so v družinskem drevesu (diagram s stolpci).
- Bivanje živih članov po slovenskih regijah (frekvenčni kolač).

Naloga

V gradivu Priprava in izvedba multimedijskih projektov preučite strani 5 – 58.

Naloga

Nadaljujte s preučevanjem knjige Delaj vitko (strani 69 - 111) – Čim več koristnih nasvetov uporabite v praksi.

Naloga

Nadaljujte z delom na Družinskem drevesu in skupnem projektu Spletni časopis.

Naloga

Odgovorite na izpitna vprašanja 31 do 35 (izberite področja in izdelke po svoji želji)

31. Kaj so vplivneži projekta in zakaj so lahko ključni za izvedbo projekta? Navedite tri ključne vplivneže svojega projekta in zapišite, kako ste jih obravnavali pri svojem osebnem projektu.

Vplivnež	Način obravnave pri osebnem projektu

32. Zapišite pozitivne vplive izvedbe določenega projekta na ljudi in okolje! Razložite na primeru

Št.	Pozitivni vplivi na ljudi	Pozitivni vplivi na okolje
1		
2		
3		
4		
5		

33. Zapišite in razložite negativne vplive izvedbe in izdelkov določenega projekta na ljudi in okolje za primer

Št.	Negativni vplivi na ljudi	Negativni vplivi na okolje
1		
2		
3		
4		

5		
---	--	--

34. Kdaj in zakaj opravimo SWOT analizo in kaj lahko z njo ugotovimo?

Kakšna je razlika med SWOT in 4xP analizo ?

35. Naštejte pet možnih nevarnosti podjetja, ki se ukvarja z multimedijско produkcijo na področju!

Št.	Nevarnost
1	
2	
3	
4	
5	

Naloga

Zaključite s preučevanjem knjige Delaj vitko (strani 176 - 203) – Čim več koristnih nasvetov uporabite v praksi.

FAM

TEMA 11

Načrtovanje medijske produkcije

Zaključne aktivnosti in dokumenti
projekta

Obvezno sprotno delo za TEMO 10

- Pripravite in oddajte vaje za TEMO 10.
- V gradivu Priprava in izvedba multimedijских projektov preučite strani 5 – 58.
- Nadaljujte s preučevanjem knjige Delaj vitko (strani 69 - 111) – Čim več koristnih nasvetov uporabite v praksi.
- Nadaljujte z delom na Družinskem drevesu in svojem projektu: Priročnik

Družinsko drevo – tveganja in ukrepi

Tveganje	Stopnja tveganja	Ukrepi
Tehnične težave (izguba materiala, slabe fotografije, ..) Izguba podatkov o družinskih članih.		Redno varnostno kopiranje na več mestih in zaščita podatkov. Redno posodabljanje programske opreme. Redno preverjanje delovanja sistema.
Omejen dostop do družinskih arhivov in informacij		Pregled možnih arhivov in dogovor za dostop. Vnaprejšnje dogovarjanje z družinskimi člani za pridobitev dovoljenja do arhivov
Konflikti, spori		Spoštovanje zasebnosti in natančna predstavitev uporabe podatkov. Pridobitev soglasij za vsa gradiva, potrjevanje gradiv. Spodbujanje pozitivnega vzdušja Organizacija sestankov za reševanje morebitnih konfliktov.
Omejeno sodelovanje družinskih članov in izguba motivacije ali drugi razlogi		Jasna komunikacija o pomenu projekta in prispevku vsakega člana. Poslušanje in razprava o skrbah in dvomih. Možnost anonimnosti.
Nepravilna interpretacija zgodovinskih dejstev.		Uporaba zanesljivih virov in literature za raziskovanje. Sodelovanje z zgodovinarji ali strokovnjaki za preverjanje interpretacij.

Družinsko drevo - vplivi

Vrsta vplivov	Pozitivni	Negativni
Neposredni vplivi na ljudi	Spoznavanje članov, povečanje družinske povezanosti, krepitev vezi. Spodbujanje spoznavanje družinske zgodovine.	Poseganje v zasebnost. Razkrije informacij, ki sprožijo družinske konflikte Negotovosti težave zaradi dvomov o resničnosti informacij.
Posredni vplivi na ljudi	Pozitivna čustva, večanje identitete in pripadnosti ter povezanosti. Učenje novih veščin (raziskovanje genealogije, uporaba digitalnih orodij za urejanje vsebin in oblikovanje)	Dodatne obremenitve z obveznostmi in časovni pritisk. Raziskovanje družinske zgodovine prinese na dan tudi težke ali boleče dogodke. Finančni in drugi stroški. Razširjanje napačnih informacij.
Neposredni vplivi na okolje (bivalno in naravno)	Ohranjanje zgodovinskih spominov. Digitalna oblika zmanjšuje porabo papirja, uporablja se sodobne oblike komunikacije.	Poraba papirja in drugi materialov. Onesnaževanje okolja zaradi prevozov.
Posredni vplivi na okolje	Spodbujanje ozaveščenosti o pomenu ohranjanja zgodovine in tradicije. Digitalizacija in zmanjšanje potrebe po fizičnih potovanjih.	Potencialna obremenitev okolja zaradi potovanj in porabe energije in materialov pri pripravi DD.

Razprava o gradivu iz knjige: Delaj vitko (str. 69 – 111)

- Brez anket ali fokusnih skupin, lepo prosim
- Vprašaj ustanovitelje, kaj bi naredili, da bi se od kupcev česa naučili, in večina ti bo odgovorila, da bi izvedli ankete ter fokusne skupine. Ti dve metodi se morda zdita učinkovitejši od intervjujev, vendar tak začetek običajno ni najboljši. Zakaj? Pri anketah domnevaš, da poznaš prava vprašanja, prave odgovore in kupcev ne vidiš.
- V anketi je težko oz. nemogoče zajeti vsa potrebna vprašanja, saj jih sploh še ne poznaš. Med intervjujem lahko kupca prosiš za pojasnitev določenih stvari in tako dodatno raziščeš še kakšna druga področja. Pri intervjujih s kupcem gre za odkrivanje nepoznanega.

Govoriti z ljudmi je vendar težko

- Blankov bojni vzklik za razvoj kupcev »Pojdi med ljudi!« (angl. Get out of the building!) je hkrati ena najosnovnejših in najtežjih nalog, ki jih moraš vpeljati. Ljudje mislijo, da brez težav govorim s kupci, kar preprosto ni res.
- Osredotoči se na učenje, ne na pič. Ne sprašuj kupcev, kaj hočejo.
- Meri, kaj počnejo.
- Drži se scenarija.
- Začni z ljudmi, ki jih poznaš.
- Rezultate zabeleži neposredno po intervjuju.

Preventivni napadi in drugi ugovori (ali zakaj ne potrebujem intervjujev s kupci)

- »Kupci ne vedo, kaj hočejo«
- »Govoriti z 20 ljudmi je statistično nepomembno«.
- Zanašam se samo na kvantitativne meritve«.
- »Sam sem svoj kupec in ni potrebno, da govorim z drugimi«.
- »Moj prijatelj meni, da je ideja odlična«.
- »Problem je očiten, zato ni potrebno, da ga testiram«

Kaj moraš izvedeti ?

- Pri intervjuju o problemu gre za potrditev domneve o paru »problem-segment kupcev«. V intervjuju o problemu se lotiš predvsem naslednjih tveganj:
- Tveganje produkta: kaj rešuješ? (problem) Kako kupci ocenjujejo tri največje probleme?
- Tveganje trga: kdo je konkurenca? (obstoječe alternative) Kako kupci trenutno rešujejo te probleme?
- Tveganje kupca: kdo ima tegobo? (segmenti kupcev) Ali gre za donosen segment kupcev

Nekaj povezav

- [\(748\) family tree project ideas – YouTube](#)
- [\(748\) dream smp family tree animation – YouTube](#)
- [\(748\) family tree video - YouTube](#)

Vsebina in predvideni rezultati TEME

11

Spoznali in razumeli bomo:

- dejavnosti potrebne za zaključni del projekta,
- dokumente za administrativno finančni del ter za oceno uspešnosti projekta.

Opravili bomo naslednje:

- pripravili preglednico za administrativno finančni del projekta,
- pripravili dokumente za oceno uspešnosti projekta.

Znamo, oziroma bomo znali:

- pripraviti dokumentacijo za zaključni del projekta,
- pripraviti zaključno poročilo za analizo in napotke za delo na prihodnjih projektih.

Vprašanja ob zaključku projekta

- So vsi cilji projekta doseženi?
- So naročniki zadovoljni z izvedbo projekta?
- So pripravljene vsi dogovori vezani na delo po zaključku projekta (npr. garancija, avtorske pravice,...)?
- Ostajajo kakšni pomisleki in če da, kateri?
- Česa smo se na projektu naučili?
- Kaj bi v prihodnje spremenili?
- Smo bili finančno učinkoviti?
- Kdaj bo smiselno izvedeno nadgraditi in/ali izboljšati?

Vaja 1

Preučite članek: **Kako projekt zaključim.**

[Kako projekt zaključim | Prava poteza Maribor \(prava-poteza.si\)](#)

- Zapišite, kaj iz članka boste lahko upoštevali pri zaključevanju svojih projektov.

Vaja 2

Preučite gradivo: **Zaključno poročilo in ugotavljanje uspešnosti projekta** in preverite, če ste še kaj pozabili pri pripravi zaključnih gradiv za vaš projekt.

<https://projekt35.si/?s=dokumentacija>

Preučite tudi gradivo: Dokumentiranje in predaja rezultatov in zapišite kaj še lahko uporabite za svoj projekt

O zaključevanju medijskih projektov povprašajte tudi UI.

Zaključne dejavnosti projekta

Med zaključne dejavnosti projekta sodijo:

- Predaja izdelka.
- Administrativni zaključek projekta.
- Finančni zaključek projekta.
- Ureditev dokumentacije.
- Analiza uspešnosti projekta.
- Kratko poročilo z analizo slabosti in prednosti, napotki za naslednje projekte.

Tabela za finančno - administrativni zaključek projekta

Naloga	Odgovorna oseba, podpis in datum
Plačilo vseh računov	
Finančno zaprtje projekta	
Analiza izvedbe, dokumentiranje dobre in slabe prakse	
Priprava zaključnega poročila	
Ocena naročnika	
Arhiviranje dokumentacije	
Zaključni sestanek, srečanje, razpustitev tima	

Tabela za vpis zaključnih del ob predaji izdelka

Naloga	Odgovorna oseba, podpis in datum
Testiranje izdelka in odprava napak	
Priprava dokumentacije, navodil za uporabo in vzdrževanje	
Dostava, predaja naročniku, potrditev naročnika, da je izdelek v redu	
Arhiviranje izdelka	
Izstavitev računa naročniku	
Usposabljanje uporabnikov (če je v pogodbi)	
Opredelitev po projektnih dejavnosti (garancija, vzdrževanje)	

Sodobni kriteriji za oceno uspeha projekta

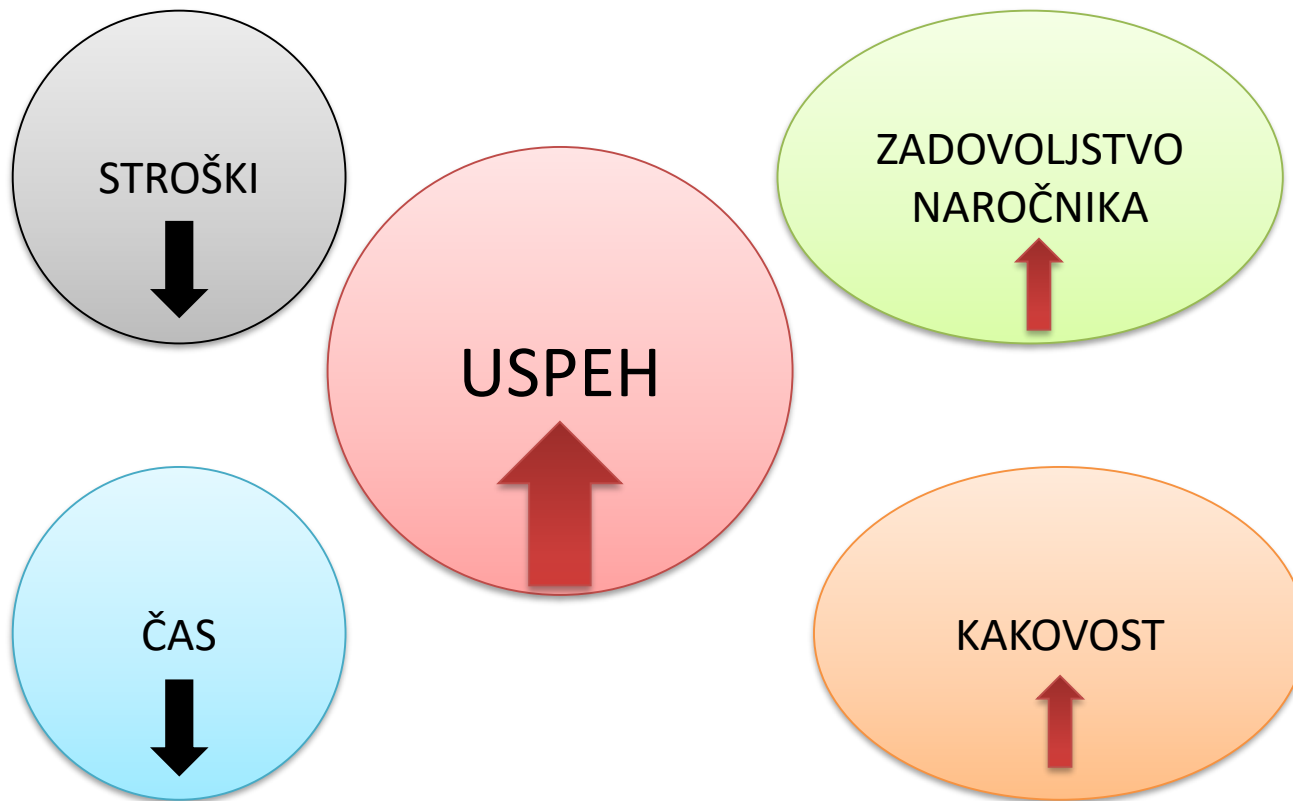


Tabela za oceno uspešnosti projekta

	Projektna dokumentacija	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
odlično (100 točk)						
zelo dobro (75 točk)						
dobro (50 točk)						
sprejemljivo (25 točk)						
slabo (0 točk)						

Za oceno odlično je potrebno povprečje vsaj 80 točk, za oceno zadovoljivo pa vsaj 60 točk. (Najmanj enako oceno mora podati naročnik)

Primer za oceno uspešnosti

Ob zaključku projekta Foto razstava izvajalec, Fotoklub AAA, pripravi oceno uspešnosti projekta. Zaradi nedorečenosti s prostorom z razstavo vzpostavitveni dokument ni vseboval vseh postavk, kar je povzročilo nekaj težav pri organizaciji. Kljub temu je bila razstava pripravljena v roku.

Primer za oceno uspešnosti

- Večina razstavljenih del je bila kakovostnih, nekaj težav je bilo pri osvetlitvi razstavnega prostora.
- Če bo klub dobil obljubljena sredstva za sofinanciranje projekta od občine, bo projekt zaključen brez izgube, ne bo pa ostalo sredstev za razvoj kluba.
- Občina in obiskovalci so bili z razstavo zelo zadovoljni in si želijo, da bi postala tradicionalna.

Ocena projekta je prikazana v preglednici.

Ocena uspešnosti projekta Foto razstava, s stališča izvajalca

	Vzpostavitevni dokument	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
odlično (100 točk)						100
zelo dobro (75 točk)		75	75	75		
dobro (50 točk)	50					
sprejemljivo (25 točk)					25	
slabo (0 točk)						

Rezultat: Skupaj 400 točk, povprečje 67 točk, kar pomeni, da je bil projekt uspešen, s stališča naročnika celo odličen, kar nam daje dobro izhodišče (reference) za delo naprej pri podobnih projektih.

Elementi formularja za oceno projekta

Predmet ocenjevanja	5	4	3	2	1
Splošna ocena projekta					
Kakovost izdelka					
Tržna zanimivost take vrste izdelkov					
Predstavitev projekta					
Kreativnost plakata					

5 odlično, 4 prav dobro, 3 dobro, 2 lahko bi bilo bolje, 1 bolj slabo.

V ustrezno polje naredite križec ali krog ali

Kaj bi priporočili avtorju da naredi drugače pri tem projektu in izdelku ?

Vaja 3

Pripravite podatke in načrtujte dejavnosti
ca boste lahko izpolnili preglednice za
finančno - administrativni zaključek,
zaključna dela in oceno uspešnosti za
projekta Priročnik in Družinsko drevo.

Tabela za oceno uspešnosti projekta

(izpolni izvajalec)

	Projektna dokumentacija	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
odlično (100 točk)						
zelo dobro (75 točk)						
dobro (50 točk)						
sprejemljivo (25 točk)						
slabo (0 točk)						

Za oceno odlično je potrebno povprečje vsaj 80 točk, za oceno zadovoljivo pa vsaj 60 točk. (Najmanj enako oceno mora podati naročnik)

Tabela za oceno uspešnosti projekta (izpolni naročnik)

	Projektna dokumentacija	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
odlično (100 točk)						
zelo dobro (75 točk)						
dobro (50 točk)						
sprejemljivo (25 točk)						
slabo (0 točk)						

Za oceno odlično je potrebno povprečje vsaj 80 točk, za oceno zadovoljivo pa vsaj 60 točk. (Najmanj enako oceno mora podati naročnik)

Vaja 4

- Pripravljajte projektno dokumentacije za projekt- Priročnik in za osebni projekt Družinsko drevo. (Obrazec je v moodle) – pregled in razlaga obrazca.
- Dokumentacijo boste predstavili na zadnjem srečanju in šele nato oddali v moodle.

Obvezno sprotno delo TEMA 11

- V moodle oddajte urejene vaje in naloge za TEMO 11.
- Preučite gradivo: Priprava in izvedba MM produkcije, str. 59 – 80.
- Pripravljajte projektno dokumentacije za oba projekta. (Obrazec je v moodle)
- Dokumentacijo boste predstavili na zadnjem srečanju in jo šele nato oddali v moodle.
- Zaključujte končni multimedijski izdelek Družinsko drevo (v materialni in elektronski obliki). Prikazali ga boste na zadnjem srečanju.

FAM NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE

TEMA 11 ZAKLJUČNE DEJAVNOSTI V PROJEKTU

Vaja 1

Preučite članek: Kako projekt zaključim.

[Kako projekt zaključim | Prava poteza Maribor \(prava-poteza.si\)](#)

- Zapišite, kaj iz članka boste lahko upoštevali pri zaključevanju svojih projektov.

Vaja 2

Preučite gradivo: **Zaključno poročilo in ugotavljanje uspešnosti projekta in preverite, če ste še kaj pozabili pri pripravi zaključnih gradiv za vaš projekt.**

<https://projekt35.si/?s=dokumentacija>

Preučite tudi gradivo: [Dokumentiranje in predaja rezultatov](#) in [zapišite kaj še lahko uporabite za svoj projekt](#)

O zaključevanju medijskih projektov povprašajte tudi UI.

Vaja 3

Pripravite podatke in načrtujte dejavnosti, ki boste lahko izpolnili preglednice za finančno - administrativni zaključek, zaključna dela in oceno uspešnosti za projekta Priročnik in Družinsko drevo.

Vaja 4

- Pripravljajte projektno dokumentacijo za projekt- Priročnik in za osebni projekt Družinsko drevo. (Obrazec je v moodle) – pregled in razlaga obrazca.
- Dokumentacijo boste predstavili na zadnjem srečanju in šele nato oddali v moodle.

Naloga

Preučite gradivo: Priprava in izvedba MM produkcije, str. 59 – 80.

Naloga

Pripravljajte projektno dokumentacijo za projekta Priročnik – in projekt Družinsko drevo. (Obrazec je v moodle)

Dokumentacijo boste predstavili na zadnjem srečanju in jo šele nato oddali v moodle.

Naloga

Zaključujte končni multimedijski izdelek Družinsko drevo (v materialni in elektronski obliki). Prikazali ga boste na zadnjem srečanju.

FAM

NAČRTOVANJE MEDIJSKE
PRODUKCIJE

TEMA 12 – Marketinški načrt, etika

Analiza sprotnega dela

- V glavnem so bile naloge v redu.
- Komunikacijski načrt mora biti zelo konkreten – kdaj, kako, s kom, zakaj.
- Napisati morate kaj je na ordinati v grafih.

Obvezno sprotno delo TEMA 11

- V moodle oddajte urejene vaje in naloge za TEMO 11.
- Preučite gradivo: Priprava in izvedba MM produkcije, str. 59 – 80.
- Pripravljajte projektno dokumentacije za oba projekta. (Obrazec je v moodle)
- Dokumentacijo boste predstavili na zadnjem srečanju in jo šele nato oddali v moodle.
- Zaključujte končni multimedijski izdelek Družinsko drevo (v materialni in elektronski obliki). Prikazali ga boste na zadnjem srečanju.

Vsebina in predvideni rezultati srečanja

Spoznali in razumeli bomo:

- Osnovne pojme in elemente marketinškega načrta in samopromocijske predstavitve
- izbor komunikacijskih kanalov in izvedbo marketinškega načrta prek medijev.
- pomen etike v oglaševanju.

Opravili bomo naslednje:

- pripravili marketinški načrt za svoj projekt,
- pripravili možnost za komuniciranje za ciljno skupino, prek družbenih omrežij in klasično,
- opredelili elemente, ki vsebujejo etične komponente.

Znamo, oziroma bomo znali:

- pripraviti marketinško strategijo in načrt,
- izbrati komunikacijske kanale in pripraviti izvedbo,
- upoštevati etične zahteve v projektih.

Zanimiv video

Izobraževanja – Popri Kako bodo kupci izvedeli
za nas.

Marketing koledar za leto 2023 (+ brezplačna
kopija) - Spletnik

- [SEO optimizacija bloga: vodič za 2023 – Spletnik](#)

Kako napisati članek, ki ga Google obožuje?

Kako ugotovite da potrebujete marketinški načrt ?

- Niste usmerjeni, manjka vam vizije, ciljev in ne spremljate uspešnosti svojih aktivnosti.
- Svojih kupcev ne poznate v zadostni meri.
- Vaši predlogi in ideje za udejstvovanje (engagement) niso dovolj močne.
- Vaše marketinške kampanje so slabo integrirane.
- S podvajanjem nalog in aktivnosti izgubljate čas in denar.
- Investicije v digitalne kanale, ki jih uporabljajo vaši kupci, niso zadostne.
- Niste dovolj agilni, da bi sledili ali narekovali trende.
- Niste dovolj organizirani, da bi sledili ali narekovali trende.
- Ne optimizirate.
- Nimate koherentne strategije ali načrta za digitalno transformacijo.

Vaja 1

Odgovorite na postavljena vprašanja glede enega vaših poslovnih projektov, z DA/NE in potem zapišite kratek komentar in potrebna ravnanja.

Vprašanje	DA/NE	Komentar in predlogi
Niste usmerjeni, manjka vam vizije, ciljev in ne spremljate uspešnosti svojih aktivnosti.		
Svojih kupcev ne poznate v zadostni meri.		
Vaši predlogi in ideje za udejstvovanje (engagement) niso dovolj močne.		
Vaše marketinške kampanje so slabo integrirane.		
S podvajanjem nalog in aktivnosti izgubljate čas in denar		
Investicije v digitalne kanale, ki jih uporabljajo vaši kupci, niso zadostne		
Niste dovolj agilni, da bi sledili ali narekovali trende		
Niste dovolj organizirani, da bi sledili ali narekovali trende		
Ne optimizirate		
Nimate koherentne strategije ali načrta za digitalno transformacijo		

Društvo za marketing Slovenije

Društvo za marketing Slovenije(<https://www.dmslo.si/zapis/marketinki-plan-in-marketinka-uinkovitost>) je vodilna organizacija na področju marketinga v Sloveniji.

Marketinški načrt

- V marketinškem načrtu natančno opišemo pot do uresničitve strategije ter doseganja ciljev.
- **Vizija > poslovna strategija > marketinška strategija > marketinški načrt > taktike > aktivnosti**

Marketinški načrt

Elementi marketinškega načrta (predvsem analiza okolja) se pojavijo že pri snovanju izdelka in so nato prisotni več časa poteka projekta.

Pri tem se je treba prilagajati stanju na trgu, v medijih in tudi končnim karakteristikam izdelka. Vsi ti parametri so med seboj povezani.

Konkretne marketinške aktivnosti (dogovori z mediji) pa lahko pričnemo, ko je projekt potrjen in poteka izvedba projekta ter vemo, da bo izdelek narejen.

Priprave marketinške strategije

Določitev konkretnih ciljev in ciljne publike

..... obiskovalcev, kupcev, uporabnikov,

..... poizvedovanj

..... naslovov

..... rezervacij

..... nakupov

Ciljna skupina:

- Čim bolj natančna določitev ciljne skupine

Vaja 2

Čim bolj natančno določite ciljno skupino za enega vaših poslovnih projektov. Poskusite določiti vsaj štiri podskupine.

Določite konkretne cilje – za posamezne ciljne podskupine

..... obiskovalcev, kupcev, uporabnikov,

..... poizvedovanj

..... naslovov

..... rezervacij

..... nakupov

dopišite še druge možnosti

Preverite kaj meni o vašem izboru UI.

Elementi marketinškega načrta

- Analiza poslovnega marketinškega okolja.
- Prednosti, slabosti, priložnosti in grožnje organizaciji, ki nastopa na trgu (SWOT ali P4).
- Merljivi poslovno marketinški cilji (obseg prodaje, doseganje dobička, tržnega deleža).
- Izvajanje poslovno marketinškega načrta.

Priprave na promocijo izdelka ali storitve v medijih

Izhodišča:

- Biti morate najboljši.
- Osredotočite se na obstoječe kupce in na njihove potrebe.
- Vzpostavite dober osebni odnos do kupcev.
- Upoštevajte tržne razmere in trende.
- Izkoristite tržne priložnosti.
- Spremljajte in obvladujte tržne nevarnosti in grožnje.

Priprave na promocijo izdelka ali storitve v medijih

Analiza:

Kakšno vrednost predstavlja izdelek za kupce ?

Katero korist ali potrebo zadovoljuje vaš izdelek ?

V čem je vaš izdelek drugačen, boljši od konkurenčnih ?

Kako je vaš izdelek možno izboljšati ?

Kako nagrajujete zvestobo kupcev ? (popusti, ugodnosti, ..)

Ali lahko objektivno merite zadovoljstvo kupcev ?

Vlaganje v digitalno oglaševanje poprečnega oglaševalca v Sloveniji v letu 2022

RAZPOREDITEV SREDSTEV V DIGITALNO OGLAŠEVANJE PO OBLIKAH 2022



*Indeks predstavlja razliko v primerjavi z letom 2021.

Vir: iPROM in Valtec, januar-april 2022

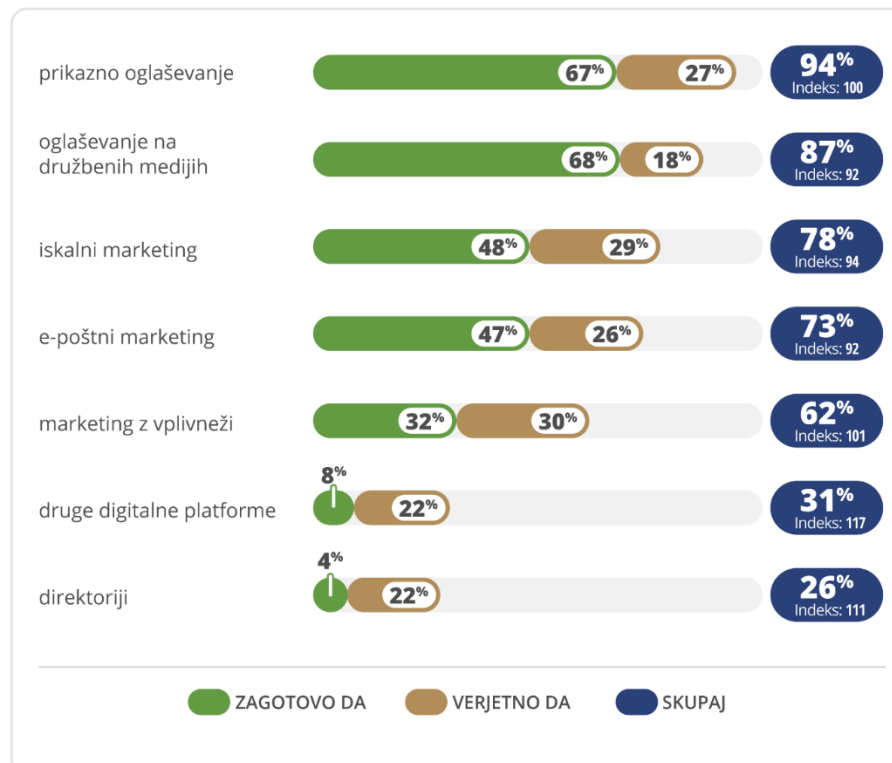
Naložbe v digitalno oglaševanje bodo v 2022 zrastle za 15 odstotkov - iPROM

Digitalno oglaševanje v Sloveniji

- Za digitalno oglaševanje se letno nameni v Sloveniji okrog 90 milijonov EUR (kar ostane v Sloveniji), od tega okrog 30 milijonov EUR za produkcijo oglasnih gradiv.
- Letno se vsota za digitalno oglaševanje poveča za okrog 15 %.
- Tretjina denarja se nameni za prikazno oglaševanje.

Oblike digitalnega oglaševanja- primerjava leta 2022 z letom 2021

OBLIKE DIGITALNEGA OGLAŠEVANJA V LETU 2022

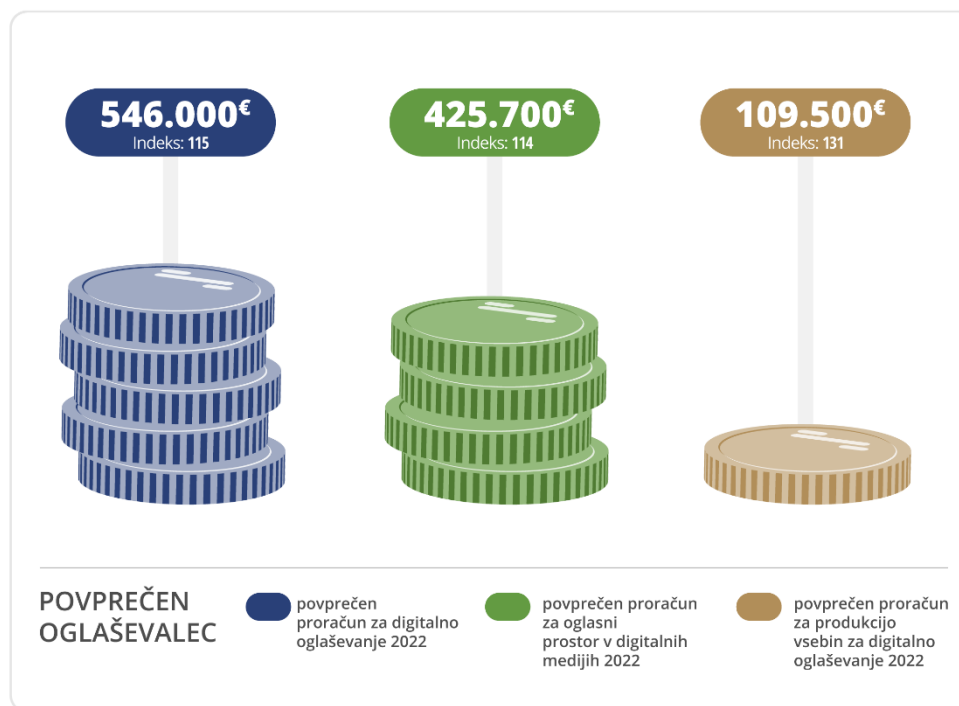


*Indeks predstavlja razliko v primerjavi z letom 2021.

Vir: iPROM in Valicon, januar-april 2022

Naložbe v digitalno oglaševanje 2022

NALOŽBE V DIGITALNO OGLAŠEVANJE V 2022 NA PODJETJE

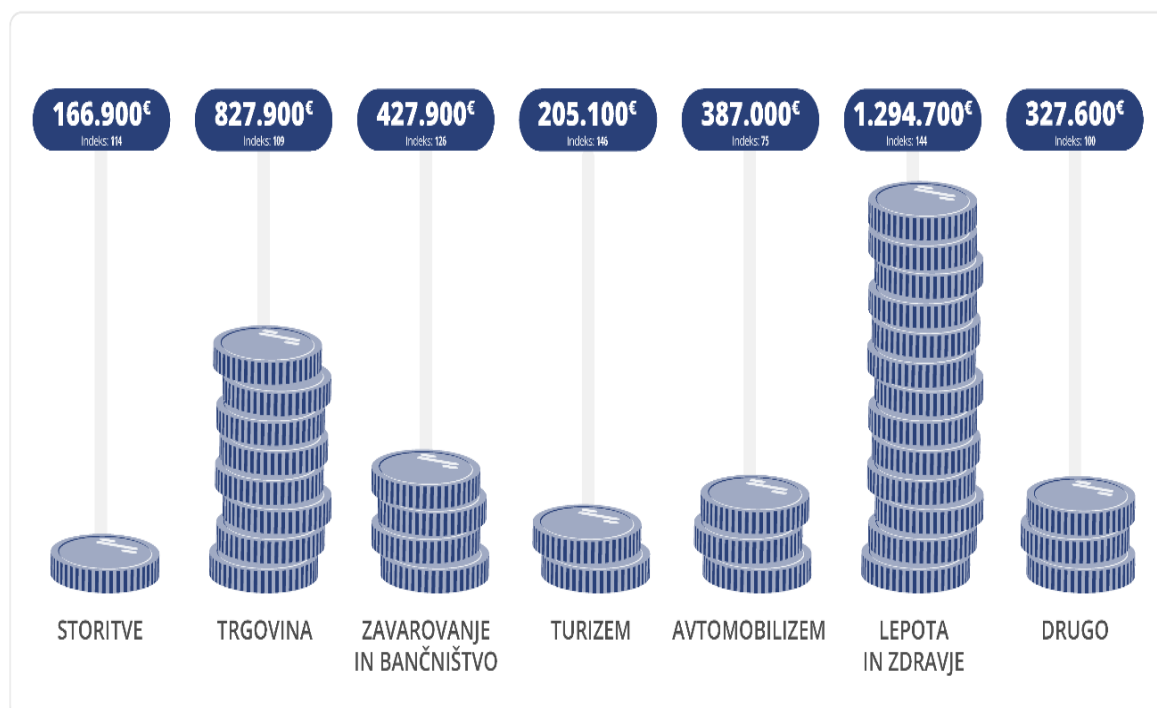


*Indeks predstavlja razliko v primerjavi z letom 2021.

Vir: iPROM in Valicon, januar-april 2022

Naložbe v digitalno oglaševanje po medijih

NALOŽBE V DIGITALNO OGLAŠEVANJE PO PANOGAH 2022

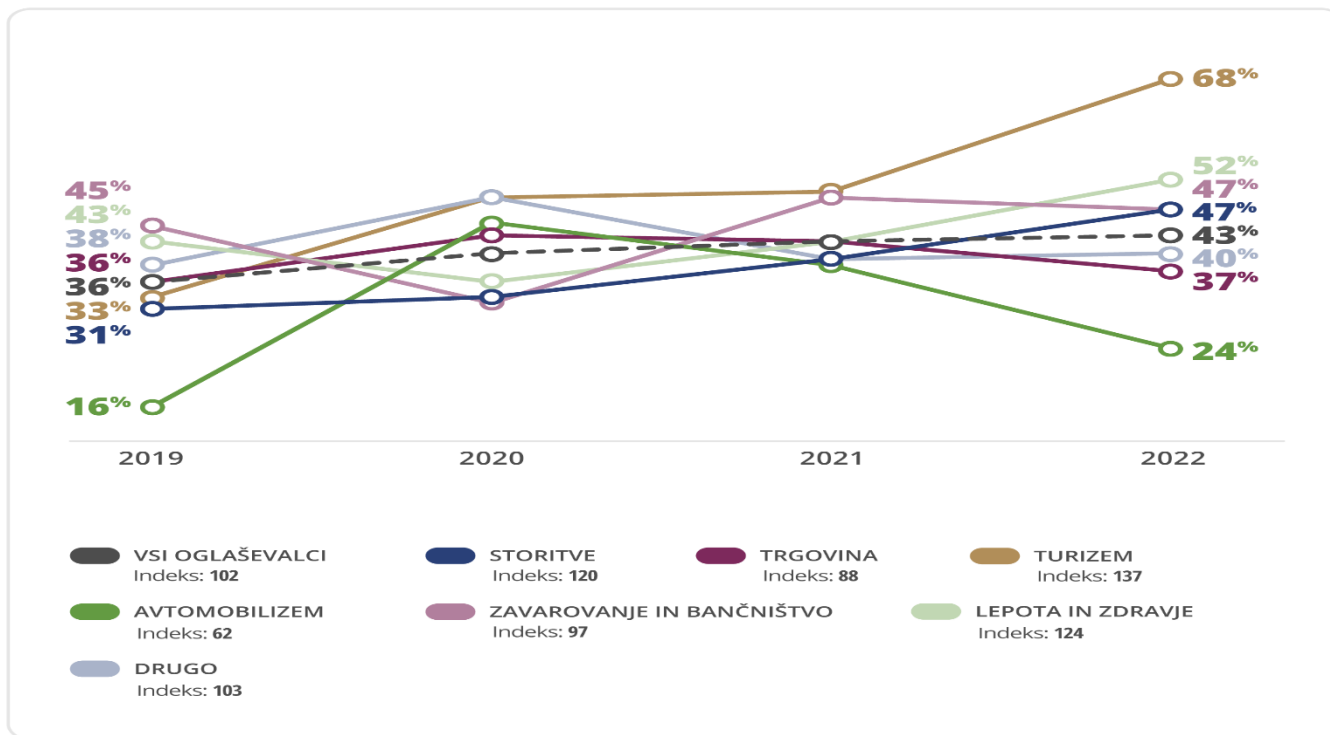


*Indeks predstavlja razliko v primerjavi z letom 2021.
Povprečen prihodek na digitalno oglaševanje po osebi v poslovanju v 2022.

Vir: IPROM.si, Volcas, januar–april 2022

Delež ki so ga oglaševalci namenili digitalnemu oglaševanju po letih

POVPREČEN **DELEŽ OGLAŠEVALSKEGA PRORAČUNA,**
NAMENJEN DIGITALNEMU OGLAŠEVANJU



*Indeks predstavlja razliko v primerjavi z letom 2021.

Vir: iPROM in Valicon, januar-april 2022

Izbor komunikacijskih kanalov

Spletna stran, aplikacija (naročila, ...), blog, vlog.

Družbena omrežja (FB, Instagram, LinkedIn, YT, ..)

Elektronska pošta

Prireditve

Plakati

Letaki

TV

Kinematografi

Radio

Časopisi, revije, priloge,

Vaja 3

Pripravite spisec komunikacijskih kanalov, ki jih boste uporabili pri vašem poslovnem projektu.

Kanale priredite glede na segment ciljne skupine. Podatke vstavite v preglednico.

Pri delu pridobite mnenje UI in z njeno pomočjo preverite končne predloge.

Št.	Ciljna skupina	Komunikacijski kanal	Način sodelovanja
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

Vaja 4

- Poglejte in uporabite marketinški načrt spletnika
- [Marketing koledar za leto 2024 \(+ brezplačna kopija\) - Spletnik.](#)

Zanimive povezave

<https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/kako-sestaviti-marketinski-nacrt>

<https://www.dmslo.si/zapis/kako-stratesko-nacrtovati>

Zanimivi videi

http://videolectures.net/mediamixer_nixon_mediamixing/

[https://www.ted.com/talks/sheena_iyengar_the_art_of_choosing?referrer=playlist-how we make choices](https://www.ted.com/talks/sheena_iyengar_the_art_of_choosing?referrer=playlist-how_we_make_choices)

Obvezno sprotno delo TEMA 12

V moodle oddajte urejene vaje in naloge za TEMO 12.

Preučite knjigo Delaj vitko, poglavje Meri ujemanje produkta in trga str. 157 in naprej.

Zapišite vsaj en predlog ali rešitev, ki ga boste lahko uporabili iz tega gradiva pri pripravi svoje dokumentacije.

Pripravite zaključno dokumentacijo in izdelke, ki jih boste predstavili na zadnjem srečanju.

Dokumentacijo boste oddali v moodle po zadnjem srečanju.

NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE

VAJE IZ TEME 12 MARKETINŠKI NAČRT

Vaja 1

Odgovorite na postavljena vprašanja glede enega vaših poslovnih projektov z DA/NE in potem zapišite kratek komentar in potrebna ravnanja.

Vprašanje	DA/NE	Komentar in predlogi
Niste usmerjeni, manjka vam vizije, ciljev in ne spremljate uspešnosti svojih aktivnosti.		
Svojih kupcev ne poznate v zadostni meri.		
Vaši predlogi in ideje za udejstvovanje (engagement) niso dovolj močne.		
Vaše marketinške kampanje so slabo integrirane.		
S podvajanjem nalog in aktivnosti izgubljate čas in denar		
Investicije v digitalne kanale, ki jih uporabljajo vaši kupci, niso zadostne		
Niste dovolj agilni, da bi sledili ali narekovali trende		
Niste dovolj organizirani, da bi sledili ali narekovali trende		
Ne optimizirate		
Nimate koherentne strategije ali načrta za digitalno transformacijo		

Vaja 2

Čim bolj natančno določite ciljno skupino za Čim bolj natančno določite ciljno skupino za enega vaših poslovnih projektov. Poskusite določiti vsaj štiri podskupine.

Določite konkretne cilje – za posamezne ciljne podskupine

..... obiskovalcev, kupcev, uporabnikov,

..... poizvedovanj

..... naslovov

.....rezervacij

.....nakupov

dopišite še druge možnosti

Preverite kaj meni o vašem izboru UI.

Vaja 3

Prpravite spisek komunikacijskih kanalov, ki jih boste uporabili pri vašem poslovnem projektu –

Kanale priredite glede na segment ciljne skupine. Podatke vstavite v preglednico.

Pri delu pridobite mnenje UI in z njeno pomočjo preverite končne predloge.

[illegible]

Vaja 4

- **Poglejte in uporabite marketinški načrt spletnika**
- [Marketing koledar za leto 2024 \(+ brezplačna kopija\) - Spletnik.](#)

Naloga

Preučite knjigo Delaj vitko, poglavje Meri ujemanje produkta in trga str. 157 in naprej.

Zapišite vsaj en predlog ali rešitev, ki ga boste lahko uporabili pri pripravi svoje dokumentacije.

Naloga

Pripravite zaključno dokumentacijo in izdelke, ki jih boste predstavili na zadnjem srečanju.
Dokumentacijo boste oddali v moodle po zadnjem srečanju.

Naloga

Rešite teste 36 do 40.

36. Na podlagi preučevanja knjige Delaj vitko zapišite pet stvari, ki ste jih lahko uporabili pri vaših projektih in kako!

Številka	Predlog, ukrep, ... iz knjige	Način uporabe
1		
2		
3		
4		
5		

37. Pri izvedbi projekta se lahko določene zadeve spremenijo. Naštejte vsaj pet možnosti in zapišite, kako lahko ukrepate ob določenih spremembah!

Številka	Možna sprememba v izvedbi	Opis ukrepanja, ko se pojavi sprememba
1		
2		
3		
4		
5		

38. Navedite vsaj tri razloge, ko se projekt lahko zaključi predčasno! Uporabite primer svojega projekta.

39. Kako lahko kontroliramo kakovost izvedbe in izdelka?

Kako ste jo spremljali pri svojem projektu?

40. Opišite dejavnosti in potrebno dokumentacijo ob zaključku projekta.

NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE

TEMA 13 Zaključne dejavnosti in
dokumenti projekta

Obvezno sprotno delo TEMA 12

V moodle oddajte urejene vaje in naloge za TEMO 12.

Preučite knjigo Delaj vitko, poglavje Meri ujemanje produkta in trga str. 157 in naprej.

Zapišite vsaj en predlog ali rešitev, ki ga boste lahko uporabili iz tega gradiva pri pripravi svoje dokumentacije.

Pripravite zaključno dokumentacijo in izdelke, ki jih boste predstavili na zadnjem srečanju.

Dokumentacijo boste oddali v moodle po zadnjem srečanju.

Vsebina in predvideni rezultati TEME

13

Spoznali in razumeli bomo:

- dejavnosti potrebne za zaključni del projekta,
- dokumente za administrativno finančni del ter za oceno uspešnosti projekta.

Opravili bomo naslednje:

- Predstavili izdelke in pripravili preglednico za administrativno finančni del projekta,
- pripravili dokumente za oceno uspešnosti projekta.

Znamo, oziroma bomo znali:

- pripraviti dokumentacijo za zaključni del projekta,
- pripraviti zaključno poročilo za analizo in napotke za delo na prihodnjih projektih.

Predstavitev in ocena projektnih izdelkov

A: Priročnik na temo – Načrtovanje

Predstavitev izdelka 10 minut

1. Namen, cilj, ciljna publika, marketinški načrt,
2. Prikaz dokumenta – Projektna dokumentacija nastanka Priročnika.
3. Predstavitev izdelka: Kazalo, struktura, vsebina, intervjuji, viri, ...

Sledijo vprašanja publike in predavatelja ter ocena izdelka in predstavitve.

Tabela za vpis zaključnih del ob predaji izdelka: Priročnik

Naloga	Odgovorna oseba, podpis in datum
Testiranje izdelka in odprava napak	
Priprava dokumentacije, navodil za uporabo in vzdrževanje	
Dostava, predaja naročniku, potrditev naročnika, da je izdelek v redu	
Arhiviranje izdelka	
Izstavitev računa naročniku	
Usposabljanje uporabnikov (če je v pogodbi)	
Opredelitev po projektnih dejavnosti (garancija, vzdrževanje)	

Tabela za finančno - administrativni zaključek projekta: Priročnik

Naloga	Odgovorna oseba, podpis in datum
Plačilo vseh računov	
Finančno zaprtje projekta	
Analiza izvedbe, dokumentiranje dobre in slabe prakse	
Priprava zaključnega poročila	
Ocena naročnika	
Arhiviranje dokumentacije	
Zaključni sestanek, srečanje, razpustitev tima	

Tabela za oceno uspešnosti projekta – Priročnik ... (izpolni izvajalec)

	Projektna dokumentacija	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
odlično (100 točk)						
zelo dobro (75 točk)						
dobro (50 točk)						
sprejemljivo (25 točk)						
slabo (0 točk)						

Za oceno odlično je potrebno povprečje vsaj 80 točk, za oceno zadovoljivo pa vsaj 60 točk. (Najmanj enako oceno mora podati naročnik)

Tabela za oceno uspešnosti projekta PRIROČNIK

(izpolni naročnik)

	Projektna dokumentacija	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
odlično (100 točk)						
zelo dobro (75 točk)						
dobro (50 točk)						
sprejemljivo (25 točk)						
slabo (0 točk)						

Za oceno odlično je potrebno povprečje vsaj 80 točk, za oceno zadovoljivo pa vsaj 60 točk. (Najmanj enako oceno mora podati naročnik)

Predstavitev in ocena projektnih izdelkov

B. Individualni izdelek:

Multimedijski izdelek Družinsko drevo.

Študent (ka) predstavi proces nastajanja in izdelek v 10 minutah. Sledijo vprašanja publike in predavatelja. Vsak(a) študent(ka) oceni vse kolege. Študent(ka) dobi ocene in priporočila kolegov in kolegic.

Predstavitev in ocena projektnih izdelkov

A: Multimedijski projekt Družinsko drevo

Predstavitev procesa nastajanja, raziskovalne naloge in izdelka 10 minut

1. Namen, cilj, ciljna publika, način distribucije in nadgradnje.
2. Predstavitev izdelka: materialna oblika, e. oblika, interaktivnost, tri zanimive zgodbe.
3. Prikaz poročila o raziskovalni nalogi DD, komentiranje rezultatov.

Sledijo vprašanja publike in predavatelja ter ocena izdelka in predstavitve.

Kriteriji za ocenjevanje MM izdelka:

Družinsko drevo

Kriteriji	0	1	2
Tehnika	Izdelek ima veliko manjših tehničnih napak ali večjo tehnično napako.	Izdelek ima nekaj manjših tehničnih napak.	Izdelek je tehnično brez napak.
Vsebina in oblika	Vsebina in oblika sta podpovprečni.	Vsebina in oblika sta povprečni.	Vsebina in oblika sta odlični.
Motivacija za ogled	Izdelek je dolgočasen, primeren je samo za določen del rodbine.	Izdelek je na trenutke zanimiv, na trenutke dolgočasen, v določeni meri zadovolji večino članov rodbine.	Izdelek lahko odlično zadovolji večino članov rodbine.
Intenzivnost doživetih emocij	Izdelek me pusti hladnega.	Izdelek na trenutke povzroči emocionalno vznburjenost.	Izdelek povzroči močno emocionalnost.
Prepričljivost	Na podlagi predstavitve avtorju ne bi dal izdelati družinskega drevesa za mojo rodbino.	Z določenimi spremembami bi lahko avtor pripravil družinsko drevo tudi za mojo rodbino.	Predstavitev me je popolnoma prepričala. Avtorju bi zaupal izdelavo družinskega drevesa za svojo rodbino.

Ocenjevalni list za multimedijski izdelek: Družinsko drevo

ŠTUDENT:

Kriteriji	Ocena (število točk) (0, 1, 2)
Tehnika	
Vsebina	
Motivacija za ogled	
Intenzivnost doživetih emocij	
Prepričljivost	
Skupaj	

Ocenjevalni list za multimedijски izdelek: Družinsko drevo

Vprašanje študentu(ki):

Zaključno sporočilo in priporočilo študentu(ki) (največ 30 besed).

Na podlagi poročila in priporočil študent(ka) lahko spremeni, dodela, nadgradi in s tem izboljša svoj predstavljeni izdelek.

Podatki ob zaključku raziskave

Interpretacija rezultatov Preverjanje veljavnosti napovedi	Se je zgodilo to, kar smo napovedali? Ali je rezultate mogoče splošiti? Ali rezultati potrjujejo hipotezo, ki smo jo preverjali z raziskavo?
(Samo)evalvacija	So rezultati v skladu z željami in pričakovanji? Kaj smo se naučili? Kaj vemo sedaj, česar prej nismo? Kaj nam je povzročalo težave pri izvedbi raziskave? Kaj bi lahko naredili drugače? Kaj bomo naredili drugače pri naslednji raziskavi?
Zaključno poročilo	Priprava zaključnega poročila, glavni povzetki tudi iz samoevalvacije.
Seznanimatev zainteresiranih	Poročila, članki, monografije, predavanja ...

Podatki ob zaključku raziskave

Zbiranje in obdelava podatkov ter priprava rezultatov

Katere podatke smo zbirali in kako?

Kako smo preverjali veljavnost rezultatov?

Kako je potekala obdelava podatkov?

Kako smo urejali in shranjevali dokumentacijo?

Kaj smo opazili, izmerili in ugotovili z raziskavo?

Smo dobili ustrezen odgovor na raziskovalno vprašanje?

Katere zaključke lahko oblikujemo in kako jih lahko utemeljimo s svojim teoretičnim znanjem?

Kako naj rezultate čim bolj nazorno predstavimo?

Kako poteka evalvacija rezultatov?

Tabela za vpis zaključnih del ob predaji izdelka - DD

Naloga	Odgovorna oseba, podpis in datum
Testiranje izdelka in odprava napak	
Priprava dokumentacije, navodil za uporabo in vzdrževanje	
Dostava, predaja naročniku, potrditev naročnika, da je izdelek v redu	
Arhiviranje izdelka	
Izstavitev računa naročniku	
Usposabljanje uporabnikov (če je v pogodbi)	
Opredelitev po projektnih dejavnosti (garancija, vzdrževanje)	

Tabela za finančno - administrativni zaključek projekta - DD

Naloga	Odgovorna oseba, podpis in datum
Plačilo vseh računov	
Finančno zaprtje projekta	
Analiza izvedbe, dokumentiranje dobre in slabe prakse	
Priprava zaključnega poročila	
Ocena naročnika	
Arhiviranje dokumentacije	
Zaključni sestanek, srečanje, razpustitev tima	

Tabela za oceno uspešnosti projekta

DD (izpolni izvajalec)

	Projektna dokumentacija	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
odlično (100 točk)						
zelo dobro (75 točk)						
dobro (50 točk)						
sprejemljivo (25 točk)						
slabo (0 točk)						

Za oceno odlično je potrebno povprečje vsaj 80 točk, za oceno zadovoljivo pa vsaj 60 točk. (Najmanj enako oceno mora podati naročnik)

Tabela za oceno uspešnosti projekta

DD (izpolni naročnik)

	Projektna dokumentacija	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
odlično (100 točk)						
zelo dobro (75 točk)						
dobro (50 točk)						
sprejemljivo (25 točk)						
slabo (0 točk)						

Za oceno odlično je potrebno povprečje vsaj 80 točk, za oceno zadovoljivo pa vsaj 60 točk. (Najmanj enako oceno mora podati naročnik)

Sprotno delo TEMA 13

- Oddajte urejeno vajo za TEMO 13.
- Naložite izdelke oz. povezave v moodle.
- V moodle oddajte urejeno dokumentacijo za projekt Priročnik Dodane morajo biti tudi priloge in na koncu ocenjena uspešnost projekta.
- V moodle oddajte urejeno dokumentacijo za osebni projekt in poročilo o raziskovalni nalogi – Družinsko drevo. Dodane morajo biti tudi priloge in na koncu ocenjena uspešnost projekta.
- Ocena za vajo 13 bo vpisana, ko bosta potrjena DD in Priročnik

PRIPRAVA NA IZPIT

- Preučite izpitna vprašanja.
- Na izpitu bo 10 vprašanj izmed izpitnih vprašanj, ki so v moodle.

NAČRTOVANJE MEDIJSKE PRODUKCIJE

VAJA TEMA 13 ZAKLJUČEK PROJEKTA, PREDSTAVITEV IZDELKOV

VAJE POTEKAJO PO PROGRAMU PREDSTAVITEV IZDELKOV

A: Priročnik na temo – Načrtovanje

.....

Predstavitev izdelka 10 minut

1. Namen, cilj, ciljna publika, marketinški načrt,
2. Prikaz dokumenta – Projektna dokumentacija nastanka Priročnika.
3. Predstavitev izdelka: Kazalo, struktura, vsebina, intervjuji, viri, ...

Sledijo vprašanja publike in predavatelja ter ocena izdelka in predstavitve.

Preglednica za finančno - administrativni zaključek projekta

PROJEKTNA DOKUMENTACIJA

Naziv projekta:

Vodja projekta (študent/ka):

Datum:,

Preglednica 1: PODATKI O PROJEKTU

PODATEK		OPIS
1. Osnovni podatki	Naročnik :	
	Naziv (naslov) projekta:	
	Oznaka (šifra) projekta:	
	Naziv in opis izdelka ali storitve:	

2. Namen in cilj projekta Ciljne skupine Področja uporabe izdelka ali storitve	Namen projekta	
	Cilji projekta (kratek opis izdelka):	
	Ciljne skupine:	
	Področja uporabe izdelka ali storitve:	
	Prihodek projekta (EUR):	
	Stroški projekta (EUR):	
4. Roki projekta	Začetek projekta:	
	Konec projekta:	
	Trajanje projekta:	
	Mejniki:	
5. Projektni tim Vloge, naloge in odgovornosti	Priimek in ime	Vloga, odgovornost
6. Ostalo (komentarji)		

2. NATANČEN OPIS PROJEKTA S TABELAMI IN SHEMAMI (priloge)

2.1. Opis vsebine (kratek povzetek) projekta (1500 do 2000 znakov brez presledka)

2.2. Preglednica dejavnosti (najmanj 10 dejavnosti)

Preglednica 2: Dejavnosti (po vrstnem redu postopkov)

Dejavnost	potrebno znanje (izvajalci)	potrebna oprema

2.3. Shema dejavnosti produkcije

3. TEHNIČNI DEL PROJEKTA

3.1. Opis posameznih dejavnosti s tehničnimi zahtevami projekta (po dejavnostih v tabeli 1.)

3.2. Opis izbranih tehnologij in opreme

4. Časovni roki projekta (časovnica, gantogram)

5. NAČRT KADROV PROJEKTA

Preglednica 3: načrt kadrov

[illegible]

6.1. Finančno ovrednotenje posameznih dejavnosti po virih (po preglednici 2.)

Preglednica 3: Potroški, cene in stroški po dejavnostih

[illegible]

6.2. Ocenjeni proračun projekta

7. VPLIV PROJEKTA NA OKOLJE

8. VPLIV PROJEKT NA ZDRAVJE

9. NAČRT TVEGANJ PROJEKTA

Preglednica 4: Načrt tveganj projekta (vsaj 5 tveganj)

Št.	Opis tveganja	Verjetnost pojava	Vpliv na potek	Ukrep za preprečitev	Ukrep v primeru da se tveganje uresniči

10. OSTALO

Ljubljana,

vodja projekta

Priloge:

- Predlog projekta.
- Specifikacija izdelka.
- Ocena izvedljivosti.

- Zaključni dokumenti.

Preglednica za vpis zaključnih del ob predaji izdelka: Priročnik

Naloga	Odgovorna oseba	Datum	Podpis odgovorne osebe	Opombe
Testiranje izdelka in odprava napak				
Priprava dokumentacije, navodil za uporabo in vzdrževanje				
Dostava, predaja naročniku, potrditev naročnika, da je izdelek v redu				
Arhiviranje izdelka				
Izstavitev računa naročniku				

Preglednica za finančno - administrativni zaključek projekta: Priročnik

.....

Naloga	Odgovorna oseba	Datum	Podpis odgovorne osebe	Opombe
Plačilo vseh računov				
Finančno zaprtje projekta				
Analiza izvedbe, dokumentiranje dobre in slabe prakse				
Priprava zaključnega poročila				
Ocena naročnika				
Arhiviranje dokumentacije				
Zaključni sestanek, srečanje, razpustitev tima				

Lastna ocena uspešnosti projekta Priročnik

	Dokumentacija	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
Odlično (100 točk)						

Zelo dobro (75 točk)						
Dobro (50 točk)						
Sprejemljivo (25 točk)						
Slabo (0 točk)						

Ocena naročnika uspešnosti projekta Priročnik.....

	Dokumentacija	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
Odlično (100 točk)						
Zelo dobro (75 točk)						
Dobro (50 točk)						
Sprejemljivo (25 točk)						
Slabo (0 točk)						

Rezultat: Povpreček vseh ocen nam da končno oceno projekta.

Za zelo uspešen projekt mora biti povprečna ocena večja kot 80 točk (in ocena naročnika vsaj 80), za uspešen projekt mora biti povprečna ocena večja od 70 (in ocena naročnika vsaj 80).
Za oceno zadovoljivo mora biti povprečna ocena večja kot 60 (in ocena naročnika vsaj 60).

B. Individualni izdelek:

Multimedijski izdelek Družinsko drevo.

Študent (ka) predstavi proces nastajanja in izdelek v 10 minutah. Sledijo vprašanja publike in predavatelja. Vsak(a) študent(ka) oceni vse kolege. Študent(ka) dobi ocene in priporočila kolegov in kolegic.

A: Multimedijski projekt Družinsko drevo

Predstavitev procesa nastajanja, raziskovalne naloge in izdelka 10 minut

1. Namen, cilj, ciljna publika, način distribucije in nadgradnje.

2. Predstavitev izdelka: materialna oblika, e. oblika, interaktivnost, tri zanimive zgodbe.

3. Prikaz poročila o raziskovalni nalogi DD, komentiranje rezultatov.

Sledijo vprašanja publike in predavatelja ter ocena izdelka in predstavitve.

Izpolnite preglednico za vpis zaključnih del ob predaji izdelka in preglednico za finančno - administrativni zaključek projekta za svoj projekt multimedijsko Družinsko drevo.

Preglednica za vpis zaključnih del ob predaji izdelka

Naloga	Odgovorna oseba	Datum	Podpis odgovorne osebe	Opombe
Testiranje izdelka in odprava napak				
Priprava dokumentacije, navodil za uporabo in vzdrževanje				
Dostava, predaja naročniku, potrditev naročnika, da je izdelek v redu				
Arhiviranje izdelka				
Izstavitve računa naročniku				
Usposabljanje uporabnikov (če je v pogodbi)				
Opredelitev poprojektnih dejavnosti (garancija, vzdrževanje)				

Preglednica za finančno - administrativni zaključek projekta

Naloga	Odgovorna oseba	Datum	Podpis odgovorne osebe	Opombe
Plačilo vseh računov				
Finančno zaprtje projekta				
Analiza izvedbe, dokumentiranje dobre in slabe prakse				
Priprava zaključnega poročila				
Ocena naročnika				
Arhiviranje dokumentacije				

Zaključni sestanek, srečanje, razpustitev tima				
--	--	--	--	--

DOKUMENT O RAZISKAVI DRUŽINSKO DREVO

Opomba: Vse podatke ste že vpisali v prejšnjih vajah, ob zaključku vpišite samo rubrike z rdečo barvo in naloge ob koncu dokumenta.

NASLOV:

Faza	Naloge
Opredelitev raziskovalne tematike, postavitev raziskovalnega vprašanja	Kaj nas zanima in zakaj? Kaj želimo ugotoviti, preveriti ali raziskati? Raziskovalno vprašanje je: Katera nova vprašanja, ideje ... se nam pri tem porajajo?
Pregled predznanja in izkušenj ter novih virov	Kaj že vemo o tem, kar raziskujemo? Katera znanja lahko pri tem uporabimo? Katera znanja/informacije še potrebujemo, preden začnemo z raziskavo? Kakšne izkušnje imamo iz predhodnih raziskav?
Opredelitev predvidevanj in pričakovanj, določitev namena in ciljev in če uporabljamo hipoteze, tudi za določene trditve, ki jih potrjujemo ali ovržemo.	Zakaj bomo izvedli raziskavo? Kako bomo raziskovali? Kaj menimo, da se bo zgodilo in zakaj? Kakšne rezultate predvidevamo? Kakšne cilje želimo doseči? Na osnovi česa pričakujemo takšne rezultate? Kakšne so naše hipoteze? - -
Opredelitev in kontrola spremenljivk	Katere spremenljivke vplivajo na pojav/problem, ki ga raziskujemo?
Katere metode in orodja bomo uporabili?	Kaj mora biti ves čas enako in kaj bomo spreminjali? Katere spremenljivke je treba kontrolirati in kako? Katere metode in orodja so najbolj primerni za raziskavo?

Načrtovanje priprave in izvedbe raziskave	Kje in kako bomo dobili potrebne podatke? Kakšen bo potek načrtovanja in postopek izvedbe raziskave? Kaj bomo potrebovali za izvedbo raziskave (kadri, prostori, oprema, finance)? Katera so tveganja in vplivi na okolje in ljudi? Kakšen bo časovni potek raziskave?
Izvedba raziskave	Opis posameznih izvedbenih dejavnosti - - - -
Zbiranje in obdelava podatkov ter priprava rezultatov	Katere podatke bomo zbirali in kako? Kako bomo preverjali veljavnost rezultatov? Kako bo poteka obdelava podatkov? Kako bomo urejali in shranjevali dokumentacijo? Kaj smo opazili, izmerili in ugotovili z raziskavo? Smo dobili ustrezen odgovor na raziskovalno vprašanje? Katere zaključke lahko oblikujemo in kako jih lahko utemeljimo s svojim teoretičnim znanjem? Kako naj rezultate čim bolj nazorno predstavimo? Kako poteka evalvacija rezultatov?
Interpretacija rezultatov Preverjanje veljavnosti napovedi	Se je zgodilo to, kar smo napovedali? Ali je rezultate mogoče posplošiti? Ali rezultati potrjujejo hipotezo, ki smo jo preverjali z raziskavo?
(Samo)evalvacija	So rezultati v skladu z željami in pričakovanji? Kaj smo se naučili? Kaj vemo sedaj, česar prej nismo? Kaj nam je povzročalo težave pri izvedbi raziskave?

	Kaj bi lahko naredili drugače?
	Kaj bomo naredili drugače pri naslednji raziskavi?
Zaključno poročilo	Priprava zaključnega poročila, glavni povzetki tudi iz samoevalvacije.
Seznanitev zainteresiranih	Poročila, članki, monografije, predavanja ...

Nekateri statistični podatki iz družinskega drevesa

Izračunajte

- Izračunajte povprečno starost vseh članov, ki so prikazani v družinskem drevesu. Za pokojne zapišite starost ob smrti.
- Iz podatkov o starosti vseh še živih članov, ki so v družinskem drevesu, ugotovite in zapišite modus, mediano in aritmetično sredino, varianco in standardni odklon.

Grafično prikažite

- Izobrazbeno strukturo vseh živih članov družine, ki so v družinskem drevesu (graf).
- Starostno strukturo živih članov družine, ki so v družinskem drevesu (diagram s stolpci).
- Bivanje živih članov po slovenskih regijah (frekvenčni kolač).
-

Izpolnite preglednice za svoj projekt Družinsko drevo.

Lastna ocena uspešnosti projekta Družinsko drevo.

	Dokumentacija	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
Odlično (100 točk)						
Zelo dobro (75 točk)						
Dobro (50 točk)						
Sprejemljivo (25 točk)						
Slabo (0 točk)						

Ocena naročnika uspešnosti projekta Družinsko drevo.

	Dokumentacija	Organizacija projekta	Roki	Izdelek	Finančni učinek projekta	Zadovoljstvo naročnika
Odlično (100 točk)						
Zelo dobro (75 točk)						
Dobro (50 točk)						
Sprejemljivo (25 točk)						
Slabo (0 točk)						

Rezultat: Povpreček vseh ocen nam da končno oceno projekta.

Za zelo uspešen projekt mora biti povprečna ocena večja kot 80 točk (in ocena naročnika vsaj 80), za uspešen projekt mora biti povprečna ocena večja od 70 (in ocena naročnika vsaj 80). Za oceno zadovoljivo mora biti povprečna ocena večja kot 60 (in ocena naročnika vsaj 60).

Naloga

Naložite izdelke oz. povezave v moodle.

Naloga

Preučite izpitna vprašanja.

Na izpitu bo 10 vprašanj izmed izpitnih vprašanj, ki so v moodle. Izpit se piše v živo, saj se le na ta način lahko zagotovi kredibilnost ocen in enakopravnost med študenti. Če kdo meni drugače, naj naredi drugače.

Predmet: Načrtovanje medijske produkcije

Vprašanja za pisni izpit

1. Kaj so mediji po zakonu o medijih in kaj niso mediji po zakonu o medijih? Ker ste analizirali obstoječi zakon o medijih zapišite, kaj bi bilo potrebno po vašem mnenju v njem spremeniti.

2. Naštejte in po uporabnosti (1 – najmanj in 3 najbolj) razvrstite tri najuporabnejše medije na svojem izbirnem področju.

Knjige	Slovenske revije (papirnat in spletne)	Tuje revije (papirnat in spletne)	Slovenski portali, blogi, vlogi, tutoriali	Tuji portali, blogi, vlogi, tutoriali	Strokovna srečanja, kongresi, konference	Festivali
1						
2						
3						

3. Naštejte pet področij multimedijske produkcije, kjer se uporabljajo izdelki ali storitve z vašega ožjega področja.

Št.	Področje multimedijske produkcije, kjer se uporabljajo izdelki ali storitve z vašega ožjega področja. Navedite pri vsaki izbiri vsaj en izdelek.
1	
2	
3	
4	
5	

4. Zapišite pet največjih organizacij z vašega področja multimedijske produkcije (.....), ki so uveljavljene na globalnem trgu, in pet največjih slovenskih organizacij.

Št.	Pet največjih organizacij s področja, ki so uveljavljene na globalnem trgu	Pet največjih organizacij s področja, ki so uveljavljene na slovenskem trgu
1		
2		
3		
4		
5		

5. Zapišite pet različnih tipičnih izdelkov z vašega področja multimedijske produkcije in najдите za vsak tipičen izdelek konkreten primer na globalnem trgu (uveljavljen v večini sveta) in na lokalnem trgu (v Sloveniji).

Št.	Izdelek	Konkreten izdelek uveljavljen na globalnem trgu	Konkreten izdelek uveljavljen na lokalnem trgu
1			
2			
3			
4			
5			

6. Kako komentirate trditev: sodobni trg zahtev stalno dostopnost in visoko kakovost ter „pametno“ ravnanje izdelkov, storitev, dogodkov ipd.

Kako boste vi upoštevali to pri svojem izdelku ?

7. Naštejte pet slabosti globalizacije multimedijske produkcije.

Št.	Slabost in posledice.
1	
2	
3	
4	
5	

Pojasnite, kako je s slovenskim jezikom v tem procesu !

8. Poskušajte odgovoriti na vprašanja o TV oddaji – izberite sami.....

Vprašanje	Odgovor
Kakšen je namen te oddaje ? Zakaj jo producirajo ?	
Kakšna se vam zdi organizacija izvedbe ?	
Kateri so konkretni cilji te oddaje ? Naštete vsaj tri, od tega se mora vsaj eden nanašati na nastopajoče !	
Kateri elementi oddaje so privlačni ?	
Kateri elementi oddaje so moteči ?	
Katere sponzorske oznake ste opazili v sami oddaji ? (ne med odmori)	
Kaj bi spremenili, če bi bili Vi scenarist(ka) te oddaje ?	

--	--

9. Razložite metodo DO IT– kako poteka delo z njo, zakaj je primerna in kdaj ne.

Uporabnost ponazorite s konkretnim primerom iz vašega delovanja.

10. Opišite metodo SCAMPER in pojasnite njeno uporabnost pri iskanju različnih rešitev. Poskusite z uporabo za drug namen in z uporabo drugih materialov, narediti nov izdelek (npr. iz otroške knjige).

11. Naštejte pet, po vašem mnenju najbolj učinkovitih načinov iskanja idej pri potencialnih kupcih. Izbiro utemeljite.

Način iskanja idej pri potencialnih kupcih	Utemeljitev izbire

12. Po metodi šest univerzalnih vprašanj opredelite ustvarjanje nove

Vprašanje	Odgovor - opredelitev

13. Zapišite pet možnosti, ko lahko iz obstoječega izdelka naredimo nov ali vsaj drugačen izdelek. Za vsak primer navedite konkreten izdelek z vašega področja.

Št.	Obstoječi izdelek	Način spremembe	Primer konkretnega izdelka
1			
2			
3			
4			
5			

14. Razložite citat iz knjige Delaj vitko: *Življenje je prekratko, da bi ustvarjali nekaj, česar nihče noče (ali česar ne želi dovolj ljudi).*

Ali kaj od tega upoštevate v svojem življenju in kako ?

15. Predstavite postopek priprave svojega multimedijskega projekta: Družinsko drevo!

Katero glavno raziskovalno vprašanje ste si zastavili ?

16. Zakaj so v medijski produkciji pomembne zgodbe ?

Kje in kako zgodbe lahko predstavimo na trgu ?

17. Napišite pet elementov, ki so potrebni za dobro zgodbo. Elemente razložite na zgodbi o (.....)

Element	Primer elementa iz zgodbe o

18. Opišite in utemeljite kdaj uporabljamo za anketiranje vprašanja odprtega (zaprtega) tipa in napišite pet odprtih (zaprtyh) anketnih vprašanj, ki bi jih zastavili obiskovalcem, kupcem, uporabnikom

Št.	Odprto (zaprto) vprašanje za
1	
2	
3	
4	
5	

19. Napišite v katerih primerih bi uporabili za določeno barvo kot prevladujočo.

Prevladujoča barva	Izdelek	Ciljna publika
Zlata		

Rjava		
Zelena		
Rdeča		
Modra		

20. Napišite pet izdelkov z vašega področja multimedijske produkcije in zapišite, katere višje človekove potrebe lahko zadovoljuje posamezni izdelek.

Št.	Izdelek s področja	Izdelek lahko zadovoljuje naslednje višje človekove potrebe
1		
2		
3		
4		
5		

21. Naštejte pet primerov, ko sodobne multimedijske naprave in tehnologije pomagajo ljudem, ki imajo probleme z vidom in sluhom!

Naprava, tehnologija	Princip delovanja – kako pomaga.

22. Razložite tri primere interaktivnosti (različnega tipa), ki ste zagotovili v svojem projektu:
Družinsko multimedijsko drevo

Tip interaktivnosti	Kako je interaktivnost tehnično vključena v projekt ?

23. Komentirajte spodnjo trditev in napišite pet koristi, ki jih ima lahko organizacija poleg finančnih.

Praviloma izberemo tiste projekte, ki nam lahko prinesejo največ koristi, seveda pa morajo biti tudi izvedljivi. Koristi niso nujno samo finančne, so pa za poslovne projekte ključne.

Št.	Koristi, ki jih ima lahko organizacija, poleg finančnih, pri določenem projektu.
1	
2	
3	
4	
5	

24. Kakšen dokument je predlog projekta in kakšen je njegov namen?

V preglednico vpišite 5 podatkov, ki so najbolj pomembni za predlog projekta za vaše multimedijško družinsko drevo.

Št.	Podatek za predlog projekta
1	
2	
3	
4	
5	

25. Zakaj pri specifikaciji izdelka praviloma zahtevamo, da ponudnik opiše in analizira pet podobnih izdelkov (od tega vsaj dva tuja). Kako ta analiza vpliva na varnost glede avtorstva oziroma možnosti plagiatorstva? Razložite in utemeljite na primeru svojega izdelka

26. Zapišite deset podatkov, ki so najbolj pomembni za natančni opis in specifikacijo izdelka z vašega področja multimedijske produkcije.

Št.	Podatek pomemben za specifikacijo izdelka na izbranem področju multimedijske produkcije
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

27. Zapišite pet najpomembnejših ukrepov, s katerimi lahko izboljšate obstoječo organizacijsko projektno kulturo pri vašem delu. Konkretno predloge poiščite tudi v članku.

Št.	Ukrep za izboljšanje organizacijske projektne kulture pri delu
1	
2	
3	
4	
5	

27. Napišite deset najbolj pomembnih dejavnosti za multimedijko produkcijo na vašem področju.

Št.	Dejavnosti za multimedijko produkcijo po logičnem vrstnem redu na področju
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

28. Kaj je shema dejavnosti produkcijskega procesa in kako se pripravi?

Skicirajte shemo dejavnosti za svoj projekt: Multimedijko družinsko drevo.

Na katere izzive ste naleteli pri pripravi sheme za svoj projekt?

29. Kako izračunamo stroške prostora in opreme?

Navedite tri primere za prostor (na prostem v naravi, v studiu, na javnem mestu) in tri različne kose opreme, ki ste jo rabili pri vašem projektu: Multimedijko družinsko drevo.

Prostor	Strošek

Oprema	Strošek

30. Naštejte tri najpomembnejša tveganja pri kadrih in zapišite kaj lahko storite (preventiva), da se tveganja ne bodo uresničila!

Kadrovsko tveganje	Preventivni ukrepi

Prikažite tri najbolj pomembna tveganja na primeru lastnega projekta: Multimedijско družinsko drevo in preventivne ukrepe.

Št.	Tveganje	Ukrepi, da se dogodki ne bi zgodili (preventiva)
1		
2		
3		

31. Kaj so vplivneži projekta in zakaj so lahko ključni za izvedbo projekta? Navedite tri ključne vplivneže svojega projekta in zapišite, kako ste jih obravnavali pri svojem osebnem projektu.

Vplivnež	Način obravnave pri osebnem projektu

32. Zapišite pozitivne vplive izvedbe določenega projekta na ljudi in okolje! Razložite na primeru

Št.	Pozitivni vplivi na ljudi	Pozitivni vplivi na okolje
1		
2		
3		
4		
5		

33. Zapišite in razložite negativne vplive izvedbe in izdelkov določenega projekta na ljudi in okolje za primer!

Št.	Negativni vplivi na ljudi	Negativni vplivi na okolje
1		
2		
3		
4		
5		

34. Kdaj in zakaj opravimo SWOT analizo in kaj lahko z njo ugotovimo?

Kakšna je razlika med SWOT in 4xP analizo ?

35. Naštejte pet možnih nevarnosti podjetja, ki se ukvarja z multimedijско produkcijo na področju!

Št.	Nevarnost
1	
2	
3	
4	
5	

36. Na podlagi preučevanja knjige Delaj vitko zapišite pet stvari, ki ste jih lahko uporabili pri vaših projektih in kako!

Številka	Predlog, ukrep, ... iz knjige	Način uporabe
1		
2		
3		
4		
5		

37. Pri izvedbi projekta se lahko določene zadeve spremenijo. Naštejte vsaj pet možnosti in zapišite, kako lahko ukrepate ob določenih spremembah!

Številka	Možna sprememba v izvedbi	Opis ukrepanja, ko se pojavi sprememba
1		
2		

3		
4		
5		

38. Navedite vsaj tri razloge, ko se projekt lahko zaključi predčasno! Uporabite primer svojega projekta.

39. Kako lahko kontroliramo kakovost izvedbe in izdelka?

Kako ste jo spremljali pri svojem projektu?

40. Opišite dejavnosti in potrebno dokumentacijo ob zaključku projekta.

OCENJEVANI ŠTUDENT/KA:

Kriteriji za ocenjevanje multimedijskega izdelka: **Družinsko drevo.**

Število točk

Kriteriji	0	1	2
Tehnika	Izdelek ima veliko manjših tehničnih napak ali večjo tehnično napako.	Izdelek ima nekaj manjših tehničnih napak.	Izdelek je tehnično brez napak.
Vsebina in oblika	Vsebina in oblika sta podpovprečni.	Vsebina in oblika sta povprečni.	Vsebina in oblika sta odlični.
Motivacija za ogled	Izdelek je dolgočasen, primeren je samo za določen del rodbine.	Izdelek je na trenutke zanimiv, na trenutke dolgočasen, v določeni meri zadovolji večino članov rodbine.	Izdelek lahko odlično zadovolji večino članov rodbine.
Intenzivnost doživetih emocij	Izdelek me pusti hladnega.	Izdelek na trenutke povzroči emocionalno vznburjenost.	Izdelek povzroči močno emocionalnost.
Prepričljivost	Na podlagi predstavitve avtorju ne bi dal izdelati družinskega drevesa za mojo rodbino.	Z določenimi spremembami bi lahko avtor pripravil družinsko drevo tudi za mojo rodbino.	Predstavitev me je popolnoma prepričala. Avtorju bi zaupal izdelavo družinskega drevesa za svojo rodbino.

Kriteriji	Ocena (število točk) (0, 1, 2)
Tehnika	
Vsebina in oblika	
Motivacija za ogled	
Intenzivnost doživetih emocij	
Prepričljivost	
Skupaj	

Št.	Vprašanje študentu/ki
1	

Zaključno sporočilo študentu/ki (največ 30 besed)

Na podlagi ocen in priporočil študent(ka) lahko izboljša svoj izdelek.

OCENJEVANI ŠTUDENT/KA:

Kriteriji za ocenjevanje **Priročnika**

Število točk

Kriteriji	0	1	2
Tehnika	Izdelek ima veliko manjših tehničnih napak ali večjo tehnično napako.	Izdelek ima nekaj manjših tehničnih napak.	Izdelek je tehnično brez napak.
Vsebina	Vsebina je podpovprečna.	Vsebina je povprečna.	Vsebina je odlična
Oblikovanje	Oblikovanje je podpovprečno.	Oblikovanje je povprečno.	Oblikovanje je odlično.
Viri	Skromni	Zadovoljivi	Zelo dobri
Prepričljivost	Na podlagi predstavitve in izdelka avtorju ne bi dal izdelati Priročnika za mojo firmo.	Z določenimi izboljšavami bi lahko avtor pripravil Priročnika za mojo firmo.	Predstavitve me je popolnoma prepričala. Avtorju bi zaupal izdelavo Priročnika za mojo firmo.

Kriteriji	Ocena (število točk) (0, 1, 2)
Tehnika	
Vsebina	
Oblikovanje	
Viri	
Prepričljivost	
Skupaj	

Št.	Vprašanje študentu
1	

Zaključno sporočilo študentu/ki (največ 30 besed)

--

Na podlagi ocen in priporočil študent(ka) lahko izboljša svoj izdelek.

Predstavitev in ocena projektnih izdelkov

A. Individualni izdelek:

Multimedijski izdelek Družinsko drevo.

Študent (ka) predstavi izdelek v 3 minutah. Sledijo vprašanja publike. Vsak(a) študent(ka) oceni vse kolege. Študent(ka) dobi ocene in priporočila kolegov in kolegic.

B. Skupinski izdelek:

Aplikacija na spletu.

Predstavitev izdelka 3 minute. Sledijo vprašanja publike in predavatelja.

Kriteriji za ocenjevanje MM izdelka:

Družinsko drevo

Kriteriji	0	1	2
Tehnika	Izdelek ima veliko manjših tehničnih napak ali večjo tehnično napako.	Izdelek ima nekaj manjših tehničnih napak.	Izdelek je tehnično brez napak.
Vsebina in oblika	Vsebina in oblika sta podpovprečni.	Vsebina in oblika sta povprečni.	Vsebina in oblika sta odlični.
Motivacija za ogled	Izdelek je dolgočasen, primeren je samo za določen del rodbine.	Izdelek je na trenutke zanimiv, na trenutke dolgočasen, v določeni meri zadovolji večino članov rodbine.	Izdelek lahko odlično zadovolji večino članov rodbine.
Intenzivnost doživetih emocij	Izdelek me pusti hladnega.	Izdelek na trenutke povzroči emocionalno vznburjenost.	Izdelek povzroči močno emocionalnost.
Prepričljivost	Na podlagi predstavitve avtorju ne bi dal izdelati družinskega drevesa za mojo rodbino.	Z določenimi spremembami bi lahko avtor pripravil družinsko drevo tudi za mojo rodbino.	Predstavitev me je popolnoma prepričala. Avtorju bi zaupal izdelavo družinskega drevesa za svojo rodbino.

Ocenjevalni list za multimedijski izdelek: Družinsko drevo

ŠTUDENT:

Kriteriji	Ocena (število točk) (0, 1, 2)
Tehnika	
Vsebina	
Motivacija za ogled	
Intenzivnost doživetih emocij	
Prepričljivost	
Skupaj	

Ocenjevalni list za multimedijski izdelek: Družinsko drevo

Vprašanje študentu(ki):

Zaključno sporočilo in priporočilo študentu(ki) (največ 30 besed).

Na podlagi poročila in priporočil študent(ka) lahko spremeni, dodela, nadgradi in s tem izboljša svoj predstavljeni izdelek.