

PRIPREMA ZA POSAO UVODNI TEKST I PRIJEDLOG OBRADE METODSKE JEDINICE

Eduard Vargović

Zavod HAZU, Varaždin

Primljeno 2003.

Priprema za posao osnovni je uvjet uspješnosti posla. To je učenje koje nam omogućuje da u svakom trenutku možemo potpuno i sigurno rješavati probleme koji se javljaju na poslu, ali biti spremni i na stresove koji su neminovnost u svakom poslu. Psihička, stručna i tjelesna ili fizička priprema zahtijevna je i može se i mora istrenirati. Značaj pripreme potrebno je uočiti već u školi. Tema koju obrađujemo ima zadatak da to argumentirano dokaže.

Ključne riječi: poučavanje, priprema za posao

Uvodna bilješka

Tema u naslovu uvodi nas u predmet i sadržaje o kojima do sada nismo imali često priliku ni čitati ni pisati. Predmet *promotivne aktivnosti* (promidžbene aktivnosti)¹ jedan je od stručnih predmeta u obrazovanju prodavača (u trećoj godini obrazovanja) i komercijalista (četvrta godina obrazovanja). U sustavu njihova obrazovanja čini nam se da su prodavači, sportski rečeno, u određenoj prednosti. U istoj godini slušaju i predmet psihologija prodaje, čiji sadržaji odlično pomažu u razumijevanju brojnih situacija u ponašanju pojedinca i vrlo su kompatibilni u nizu elemenata s promotivnim aktivnostima.² U obradi metodske jedinice koju smo izabrali to će se dobro vidjeti.

Obradu metodske jedinice *Priprema za posao* korisno je, po našem mišljenju, obraditi tako da se cijeli prikaz podijeli u dvije cjeline. U prvoj ćemo naznačiti sadržaj teme, dakle što treba obraditi, odnosno što nastavnik treba imati u glavi kada se priprema za obradu te metodske jedinice.

¹ U nastavi se koristi udžbenik Franje Šulaka *Promotivne aktivnosti* u izdanju Školske knjige, Zagreb.

² Učenci koriste udžbenik autora B. Petza i Franje Šulaka *Psihologija u prodaji* u izdanju Školske knjige, Zagreb

Ti sadrži, čini nam se, najbolje izražavaju našu intenciju u obradi metodske jedinice. Druga cjelina je prijedlog za jedan mogući pristup realizacije u razredu.

Zadatak je svake pripreme za nastavu, dakako, da se nastavnik pripremi za njezino izvođenje, konkretno određene metodske jedinice, ali i da promišlja o temi sata, da otkriva, po mogućnosti, sve detalje i posljedice jednog promišljanja sadržaja koji treba obraditi. Ovaj drugi moment čini nam se posebno važnim, jer je potrebno vidjeti mnogo više, mnogo dalje, nego što se na satu realizira. Promišljanje problema uvijek je mnogostruko i dugoročno korisno. Stvaramo tako iskustva koja nas s godinama čine elastičnima, snalažljivima i na satu sigurnima pa time i uvjerljivima za učenika. Ne treba zaboraviti da uspješna realizacija ovisi i o sastavu razreda (veličini razreda, otvorenosti učenika i njihovoj spremnosti na suradnju, njihovim prethodnim znanjima i iskustvima, prodajnom prostoru u kojem obavljaju praktičnu nastavu, njihovom odnosu prema zanimanju prodavača ili komercijalista, ali i tome jesu li se sami odlučili za zanimanje za koje se školuju itd.).

P R V I D I O

PRIPREMA ZA POSAO

ILI

PRIPREMA ZA PRODAJNI RAZGOVOR

Priprema za posao sastavni je dio svakog posla. Često čujemo da je dobra priprema već pola obavljenog posla. Sve je to točno. Moramo dodati da su prodavači, ugostitelji, djelatnici na šalterima i da ne nabrajamo mnoga druga zanimanja zapravo na neki način javne osobe. Kupci promatraju prodavače. Stoga prodavačima ne smije biti svejedno *kako* ga vide korisnici njihovih usluga.

Pripremiti se za posao ozbiljna je obveza svakog prodavača. Način pripreme za posao otkriva prirodu odnosa prema vlastitom zanimanju. Ono što je bitno jest svijest da naši korisnici to vrlo brzo uoče, pa se tako i ponašaju. Odlična priprema pokazuje da cijenimo struku za koju smo se opredijelili, ali, što je posebno važno, i svoje korisnike.

PRIPREMA ZA POSAO OSNOVNI JE UVJET USPJEŠNOSTI NA RADU

Zašto, dakle, toliko naglašavamo važnost pripreme za rad? Recimo jednostavno. Odlično poznavanje svih elemenata svog posla, dobra tjelesna kondicija, dobro raspoloženje, ugodan izgled, sigurnost u poslu, samokritičnost, ali i samopoštovanje – sve to treba razvijati i izgraditi. Ništa ne dolazi samo od sebe. Ali zato često donosi izniman uspjeh u radu. Upravo trajna i pažljiva priprema donosi pravim prodavačima uspjeh kod korisnika, ali i njegovo zadovoljstvo i osjećaj osobne vrijednosti i važnosti.

PSIHIČKA PRIPREMA

Psihička priprema u biti je razmišljanje o sebi, ili razgovor sa samim sobom. Dva su pitanja, po mnogim psiholozima, najvažnija: »**Kakva sam ja osoba?**« i »**Kakva osoba želim biti?**« Dakle, psihološka priprema želi nam pomoći kako da na najbolji način svjesno utječemo na svoje ponašanje. Točnije, kako da svjesno oblikujemo svoje raspoloženje, svoja očekivanja, želje (ciljeve), kako steći najbolja znanja, navike i vještine, jednostavno kako stvoriti međusobno zadovoljstvo prodavača i kupca korisnika usluge. Treba priznati – nije to jednostavno.

U intrapersonalnom razgovoru, dakle razgovoru sa samim sobom sugeriramo važnost odgovora na sljedeća pitanja:

- **Kako sam obično raspoložen – pretežno dobro ili loše, jesam li optimist ili pesimist?**
- **Koristim li smiješak u odnosu s korisnicima, ali i sa svojim kolegama?**
- **Osjećam li se u kontaktu sa svojim korisnicima uvijek ugodno?**
- **More li me često strahovi, tjeskobe i brige?**
- **Koliko imam samopouzdanja i sigurnosti u svojem susretu s kupcima i radu?**

Nije teško zamijetiti da se traže pozitivni načini našeg djelovanja. Dakle, treba pozitivno djelovati na svoje ponašanje i raspoloženje. Po-

zitivno djelovanje i razmišljanje o sebi pobuđuje u nama dobro raspoloženje, ali i sigurnost u sebe, stvara u nama toliko potreban unutarnji mir, izdržljivost i stabilnost u poslu koji nije lagan. Tako lakše rješavamo teškoće koje često i nisu male. Komuniciranje s našim korisnicima, ali i s kolegama na poslu tako postaje djelotvorno.

Pitanja i argumenti koje smo ponudili pokazuju da možemo utjecati na svoje misli i na svoja raspoloženja. Ali, to treba vježbati. Iz pozitivnih misli i takvog djelovanja proizlaze pozitivni rezultati i obratno. Zato treba izbjegavati negativne misli i što je moguće brže i efikasnije zamijeniti ih pozitivnima. Evo jednog primjera u tablici koju predlaže F. Šulak u jednom svojem tekstu o pripremi:³

| <u>Misao</u> | <u>Zamjena-neutralizacija misli</u> |
|----------------------------|-------------------------------------|
| To je teško. | To nije lako, ali je izvedivo. |
| Kada bih barem bio uporan. | Ja jesam pretežno uporan. |
| To nije za mene. | Mogu sve što i drugi ljudi. |
| Nikada neću moći ... | Pokušaj, pa ćeš vidjeti da možeš |

Psihologija pozitivnog mišljenja zahtijeva postavljanje jasnih ciljeva, dakle onih koji se mogu realizirati. To je važno u svakom poslu, pa i u zanimanju prodavača. Ako uspješno realiziramo tako zadane ciljeve stvaramo samopouzdanje pa s vremenom možemo realizirati i teže zadatke. Kako planirati ciljeve i kako ih realizirati? To treba činiti na jedan od mogućih načina. Predlažemo:

- **Jasno odrediti postojeću situaciju i stanje koje želimo, dakle odrediti nove ciljeve. Zapisati, skicirati i urediti svoje misli i želje.**
- **Prema novim ciljevima odrediti se pozitivno.**
- **Točno odrediti razliku sadašnje pozicije i novih ciljeva.**
- **Novu poziciju opisati što opširnije i preciznije (konkretno).**
- **Treba odrediti vrijeme u kojem želimo realizirati svoje ciljeve.**

³ Šulak, *Promotivne aktivnosti*, str. 85.

PSIHIČKA PRIPREMA JE KONTINUIRAN PROCES U KOJEM TREBA BITI UPORAN I STRPLJIV

STRUČNA PRIPREMA

U stručnu pripremu prodavača ulaze sve one sastavnice koje ga čine profesionalcem u svom poslu. Prije svega to je stjecanje i razvijanje znanja koja su potrebna u struci, možemo to nazvati teorijskim sadržajima. Oni se stalno mijenjaju i u tom smislu treba pratiti novine koje se javljaju. Uspješno školovanje i završetak redovitog obrazovanje *nije i ne smije biti kraj vlastitog usavršavanja.*

Vještine su drugo veliko područje koje ulazi u stručnu pripremu posla. One su odlučne u radu prodavača. Vještine se stječu već i tijekom obrazovanja u školi, ali novi zadaci u poslu zahtijevaju da se stječu nove vještine, a napuštaju stare. Kako promjena vještina i navika često ide dosta teško, ovom problemu treba prići krajnje profesionalno. Ni u jednom poslu se ne može i ne smije zaostajati pa tako i prodavači, ukoliko žele zaista imati svoje usluge na visini i sačuvati svoje kupce i, dakako, pridobiti nove, moraju ovom problemu prići vrlo ozbiljno.

Zašto tako ozbiljno prilazimo ovim elementima stručnog usavršavanja? Prodavač u svom poslu ima još jednu važnu ulogu. To je uloga *savjetnika*. Ona nije uspješna, nije uvjerljiva i korisna, ukoliko prodavač ne poznaje dobro svoju struku, dakle, ne posjeduje znanja i vještine, i te sposobnosti ne stavi u funkciju svojega posla. Sigurnost i uvjerljivost koja zrači iz prodavača djeluju na isti način i na njegovog kupca.

Stručna se priprema odvija i provodi redovitim praćenjem stručne literature, sudjelovanjem na tečajevima, seminarima, doškolovanjem, razmjenom iskustava, stvaranjem vlastite stručne dokumentacije itd.

PSIHIČKA PRIPREMA
+
STRUČNA PRIPREMA
=
SIGURNOST I SAMOPOUZDANJE

TJELESNA PRIPREMA ZA RAD

Svi se vjerojatno sjećamo biologije koja nas je naučila da ljudsko tijelo djeluje, funkcionira kao cjelina. Za naš svakodnevni život i rad to je važna činjenica, koju valja pamtit.

U tjelesnu pripremu svakako ulazi dobra tjelesna kondicija. Rad prodavača zahtijeva da se brinemo o kondiciji. Umoran prodavač, vidljivo iscrpljen, a tako se i osjeća, teško obavlja svoj posao. Međutim, u toj situaciji on je neraspoložen, nervozan, netrpeljiv, krut. Na posao treba doći odmoren i naspavan. Umor je često uzrok nesreća i ozljeda na radu. Prodavač može ozlijediti sebe, ali i korisnika. Također, vrlo lako dolazi do materijalne štete u prodajnom prostoru.

Posebno je potrebno voditi računa o vlastitom zdravlju. Provoditi p r e v e n t i v u, a ne čekati da obolimo. Prodavač radi stojeći, što znači da trpe noge i kralježnica. Dobro zdravlje treba održavati. Također je važno voditi računa o vlastitoj prehrani. Od velike je važnosti *što* jedemo, *kada*, *kako* i *koliko*. Jedino hrana nam omogućuje potrebnu energiju za život i radne aktivnosti.

U tjelesnu pripremu ulazi i briga o vlastitom izgledu. To je briga o kosi i frizuri, o odjeći i obući u kojoj se radi, o zubima i noktima. Tu je posebno briga o tome kako naše tijelo miriše. Sve su to signali našim kupcima.

**FIZIČKA PRIPREMA BITNO
POSPJEŠUJE I STRUČNU I
PSIHIČKU PRIPREMU**

Sve što je rečeno znači: samo dobro pripremljen prodavač djeluje u svom poslu *profesionalno, dakle savjesno, kompetentno, vješto i temeljito.*

Sve to nije moguće bez kontinuirane pripreme za rad!

D R U G I D I O

PRIPREMA ZA PRODAJNI RAZGOVOR

Obrada metodske jedinice

Jedan prijedlog

Sadržaj koje smo kratko pripremili u prvom dijelu našeg teksta potrebno je u obradi metodske jedinice posložiti na taj način da se pogodi svrha sata.

Ciljevi i zadaci izvođenja nastavne jedinice *Priprema za prodajni razgovor* su:

1. Da učenici spoznaju važnost pripreme za posao – za prodajni razgovor
2. Da upoznaju bitne elemente svake pripreme za posao dakle i za prodajni razgovor
3. Da usvoje navike i da vode brigu o svojoj pripremi za rad, stvarajući pritom svoj vlastiti stil rada, koji jamči uspjeh u poslu.

Način na koji se može obraditi dakako može biti različit i zavisi o nastavniku, ali i o razredu. Možda je najlakše (i najbolje?) kroz klasičnu obradu uz manji razgovor te ploču, kredu i udžbenik sve to apsolvirati u 30–40 minuta. N a s t a v n i k *savlada* sat i gradivo, a učenici? Njima je takav način rada najčešće dosadan. Pojedinim učenicima doduše i to odgovara. Lakše je to naučiti, *otpjevati* kada to treba (pa i šalabahter se lakše napiše!), p o k u p i t i dobru ocjenu, savladati to što se mora i idemo dalje.

Mi predlažemo jedan aktivniji pristup, bez ploče i krede, tumačenja u klasičnom smislu. Predlažemo rad svih učenika, dakle cijelog razreda.

Priprema za prodajni razgovor prva je tema jedne cjeline koja ima naslov: *Struktura i tijek prodajnog razgovora kao aktivnosti putem koje se ostvaruje osobna prodaja.* Cjelina ima dijelove:

1. Priprema za prodajni razgovor
2. Uspostavljanje kontakta s kupcem

3. Definiranje potreba kupca
4. Prezentacija ponude
5. Odgovaranje na prigovore kupca
6. Zaključivanje prodajnog razgovora

Svaka od tih tema ima vrlo precizno određene ciljeve i zadatke, ali i aktivnosti učenika (prodavača) ako želi imati uspjeha (na satu i na poslu).

Naša tema je određena sljedećim zadacima i aktivnostima:⁴

| Faze prodajnog razgovora | Zadaca prodavača | Aktivnosti kojima se zadaca obavlja |
|---|--|---|
| Priprema prodavača za prodajni razgovor | Održavanje i razvijanje visoke razine profesionalne kompetentnosti | <ul style="list-style-type: none"> • Osobni razvoj • Stručno usavršavanje • Razvoj zdravstvene kulture i njegovanje osobnog izgleda i pojave |

Ovako pripremljenu shemu, čitljivo i vizualno prihvatljivo oblikovanu, na početku obrade možemo projicirati na platno, uz kratko komentiranje sadržaja koji nas očekuju.

Zatim slijedi početak zajedničkog rada. Svakom učeniku daje se listić s kviz-pitanjima.

Kviz-pitanja omogućuju **više poticajnih** situacija kod učenika što odmah znači i lakšu obradu nastavnih sadržaja:

1. Zaintrigira učenike, jer će oni **s a m i** morati kreirati svoj udio na satu odnosno realizaciju sadržaja
2. Potiče određen **natjecateljski** duh, odnosno **motivira** ih na aktivnosti
3. Kroz igru i *z a b a v u* nudi određene, često i poznate stvari ali na način koji je njima koristan kao budućim prodavačima (ili u nekom drugom zanimanju)
4. Kviz-pitanja i odgovori ostaju učenicima kao materijal koji im treba prilikom **priprema** za završni ispit (kod prodavača)⁵

⁴ Shemu treba pripremiti za foliju (da se može koristiti za grafoskop).

⁵ Sve prije navedene faze prodajnog razgovora uvijek smo počinjali kratkim kvizovima. Kako je čitav materijal ostao učeniku to mu je omogućilo da ima na jednostavan i pregnantan način pripremljene teme koje dolaze na završnom stručnom ispitu. To mu svakako olakšava učenje i pripremu za ispit. I to je *eo ipso* dokaz kako je dobra priprema garancija uspjeha!

PRIPREMA ZA PRODAJNI RAZGOVOR

KVIZ PITANJA

- | | |
|--|------------------------|
| 1. Priprema za posao nije bitna za uspješno obavljanje radnih zadataka. | TOČNO – NETOČNO |
| 2. Za prodavača je nebitno razmišlja li o svojim pogreškama, jer mnogi kupci ne primjećuju njegove pogreške. | TOČNO – NETOČNO |
| 3. Prodavač ne mora uvijek biti dobro raspoložen, jer ni kupci to nisu. | TOČNO – NETOČNO |
| 4. Potpuno je nevažno za prodavača muče li ga brige i problemi, tjeskobe i strahovi. | TOČNO – NETOČNO |
| 5. Za naše zdravlje nije najvažnija preventiva i briga prije nego što se pojavi bolest. Bolje se držati pravila: kada se bolest pojavi, onda ćemo se liječiti. | TOČNO – NETOČNO |

Na tvrdnje u KVIZU odgovorite podcrtavanjem ili zaokruživanjem riječi TOČNO ili NETOČNO, ovisno o tome kako procijeniš pojedinu tvrdnju

Učenici rade samostalno, a njihov je zadatak da u kraćem vremenu, (prema našem iskustvu to je oko tri do pet minuta), promišljeno odgovore na tvrdnje u kvizu uz objašnjenja. Kviz je na papiru A4 formata i na njemu (ili u svoju bilježnicu – kako im je praktičnije) učenik može zapisati svoje bilješke.

U diskusiji učenik pročita pitanje, izriče svoju tvrdnju i kratko je obrazlaže dajući svoj primjer kojim potvrđuje zašto se izjasnio za pojedinu tvrdnju. Svih pet pitanja pogađaju osnovne elemente koji su u sadržaju teme pripreme za prodajni razgovor. Učenici bez većih teškoća shvaćaju bit problema, a s obzirom da su već gotovo tri godine na praksi osjećaju gdje su rješenja.

Nakon toga slijedi pitanje koje logično razrješava bit problema.

Jesu li u svakom zanimanju potrebne pripreme za posao?

Navedite neka zanimanja koja su vam sada u opciji?

Tako nastaju odgovori:

- Sportaši (cijeli tjedan treniraju, a možda čak neće ni igrati)
- Glumci u kazalištu. Mjesecima pripremaju predstavu koja traje dva-tri sata ili čak i manje
- Liječnici
- Nastavnici
- Kako dugo nastaje jedan tekst ili knjiga.

Važni zaključci nameću se sami po sebi:

- Dobra i stalna priprema uvjet je uspješnosti posla
- Priprema često traje dulje nego sama realizacija posla
- Dakle, prodavaču ne preostaje drugo, nego da se i sam priprema za posao.

U takvom razgovoru brzo otkrivamo tri vrste priprema za prodajni razgovor. Na foliji imamo zapisano:⁶

V R S T E P R I P R E M E Z A P O S A O

1. P S I H I Č K A P R I P R E M A Z A P O S A O

2. S T R U Č N A P R I P R E M A Z A P O S A O

3. T J E L E S N A P R I P R E M A Z A P O S A O

Sada slijedi pregled problema prema svakoj vrsti pripreme za posao.

⁶ Folije za grafoskop moraju biti pisane većim fontom slova, pregledne, čitke, a sadržajno jednostavne. Folija *Vrste priprema za posao* zauzima cijeli A4 format.

PSIHIČKA PRIPREMA ZA POSAO

Budući da je psihička priprema u biti razmišljanje o sebi, ili razgovor sa samim sobom mislimo da je najbolje analizu započetu slikovno.

Zato na grafoskop stavljamo sljedeću foliju:⁷

slika 1

KAKVA SAM JA OSOBA?

Dva su pitanja, po mnogim psiholozima, najvažnija: »Kakva sam ja osoba« i »Kakva osoba želim biti?« Dakle, psihološka priprema želi nam pomoći kako da na najbolji način **svjesno utječemo** na svoje ponašanje. Točnije, kako da svjesno oblikujemo svoje raspoloženje, svoja očekivanja, želje (ciljeve), kako steći najbolja znanja, navike i vještine, jednostavno kako stvoriti međusobno zadovoljstvo prodavača i kupca – korisnika usluge.

Utvrđujemo: T o n i j e j e d n o s t a v n o !

Kako bismo ukazali na neka važna pitanja, ali i mogućnosti utjecaja na vlastito djelovanje i ponašanje na grafoskop stavljamo sljedeću foliju i dogovarajući tekst:

UPUTA:

AKO DNEVNO VIŠE PUTA DRŽITE KUTOVE USANA PODIGNUTE PO JEDNU MINUTU, BIT ĆETE ZADOVOLJNIJI, A I DRUGI ĆE BITI ZADOVOLJNIJI U SUSRETU S VAMA!

PITANJA:

1. **KAKO SAM OBIČNO RASPOLOŽEN?**
2. **KOLIKO SE PUTA DNEVNO NASMIJEŠIM KUPCIMA?**
3. **OSJEĆAM LI SE PRILIKOM SUSRETA S KUPCIMA UGLAVNOM UGODNO?**
4. **MORE LI ME ČESTO BRIGE, TJESKOBE I STRAHOVI?**
5. **JESAM LI U SUSRETU S KUPCIMA (ALI I DRUGIM LJUDIMA) SIGURAN I SAMOPOUZDAN?**

⁷ Crteži i pripadajući tekstovi su iz udžbenika; autor crteža je Siniša Sudec.

Promjena vlastitog ponašanja posebno je važna ako smo pretežno loše raspoloženi, jer se to odražava na naše ponašanje. Stoga stavljamo sljedeću foliju:

| | |
|----------------------------|-------------------------------------|
| slika 2 | |
| Misao | Zamjena-neutralizacija misli |
| To je teško. | To nije lako, ali je izvedivo. |
| Kada bih barem bio uporan. | Ja jesam pretežno uporan. |
| To nije za mene. | Mogu sve što i drugi ljudi. |
| Nikada neću moći ... | Pokušaj, pa ćeš vidjeti da možeš |

Komentirajući mogućnosti koje pruža ovaj prijedlog ujedno upućujemo učenika na stranicu u udžbeniku na kojoj su neka praktična pravila.⁸

STRUČNA PRIPREMA ZA PRODAJNI RAZGOVOR

Najavljujemo važnost stručne pripreme uz sljedeću foliju:⁹

| |
|---|
| slika 3 |
| POZNAVANJE ROBE OBUHVAĆA I ZNANJA I VJEŠTINE STAVLJANJA ROBE U FUNKCIJU! |

Nakon kratkog komentara (pa i smijeha) nudimo foliju sa zaključnim razmišljanjima:¹⁰

⁸ F. Šulak, *Promotivne aktivnosti*, str. 86. u izdanju iz 1998. god.

⁹ Folija A4 format.

¹⁰ Folija A4 format.

1. PRODAVAČ JE **SAVJETNIK** – POMAŽE KUPCU PRI DONOŠENJU ODLUKE O U KUPNJI
2. KADA JE PRODAVAČ **DOBAR** SAVJETNIK?
 - KADA DOBRO POZNAJU ROBU – POTREBNO JE RAZVIJATI ZNANJA I VJEŠTINE O ROBI ŠTO GA ČINI **UVJERLJIVIM**
 - MORA BITI ZNATI ŽELJAN – UVIJEK SPREMAN NA STRUČNO NAPREDOVANJE – TO STVARA **SIGURNOST** U RADU
 - UVJERLJIV I SIGURAN KUPAC **POZITIVNO** DJELUJE NA KUPCE.

ŠTO VIŠE ZNAMO TO SMO **SIGURNIJI I SAMOPOUZDANIJI**

TJELESNA PRIPREMA ZA PRODAJNI RAZGOVOR

Počinjemo s folijom na kojoj označavamo glavne točke:¹¹

TJELESNA PRIPREMA

1. VAŽNOST KONDICIJE U RADU PRODAVAČA
2. VAŽNOST PRILAGOĐAVANJA RAZNIM VRSTAMA KUPACA
3. UMORAN, ISCRPLJEN PRODAVAČ NIJE PRILAGODLJIV
4. UMORAN PRODAVAČ JE:

K R U T, N E R V O Z A N, N E T R P E L J I V

ZATO JE VAŽNO!

1. REDOVITO PROVJERAVATI ZDRAVLJE
2. ODRŽAVATI ZDRAVLJE I KONDICIJU
3. VODITI RAČUNA O VLASTITOM IZGLEDU I MIRISU

PRODAVAČ MORA DJELOVATI SVJEŽE, ZDRAVO I PRIVLAČNO

¹¹ Folija A4 format.

Dakle, kako djelovati i zadovoljiti uvjete vlastite tjelesne pripreme? Predlažemo razgovor i komentare uz pomoć sljedeće folije i pitanja:

slika 4

DOBRU TJELESNU KONDICIJU POSTIŽEMO REDOVITOM REKREACIJOM, PRAVILNOM PREHRANOM, IZBJEGAVAJUĆI VEĆE KOLIČINE NIKOTINA I ALKOHOLA TE SPAVAJUĆI DOVOLJNO

- Tko se konkretno bavi nekim sportom?
- Kako se odnosimo prema predmetu tjelesne i zdravstvene kulture?
- Što jedemo i što ne jedemo i jedemo li r e d o v i t o!!!
- Doručujemo li?
- Spavamo li dovoljno i kako se osjećamo ako ne spavamo koliko je potrebno?

Na kraju, zadatak za učenike: sami pribilježiti svoje zaključke o važnosti pripreme za posao. To je zadatak za sljedeći sat, kojim i započinjemo nastavu i obradu nove teme.¹²

Izvori:

1. Šulak, F., (2003), *Poslovna psihologija*, Zagreb: Školska knjiga.
2. Šulak, F., (2003), *Promotivne aktivnosti*, Zagreb: Školska knjiga.
3. Petz, B. – Šulak, F., (2003), *Psihologija u prodaji*, Zagreb: Školska knjiga.
4. Miljković, D. – Rijavec, M. (2001), *Razgovor sa zrcalom*, Zagreb: IEP-D2.
5. Šulak, F. – Vargović, E.– Bubaš, G., *Priručnik za edukaciju prodavača*, Varaždin: Foing, d.o.o.
6. Šulak, F. – Vargović, E. – Bubaš, G., *Priručnik za edukaciju prodavača Original Levi's Store prodavaonica*, Varaždin: Foing d.o.o.
7. Petz, B., (1987), *Psihologija rada*, Zagreb: Školska knjiga.
8. Tisak (dnevni, tjedni, primjeri iz Županijskog tjednika *Varaždinske vijesti*).
9. Bilješke učenika s prakse.

¹² To je tema: Uspostavljanje kontakta s kupcima.

JOB PREPARATION

Introductory Text and Methodical Unit Treatment Proposal

Eduard Vargović

Job preparation is the fundamental condition of the success of the job done. This is a doctrine that enables one to fully and safely solve problems that occur at work in each and every moment, but also to be prepared for the stress which is inevitable in every job. Psychological, professional and physical preparation is demanding, and both can and must be trained. It is necessary that the importance of this preparation be noticed already at school. The topic of this article aims to prove the above with valid arguments.

Key-words: prepare for job, teaching