



Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2017 – 2020, 2. odpiranje, za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

1. Polni naslov projekta: Razvoj in vzpostavitev knjižnice kreativnih materialov za namen spletnega komuniciranja na področju kozmetike

- **V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P-16 se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovo (neustrezno področje izbrišite):**

10 - Transport, varnost, gostinstvo in turizem, osebne storitve

2. V sodelovanju z: (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partner/ja – podjetje/ji oz. organizacija, ki je/sta bilo/i vključeno/i v projekt)

Visoka šola za storitve v Ljubljani

RoSoft računalniške storitve Robert Kreslin s.p. (Partner 1)

3D-VIZ, interaktivne in internetne rešitve, d.o.o. (Partner 2)

3. Besedilo:

- **Opreделите problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta**

RoSoft (Partner 1) se ukvarja z izdelavo spletnih strani ter optimizacijami uporabniških izkušenj. Pristopajo celostno – nudijo vse spletne rešitve, od postavitve spletne strani do priprave vsebin in za splet in družbena omrežja. V zadnjih letih se pogosto srečujejo s povpraševanji po razvoju spletnih strani in pripravi vsebin za družbena omrežja s področja kozmetike in velnesa, a se za učinkovito pokrivanje tega področja srečuje s pomanjkanjem specifičnih znanj ter pomanjkanjem ustreznih produkcijskih materialov. Namen projekta je bil vzpostavitev knjižnice kreativnih slikovnih in video materialov, ki bodo uporabni pri razvoju spletnih predstavitev in vsebin na družbenih omrežjih s področja kozmetike in velnesa. Pri tem je bilo znanje študentov kozmetike ključno za vsebinsko načrtovanje in razvoj na področju prilagojenih kreativnih materialov, za prilagoditve spletu ter pripravo in postprodukcijo slikovnih in video materialov v sodelovanju s študenti fotografije. Pripravili smo inovativne vizualne materiale za prikaz različnih vidikov kozmetične-velneške dejavnosti, ob tem pa razvijali komunikacijske in predstavitvene sposobnosti. Za visoko kakovostne, strokovno utemeljene fotografije in videe je bilo potrebno usklajeno timsko delo strokovnjakov s področja kozmetike in fotografije, zato je bila ekipa študentov interdisciplinarna. V projekt je bil kot drugi partner vključen 3D Viz (Partner 2), ki se ukvarja predvsem z vizualnimi predstavitvami in interaktivnimi vizualizacijami. Le-ta je bila ključna za zagotavljanje usklajenosti materialov z zakonitostmi vizualnega komuniciranja in je bil tako vključen pri sami produkciji in načrtovanju le-teh.

- **Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta**

Vse sodelujoče pri projektu smo seznanili s projektom, planom dela, cilji, značilnostmi področja, spletnimi komunikacijskimi kanali in specifikami. Sledil je nabor primerov vizualnega komuniciranja s predmetnega področja; izbor tematik iz kozmetične nege obraza ter nege in oblikovanja telesa, različnih masažnih tehnik, pedikure, manikure, kozmetične diagnostike, higijene, ličenja,

aromaterapije ter pripadajočih aparatov, izdelkov in postopkov za produkcijo vizualnih materialov; izbor tematik iz s kozmetiko povezanih (temeljnih) tematik – mikrobiologije, kemije, kozmetologije; priprava informacij/navodil za pripravo na snemanje med izvajanjem pedagoških procesov; priprava prostorov, opreme, scenografije in modelov ter fotografiranja in snemanja navedenih tematik; fotografiranja in snemanja kratkih videov iz navedenih tematik inscenirano in med realnim delom, v laboratorijih, v fotografskem studiu in v praktikumih, namenjenih posameznim tematikam; pregledovanje in selekcija posnetkov ter postprodukcija dela izbranih posnetkov; fotografiranje postopkov dela s strankami (sprejem, priprava na obravnavo, svetovanje ipd.) ter higienskih postopkov (pravilna in nepravilna izvedba umivanja in brisanja rok, razkuževanja, sterilizacije, zaščite okolice v primeru kašljanja in kihanja...); Pomembni del izvajanja projekta so bile tudi analize načina in rezultatov dela tako s strokovno-kozmetičnega vidika kot z fotografsko-vizualnega in uporabnostno-marketinškega vidika ter korekcije na osnovi ugotovitev.

- Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

Na osnovi sodelovanja med študenti kozmetike in fotografije smo razvili strokovno utemeljeni slikovni in video predstavitveni material za namene spletnega predstavljanja in komunikacije s področja kozmetika in velnesa. Fotografije in videi za ciljno področje so nastali z različnimi fotografskimi pristopi, v različnih okoljih, tako v kozmetičnem in velneškem okolju, kot v studiu, na njih so predstavljeni različni relevantni objekti kot ljudje, delovno okolje, delovni procesi, vključno z mnogimi detajli, kar je zahtevalo tudi specifične fotografske pristope in znanja. Zasnovana knjižnica fotografij in videov, ki prikazujejo različne vidike kozmetike, bo partner 1 lahko uporabljal za nadaljnje priprave spletnih rešitev za naročnike s tega področja, prav tako pa bodo rezultati uporabni za partnerja 2 za tržno komuniciranje s predmetnega področja.

Študenti so tekom projekta razvili komunikacijske in predstavitvene spretnosti, usposobljenost za načrtovanje predstavitev dela, ciljno usmerjeno delo v heterogenih timih in v projektne delu za gospodarstvo, uresničevanje idej, podjetnost in kreativnost. S pridobljenimi izkušnjami in znanjem se bodo po zaključenem študiju lažje vključevali na trg dela.

S kakovostnimi, ciljno usmerjenimi in komunikacijskim kanalom prilagojenimi vizualnimi prikazi kozmetično-velneških storitev, ki smo jih pripravili v projektu, so s projektom zagotovljene osnove za ustrezno promocijo kozmetičnih in velneških dejavnosti z večanjem kakovostne medijske reprezentacije in spletnega komuniciranja, s tem pa bo projekt vplival tudi na ekonomske rezultate sodelujočih partnerjev in centrov, katerih storitve bodo v kasnejših fazah vključene v spletne komunikacijske kampanje, ter razvoj sektorja, posredno tudi na razvoj (velneškega) turizma. S tem projekt prispeva tudi h gospodarskemu napredku. Zaradi strokovno utemeljenih vizualnih prikazov pa bo prispeval k uveljavljanju in razvoju kozmetično-velneške kot fotografske stroke in k razvoju vizualne kulture.

4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).

