



MAGAZIN

Časopis za savremene i poslovne ljude | Broj 1 | Novembar - Decembar 2017.

KAKO
NAPRAVITI
**VRHUNSKU
PREZENTACIJU?**

SAVETI
ZA USPEŠNU
KOMUNIKACIJU

KAKO BITI
BOLJI LIDER?

TEST

Kako gledate
na svet?

OVAJ ČASOPIS JE PROMOTIVNO IZDANJE KOMPANIJE **BRIDGE COMMUNICATIONS**

foto: Momčilo Crujić | momcilogrujic.com

“

**IZAZOVI SU ONO ŠTO ČINI ŽIVOT
INTERESANTNIM.
SAVLADAVANJE IZAZOVA ČINI
ŽIVOT SMISLENIM.**





JOSIP BOŠNJAKOVIĆ

Vlasnik
BRIDGE Communications

UVODNA REČ

Turbulentna vremena zahtevaju kompleksna i kvalitetna rešenja, i za svako rešenje potrebne su nam dodatne sposobnosti, znanja i sveobuhvatno ulaganje u sebe.

B MAGAZIN je pionirski poduhvat čiji je cilj da na pitak i pragmatičan način prenese određena znanja, iskustva koja su dala dobre rezultate u praksi i alate koje možete da iskoristite u svakodnevnim ličnim i poslovnim izazovima.

Istinski verujem da ukoliko menjamo mali deo sebe polako menjamo i svet oko nas. I ovo je jedna mala promena, mala domina koja može pokrenuti lavinu.

Hvala timu koji je radio na realizaciji ovog broja kao i prijateljima koji su uložili vreme i sredstva kako bi bili deo ove priče.

Uživajte u ovom broju i čekamo povratne informacije koje ćemo uključiti u sledeći broj.

Grafička podrška:

Igor Vlaović - FUTURA

Tim:

Tajana Polimac - Office manager

Momčilo Grujić - co-Worker

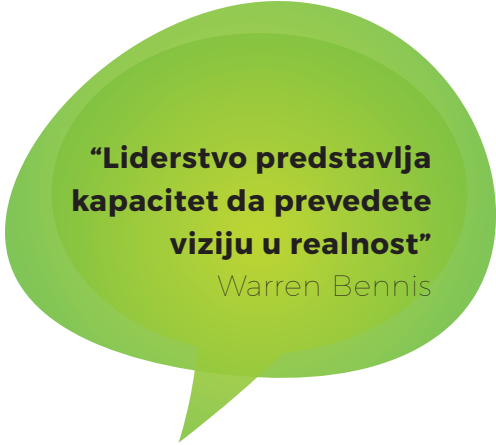
Danijela Bošnjaković - lektura

FO

KAKO BITI **BOLJI LIDER?**



foto: Momčilo Grujić | momcilogrujic.com



**“Liderstvo predstavlja
kapacitet da prevedete
viziju u realnost”**

Warren Bennis

Još od malih nogu na nas utiču ljudi iz naše okoline. Beba od 6 meseci će pratiti pogled starije osobe koja gleda u određenom pravcu ili će gledati u posmatrani objekat. Ovaj fenomen se sreće i kod primata i pasa, i neki naučnici su ga povezali sa evolucijom, jer je na taj način moguće upozoriti na određenu opasnost ili nekog predatora bez da predator to zna.

Usmeravanje pažnje na određene aktivnosti nam od najranijeg doba pomaže da učimo na nesvesnom nivou i da ovim putem preuzimamo određene strategije od roditelja. Nekada su one dobre i korisne, a nekada budu manje korisne za nas. Ovaj proces učenja se nastavlja i kada odrastemo, i zato ovaj segment možemo da iskoristimo i u svom razvoju liderskih veština.

KAKO BITI USPEŠAN LIDER U DANAŠNJE VREME?

Ukoliko uzmemo gore navedeno kao činjenicu, složićete se da ljudi već imaju urođenu sklonost da se fokusiraju na stvari koje im predstavite. I šta ostaje liderima danas?

1. UKLJUČITE ZAPOSLENE U POSTAVLJANJE CILJEVA

Zaposleni koji su uključeni u definisanje ciljeva postaju njihov deo. Integrišu ih, i svoje vrednosti i uverenja stavljaju u službu ostvarenja ciljeva. Entuzijazam koji zajedno stvarate, kao i energija koju lider nosi, se prenosi na zaposlene, čime oni dobijaju dublji smisao datog cilja.

2. BUDITE OTVORENI I FLEKSIBILAN LIDER

Delite znanja, veštine i mišljenja. Otvorenost je jedna od ključnih stvari za poverenje i usaglašenost sa zaposlenima. Dobar lider pokazuje svoju fleksibilnost i uključuje svoje zaposlene u mnoge procese stavljajući im brojne resurse na raspolaganje.

3. BUDITE ISKRENI, POSVEĆENI I POZITIVNOG STAVA

Čula vaših zaposlenih hvataju svaki deo vašeg ponašanja i zatim nesvesno usvajaju neke od veština. Naš um i naše telo su povezani, i nekada prečicom pravimo promenu. Što više liderskih kvaliteta pokažete, više će ih vaši zaposleni “upijati” i polako praktikovati u svakodnevnom ponašanju.

20 KAKO PAMTIMO?

Da bi zapamtili sve ono što smo čuli, videli ili na neki način osetili, potrebno je da informacija pređe put od naše kratkotrajne memorije do dugotrajne memorije, gde se skladišti i završava. Deluje kao kratak put, a opet ne dožive sve informacije sudbinu da se zadrže i da ih kasnije možemo koristiti.

I koji je onda ključ za zadržavanje informacija ?

PONAVLJAJTE PREĐENO

Što više ponavljamo, više proteinskih veza pravimo između naših ćelija u mozgu. Što je više veza, znanje se bolje usvaja.

Testirajte ovaj jednostavan pristup:

- Posle prvog čitanja, ponovite sve nakon sat vremena.
- Zatim opet ponovite sve nakon prvog dana.
- Isto ponovite nakon jedne nedelje.
- Nakon jednog meseca i
- Nakon šest meseci.

Ovakav vid ponavljanja informacija vam daje šansu da umesto 30% činjenica koje se zapamte nakon prvog dana, nakon određenog vremena zapamtite i do 80% onoga što ste slušali.

KORISTITE ASOCIJACIJE

Naš mozak voli da povezuje stvari sa onim što već znamo ili smo ranije čuli. Iskoristite ovu činjenicu kako bi uz stvari koje želimo da upamtimo stavili i određene asocijacije.

Da li vam se desilo da upoznate nekoga a da se ne možete setiti imena?

Ono što u sledećoj situaciji možete uraditi je da:

- Povežete ime osobe koje ste čuli sa osobom koju znate i isto se zove.
- Napravite vezu tipa: Dragica iz Novog Sada,
- Zamislite sliku koja vas asocira na osobu koju ste upravo upoznali i kombinujte sa nekom stvari na toj osobi.





EDUKUJTE DRUGE

Na osnovu istraživanja pamtimo:

- 20% onoga što pročitamo
- 30% onoga što čujemo
- 40% onoga što vidimo
- 50% onoga što kažemo
- 60% onoga što uradimo i
- 90% onoga što vidimo, kažemo i uradimo.

Vodićemo se starom kineskom poslovicom (koju nekada pripisuju Konfučiju):

**“ ONO ŠTO ČUJEM ZABORAVIM.
ONO ŠTO VIDIM - ZAPAMTIM.
ONO ŠTO URADIM - RAZUMEM. ”**

Kada se stavimo u ulogu edukatora, koristimo više kanala za prenos i integraciju znanja, i nekada i sami sebi razjasnimo stvari, i time bolje usvajamo sve što učimo.

TESTIRAJTE NAUČENO

Ono što učimo bi trebalo da nađe svoju primenu u praksi.

Napravite aktivnost koja će vam omogućiti da naučeno isprobate u praksi. Jako je važno da naša znanja i veštine prate određeni izazovi gde ih možemo primeniti.

Tako da kada se sledeći put:

- nađete u situaciji da želite da savladate novu veštinu,
 - čitate nove podatke koje želite da iskoristite u praksi,
 - želite da asistirate vašem detetu, prijatelju ili kolegi u učenju,
- upotrebite ove kratke savete, i primetićete fantastične rezultate koji dolaze sami po sebi.



foto: Momčilo Grujić | momcilogrujic.com

SAVETI ZA USPEŠNIJU KOMUNIKACIJU

Da bismo unapredili svoje komunikacione veštine, potrebno je da imamo predznanje o tome kako određeni segmenti našeg svakodnevnog funkcionisanja utiču na kvalitet poruka koje prenosimo. U nastavku vam predstavljemo par činjenica i saveta kako da unapredite svoje komunikacione veštine:

1. U jednom trenutku se možemo fokusirati na vrlo mali broj informacija. Istraživanje iz 1956. godine, koje je sproveo Džordž Miler, nam govori da je taj broj informacija u jednom trenutku 7 ± 2 informacije.

Žaba se svojim vidom fokusira samo na ono što je u pokretu i što liči na hranu, i shodno tome deluje. Sa druge strane, ukoliko žabu stavite u kutiju punu mrtvih muva, verovatno će uginuti.

Pre same prezentacije razmislite na koji deo želite da se fokusirate, i koje ključne informacije ćete staviti u ova 7 ± 2 segmenta, kako bi vaši sagovornici svoj fokus ispunili pravim informacijama.

2. Sliku o svetu oko sebe kreiramo sa informacijama koje dobijamo kroz naša čula, i to tako što nešto vidimo, čujemo i osetimo (namirišemo ili osetimo ukus).

Kada komunicirate koristite sve reči svih čula. Ukoliko analizirate neka od najvećih dela naše i svetske književnosti, moći ćete da procenite koji kanal prenosa informacija autori najčešće koriste.

Tako da, kada se obraćate nekome, opište u SLIKAMA (boje, fokus, veličina ...) vašu temu i ISPRIČAJTE (zvuk, ton, dinamika ...) najbitnije segmente, kako bi vaši slušaoci dobili OSEĆAJ (toplo, moćno, veselo ...) same ideje koju prezentujete.

3. U komunikaciji i prenosu poruke, najviše učestvuje naš govor tela (55%) i ton, tj. boja glasa kojom prenosimo poruku (38%). A reči, tj. sadržaj koji izgovaramo, čine najmanji deo (7%).

Glumci vežbaju govor tela, kao posebnu temu svog razvoja, kako bi mogli preneti istu informaciju na više načina. Jednostavne reči, kao "da" ili "ne", menjaju

značenje zavisno od načina na koji ih prenosimo.

Govor tela u kombinaciji sa glasom, čini najveći deo uticaja na prenos i raumevanje poruke, i bitno je da vaša neverbalna komunikacija i ton prate izgovoreno, tj. da postoji tzv. usaglašenost onoga o čemu pričamo.

4. Naš um i naše telo su povezani u jednu celinu.

U jednoj studiji, učesnicima su pokazani razni proizvodi koji su išli preko ekrana. Neki su se kretali vertikalno, dok su se drugi kretali horizontalno, tako da su učesnici studije naizmenično morali da pomeraju svoju glavu sa desne na levu stranu i gore-dole. Sudija je pokazala da su im se više svideli predmeti koji su se kretali vertikalno, čime su nesvesno pravili pokret odobravanja, tj "da".

U komunikaciji, više uspeha imaju ljudi koji su pozitivni i koji gledaju dobre strane svake situacije. Budite pozitivni.

Ovo su 4 saveta za bolju komunikaciju, koja su potkrepljena zakonima prirode i istraživanjima. Na vama je da ih stavite u upotrebu, još danas.





3 SAVETA ZA POČETAK RADA NA IDEJI



Koliko maštate? I to onako da se opustite potpuno, i da probudite ono dete u sebi koje ne poznaje granice. Dete koje se bori sa zmajevima, koje ima zamišljene drugare i sestre, sa kojima radi sve što možda u realnom svetu izgleda nemoguće, ili dete koje je ledena kraljica i koje jednim pokretom ruku sve može da zaledi.

Malo nam je teško da sve to pokrenemo. Opet, u isto vreme, preko potrebno za početak dobrog projekta. Da bi obogatili viziju ka kojoj idemo, potrebno je da je što bolje oslikamo ideje i ciljeve, da pružimo slike našem velikom mozgu, jer on je taj koji će dalje da pravi razne puteve do te vizije.

1. DEFINIŠITE CILJ

Početak svake ideje, ili bilo kog preduzetničkog poduhvata, karakteriše ideja. Vizija. Mesto gde želimo da budemo jednog dana. Ta naša vizija se sastoji od puno manjih ciljeva. Naši ciljevi su kontrolne tačke koje nas vode do vizije.

foto: Momčilo Grujić | momcilogrujic.com

2. POSTAVITE PITANJA

Ključna stvar koja nam pomaže kod definisanja ciljeva jesu dobro postavljena pitanja. I to, otvorena pitanja (kako, gde, zašto ...), tj. pitanja koja dalje pokreću komunikaciju i naš mozak koji opet pravi slike i dolazi do konkretnih koraka:

- Šta se sve nalazi na mom cilju?
- Šta vidim, čujem ili osetim?
- Šta želim da postignem ovim projektom?
- Zašto mi je to bitno?
- Kako ću znati da sam došao/la do cilja?
- Ko sve učestvuje u ovome? Na koga sve može da utiče ova moja priča?

3. POKAŽITE CILJ VAŠEM MOZGU

Što detaljnije razložite svoj cilj, tako da ga dobro vidite, čujete i osetite, on postaje bliži, stvarniji, i mozak pravi svoj lični program kako će doći do tog cilja, tj. dolazimo do načina kako ćemo ostvariti taj cilj - akcioni koraci, svi oni načini KAKO nešto radimo.

Sad ste pred vratima avanture, koja će u sebi imati raznih elemenata, uspona, padova, i u kojoj, kao i svaki drugi heroj, morate pronaći najboji i pravi put za sebe.



I... Krenite u akciju!!!



KAKO HVATATE **BELEŠKE?**

Otvaramo notebook, uključujemo tablet, telefon, ili neku četvrtu spravicu, i upisujemo misao koja nam padne na pamet. Nekada su to podsetnici, a nekada tekstovi ili ideje, koje kasnije želimo da razradimo.

Mi imamo ultra kratku memoriju koja samo prikuplja informacije iz okoline. Zatim je tu kratkotrajna memorija koja hvata 10 fragmenata informacija. I, na kraju, da bi informacije bile potpuno zabeležene, moraju se zadržati u dugotrajnoj memoriji.



Hvatanjem beleški bolje pamtimo koncepte, razvijamo veštine učenja, i stičemo bolje razumevanje teme.

Upotreba različitih strategija hvatanja beleški je važna, i može vam olakšati svakodnevne aktivnosti, na sastancima, treninzima, dok razmišljate o novim idejama i konceptima, kao i na raznim edukacijama.

Toni Robins, u jednoj svojoj knjizi („Awaken The Giant Within“), spominje naš RAS sistem (Reticular Activation System), koji je odgovoran za to na šta ćemo mi usmeriti svesnu pažnju, dok naš nesvesni deo hvata sve ostalo oko nas.

Jedan od najboljih načina kako možete razvijati vaš RAS sistem jeste da usmerite pažnju na određeni deo podataka, i da ih vizuelno obradite kroz beleške.

PRIBOR

Koji je nabolji način za hvatanje beleški? Laptop, tablet, telefon ili, kako bi stara škola rekla, papir i olovka?

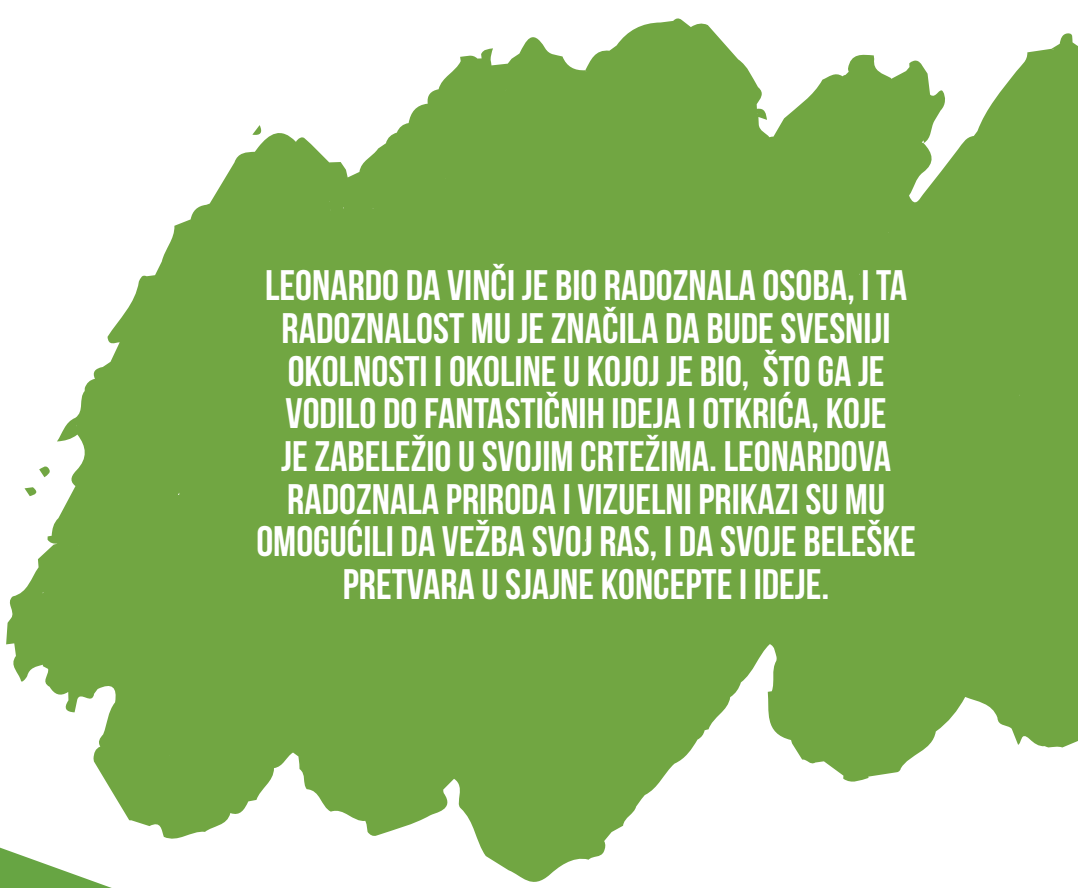
Istraživanje sprovedeno na Princetonu 2014. godine je pokazalo da su studenti koji su hvatali beleške na 15-o minutnom predavanju imali sledeće rezultate:

- Oni koji su to radili pomoću laptop-a su hvatali u proseku 310 reči
- Ostali koji su hvatali beleške olovkom i papirom su imali rezultat od 173 reči

Međutim, kada su kasnije testirali šta su od informacija zapamtili i jedni i drugi, oni koji su hvatali beleške putem laptop-a su mnogo manje činjenica mogli da se sete.

Ovo možete prevazići ukoliko **HVATATE SAMO KLJUČNE REČI** i kucanjem na laptop-u.

Papir i olovka imaju prednost jer zahtevaju manje samokontrole za obavljanje funkcija hvatanja beleški.



LEONARDO DA VINČI JE BIO RADOZNALA OSOBA, I TA RADOZNALOST MU JE ZNAČILA DA BUDE SVESNIJI OKOLNOSTI I OKOLINE U KOJOJ JE BIO, ŠTO GA JE VODILO DO FANTASTIČNIH IDEJA I OTKRIĆA, KOJE JE ZABELEŽIO U SVOJIM CRTEŽIMA. LEONARDOVA RADOZNALA PRIRODA I VIZUELNI PRIKAZI SU MU OMOGUĆILI DA VEŽBA SVOJ RAS, I DA SVOJE BELEŠKE PRETVARA U SJAJNE KONCEPTE I IDEJE.

KORNEL METOD

Ovaj metod je razvijen na Univerzitetu Kornel 50-ih godina prosllog veka od strane profesora Walter Pauka, i popularizovan je u njegovoj knjizi „Kako učiti na koledžu?“.

Princip ove metode je da se papir podeli na 3 dela:

1. Deo za BELEŠKE – najbitnije stvari koje slušate u toku izlaganja.
2. Deo sa leve strane je uvučen oko 6 cm i sadrži KLJUČNE IDEJE koje se povezuju sa tekstem u glavnom delu. Ovo su informacije koje će vam koristiti kada budete prolazili kroz svoje beleške, i uputiće vas u najbitnije informacije i pomoći da uobličite svoja razmišljanja.
3. Deo za REZIME – ovo je deo gde naglašavate najbitnije stvari koje izvlačite iz svojih beleški. Ovo je deo koji radite kada su se izlaganja završila, i kada želite da svojim rečima iskažete najbitnije stvari. Sa ovim delom konsolidujete sve što je rečeno.

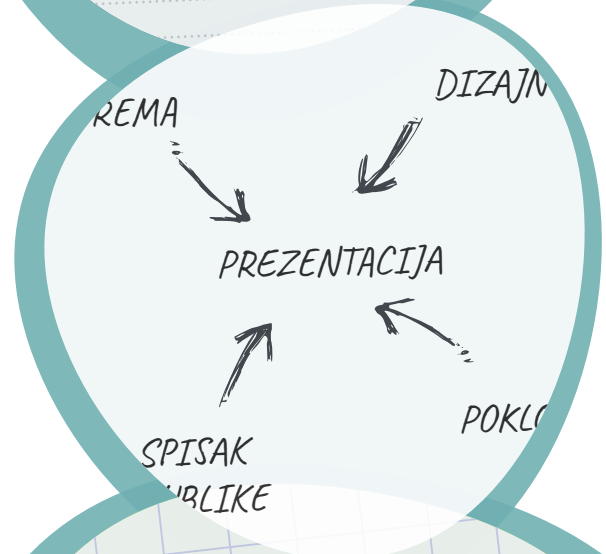
MENTALNE MAPE

Mentalne mape su dijagrami koji predstavljaju određene koncepte, kao i veze i zavisnost između tih konceptata. Najviše podsećaju na drvo ili paukovu mrežu. Glavni koncept je predstavljen u sredini, a ostali detalji i podgrupe se granaju iz glavnog koncepta.

ASOCIJACIJE

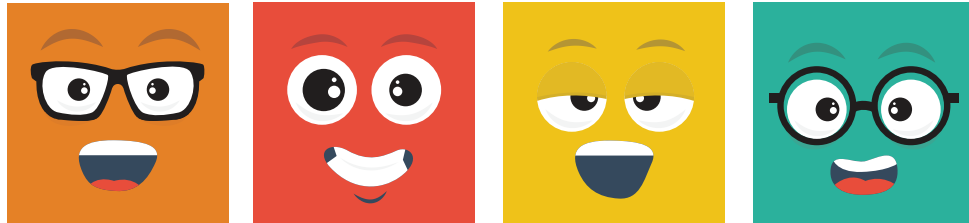
Naš mozak bolje pamti stvari kada ih poveže sa nekom slikom. Konkretnije, 65% imate više šanse da zapamtite nešto ako ste napravili asocijaciju sa nekom slikom. Kada hvatate beleške, asocijacije možete koristiti da određene slike (ikonice, crteže ...) povežete sa onim što je tema izlaganja.

Vraćajući se na beleške dobijate širi uvid vezan za temu na kojoj ste radili. Ovaj način Vam daje širinu da sagledate određeni izazov koji imate.



GOVOR tela

Hteli mi to ili ne, mi stalno komuniciramo. Kako rečima, tako i onim neverbalnim delom koji pre svega uključuje naš govor tela. Vaše lice otkriva mnoge gestove kojih nekada niste svesni a koje sagovornici vide i na koje reaguju.



Mi možemo da napravimo preko 250.000 različitih izraza lica.

Žmirkanje

Muškarci i žene žmirkaju u proseku 6-10 puta u minuti. U susretu muškarac-žena, veći broj žmirkanja može biti indikator da vam se osoba sviđa.



Zenice

Dilatacija je šrenje zenica a **kontrahovanje** je skupljanje zenica. Eckard Hess (1975) je otkrio da se zenice šire kada ste zainteresovani za osobu sa kojom pričate ili za temu o kojoj pričate.

Boja kože

Ukoliko osoba uđe u stres, boja kože može da se promeni. Ovo se dešava jer dolazi do promene u protoku krvi kroz organizam.



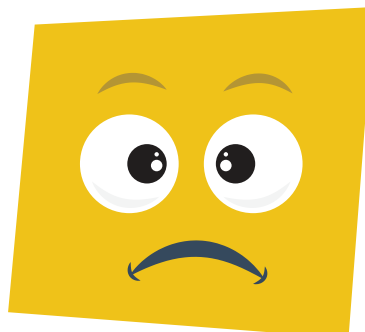
Pogled

U situacijama kada osoba ne može da zadrži pogled na vama, može da znači da nema prave informacije i da iste traži "u prostoru".

Usne

Ukoliko osoba ima stres vezan za određenu temu, pre izgovorenog može stisnuti usne ili da se malo više spajaju.

Takođe ruka koja ide ka ustima (i čak regiji nosa) govori da osoba može biti u stresu.



Nakašljavanje

Kada je osoba u stresu dolazi do sušenja grla pa se samim tim i češće osoba nakašlja.



GREŠKE PRI INTERVJUISANJU KANDIDATA

Ako ste do sada vodili selekzione intervjue u firmi u kojoj radite, složit ćete se da vođenje samog intervjua ne znači samo pojaviti se u sali, postaviti generička pitanja, i doneti zaključak o odabiru kandidata. Intervju, kao deo selekcionog procesa, je kompleksna aktivnost, koja treba da sadrži različite tehnike i alate procene, da bi poslodavac ili HR kompanija u potpunosti mogao da donese objektivnu odluku.

ŠTA SE OČEKUJE OD INTERVJUERA?

Dobro vođen intervjue od strane poslodavca/HR-a neke kompanije, podrazumeva dobru i temeljnu pripremu istog. Od intervjue se očekuje da se upozna sa tačnim opisom posla radnog mesta i potrebnim kompetencijama. Da pročita i analizira CV kandidata, i da uoči pojedinosti koje bi mogle da posluže kao dobar temelj za pitanja koja planira da postavi kandidatu. Najvažniji deo jednog intervjua su upravo unapred isplanirana i strukturirana pitanja. Ona su jedan od ključnih alata koje intervjue koristi kako bi na osnovu njihovih odgovora došao do željenog zaključka o kandidatu, a kasnije i samog odabira kandidata.



ONO ŠTO IZDVAJA DOBRE INTERVJUERE
JE ČINJENICA DA NE PADAJU POD UTICAJ
PREDRASUDA, NEPROVERENIH PRETPOSTAVKI,
LIČNIH UVERENJA I OČEKIVANJA.
UVEK SU NA OPREZU I NE DOZVOLJAVAJU DA
NJIHOVO SUBJEKTIVNO MIŠLJENJE ODLUČUJE O
"SUDBINI" NEKOG KANDIDATA.

STRUČNI ALI I SUBJEKTIVNI?

Međutim, i pored stručnosti i iskustva moguće je da intervjuei teško izađu iz okvira subjektivnosti. Jedna od grešaka, koje se provuku na intervjuima, su stereotipi i predrasude. Dele se na pozitivne i negativne, a predstavljaju generalizacije u vezi sa pojedincem ili grupom. Prilikom stvaranja stereotipa, moguće je da se intervjuer usmeri na etničku pripadnost kandidata, na njegovu religiju, seksualno opredeljenje, pol ili neku drugu kategoriju.

Bliski stereotipima su i ishitreni zaključci, gde se dešava da intervjuer donosi zaključak na osnovu manjka informacija, svojih pretpostavki, ili se dešava da smatra da je logično da bude tako kako on misli. Ono što se intervjuerima takođe dešava, i od čega nekad ne mogu da pobegnu, je da razmišljaju kako bi oni na kandidatovom mestu uradili nešto, ili kako bi oni sami postupili u određenoj situaciji. To nas dovodi do zaključka da je bilo koji vid poređenja sa sobom, ili prepoznavanja svojih osobina u kandidatu, loš put ka objektivnosti.

Ukoliko kandidat prolazi krugove prilikom zapošljavanja, utisak iz prvog kruga nikako ne sme uticati na kandidatovo pojavljivanje u drugom krugu. Jako je bitno saslušati kandidata od početka do kraja, ne suditi prema prvom odgovoru, ili započeti intervju sa ubedenjem da nijedan kandidat nije dovoljno dobar za datu poziciju.



foto: Momčilo Grujić | momcilogrujic.com

PITANJA – KLJUČNI DEO INTERVJUA

Pored navedenih grešaka, sasvim je moguće da intervjuer na pogrešan način pristupa intervjuu. Time se misli na pitanja koja postavlja kandidatu, a koja su od krucijalnog značaja za ishod intervjuja. Ukoliko su pitanja sama po sebi nezanimljiva i ne vode ničemu, kandidatu se može učiniti intervju neozbiljnim, pa samim tim se može desiti da takav utisak stvori i o kompaniji za koju konkuriše. Pitanja bi trebalo da budu postavljena tako da se iz kandidata izvuče maksimum, a to se svakako neće postići pitanjima na koja kandidati mogu dati odgovore u jednoj reči, ili što je najčešći slučaj dati odgovor DA ili NE.

Jednostavnost je ključ uspeha svakog intervjuja. Forma pitanje-odgovor vodi ka rezultatu, u odnosu na formu pitanje1-pitanje2-pitanje3-odgovor. Pored toga, predugačka pitanja vode ka gubitku koncentracije i pažnje kandidata. Dešava se i to da intervjuer favorizuje nekog kandidata, pa počne da mu postavlja pitanja na koja je lako predvideti odgovor. Nepotrebno je navoditi da ne treba zalaziti u pitanja lične prirode i privatnosti kandidata. Na takva pitanja kandidat nije dužan da odgovori. Pored navedenih grešaka, sasvim je moguće da intervjuer na pogrešan način pristupa intervjuu. Time se misli na pitanja koja postavlja kandidatu, a koja su od krucijalnog značaja za ishod intervjuja.



foto: Momčilo Grujić | momcilogrujic.com

KRAJ INTERVJUA, ALI NE I KOMUNIKACIJE SA KANDIDATOM

Česta greška je da se intervju završava onda kada intervjuer isprati kandidata, bez omogućenog prostora da kandidat dodatno postavi pitanja, ili doda još neke informacije koje misli da mogu da doprinesu pozitivnom ishodu intervjuja. Ako se vodimo starim dobrim "vreme je novac", onda zahvalnost kandidatu na izdvojenom vremenu i ukazanoj pažnji, svakako ne sme biti izostavljena.

Ophođenje prema kandidatu je ključno tokom intervjuja, međutim etika intervjuisanja nalaže da kraj intervjuja ne znači i kraj komunikacije sa kandidatom. Follow up intervjuja je sastavni deo procesa selekcije, gde se kandidat obavesti o ishodu intervjuja, kao i o daljim koracima koje je neophodno učiniti ukoliko je kandidat uspešno prošao intervju. Follow up podrazumeva i obaveštenje da kandidat nije prošao intervju.

Atria Group nudi treninge vezano za različite oblasti HR menadžmenta, a jedan od njih je i trening „Intervju zasnovan na kompetencijama“. Ovaj trening je program kompanije CEB Talent Assessment, globalnog lidera, koja nudi sveobuhvatan i detaljan pogled na brojne mogućnosti u domenu savremenog HR-a. Prijavite se, unapredite svoje veštine intervjuisanja, i povećajte objektivnost procene kandidata!

Pročitajte više o ovome na sajtu Atria Group www.atria.rs



VAŠ PUT LIČNOG I PROFESIONALNOG
RAZVOJA POČINJE OVDE.

Napravite pravi korak u svom
ličnom i profesionalnom razvoju.



KAKO PODSTAĆI **KREATIVNOST?**

Brzo. Brzo i pomalo nepotpuno. Brzo, nepotpuno i površno. Puno je reči sa kojima možemo da opišemo današnje poslovanje i funkcionisanje u svetu koji se menja brže nego što mi možemo da ispratimo. I uz tolike izmene, kako onda odgovoriti na potrebe klijenata i potrošača koje rastu, i koje je sve teže diverzifikovati? Predstavljamo vam par činjenica koje mogu da pomognu u ovom segmentu.



foto: Momčilo Grujić | momcilogrujic.com

MAŠTAJTE

Mnogi od nas postavljaju ciljeve, ili bar mislimo da je tako. Ciljevi su super! Ukoliko to stvarno radite, spadate u nekih 6% ljudi na planeti. Ali ono što će vas dovesti do neverovatnih ciljeva jeste mašta. Naš mozak ne pravi razliku između realnosti i mašte. Zašto mu onda ne bismo poklonili slikovite i žive ideje naših proizvoda, za koje će on dalje smišljati načine kako do njih da dođe? Zašto ne bismo popričali sa njim i rekli mu šta tačno želimo u samo par reči?

MANJE JE VIŠE

Kao što je pomenuto, u jednom trenutku naš mozak može da se fokusira na 7±2 informacije (G. Miller 1956.), i ukoliko u reklamama bombardujemo našu publiku sa puno detalja, glavna poruka može da ostane neprimećena.

PRIČAJTE PRIČE

Postoje mnogi ljudi koji vole priče. Ako vašu priču koja priča priču o proizvodu ili usluzi stavite u odgovarajući kontekst, aktivirate desnu stranu mozga vaše publike koja je kreativna, i koja im dozvoljava da sami nađu smisao poruke i zauzmu stav. Nakon što se zauzme stav, javlja se prirodna težnja da se ponašamo u skladu sa tim stavom.

POVRATNA INFORMACIJA (FEEDBACK)

Slušajte vaše klijente. Zatim ih saslušajte. I za kraj ih čujte. I samo radi zabave, pokušajte da zamislite sebe (ili vašu kampanju, proizvod) kako usvajate to što predlažu. Ako je neki deo i nejesan, uvek možemo da pitamo: "Na šta tačno mislite kada nam to kažete? Kako tačno bi nešto bilo bolje ako se ...?"

ZAPISUJTE. ŠKRABAJTE.

Inspirativni trenuci se dese. U kolima, za vreme slušanja pesme, u prodavnici, dok spavamo... Zapišite i skicirajte ono što ste dobili kao ideju. Dajte vašem mozgu dodatne slike koje može da projektuje u akcioni plan.

IZAĐITE IZ ZONE KOMFORA

Ako uvek stvari radimo na jedan način, takav rezultat ćemo i dobiti. Uradite nešto što do tada niste radili. Skočite padobranom, prijavite se za ples, ukradite neku sitnicu, otidite na iznenadni odmor... Šta god... Svakako, neka to bude nešto što ne liči na vas, ili se od vas ne očekuje... Tako se raste i razvija...

PREUZIMAJTE RIZIK

Neuspeh je super stvar, zato što tako najbolje učimo. I sasvim je u redu da pogrešimo. I jednom i dvaput i ... Ključna stvar je koliko učimo iz svakog neuspeha? I pored tehnike i tehnologije koja nas okružuje, nekako se uvek vraćamo na čoveka i na njegovu strukturu i funkcionisanje u svakodnevnom okruženju. Ukoliko naučite da formulišete poruke koje su krojene prema publici, bliži ste da vaša ciljna grupa dobije pravu informaciju, na pravi način.

I ... Šta čekate?



KAKO NAPRAVITI VRHUNSKU PREZENTACIJU?



Svi mi želimo da naše prezentacije ostave jak utisak i da budu dugo upamćene, ili bi bar tako trebalo biti. Kažu da slika vredi hiljadu reči, pa shodno tome prezentacije bi trebale da budu organizovane tako da drže pažnju, ostaju dugo u secanju, i da asociraju na prezentera/brend/kompaniju.

Kako da maksimiziramo šanse da naše prezentacije ovako ostanu upamćene?



**PRESENTATIONS ARE BORING.
PEOPLE ARE INTERESTING.**



Fantastične prezentacije bude radoznalost kod publike, tj. želju za znanjem. Svaka prezentacija može biti zanimljiva, samo je bitno da uključite par segmenata u planiranje svoje prezentacije.



IZNENAĐENJE

Kada se obraćate publici, podelite sa njima informacije koje će da potpuno preokrenu njihove pretpostavke. Istražite studije vezane za temu o kojoj pričate.

Prilikom praktičnog rada na eksperimentima iz hemije dece ne uče. Prateći isprobane recepte, ne vežbaju kritičko razmišljanje i kreativnost.

ZAGONETKA

Predstavite vašoj publici zagonetno pitanje bez očiglednog rešenja. Da ta zagonetka postane lampica koja se stalno pali i koja drži njihovu pažnju.

Možemo li plakati pod vodom?

Zašto je grudnjak jednina, a gaćice množina?

Zašto se okrugla pica pakuje u kutije oblika kvadrata?



foto: Momčilo Grujić | momcilogrujic.com

ECE (Emotionally Charged Event)

Emocije su ključ donošenja odluka da li nam se nešto sviđa ili ne. Ako probudite emociju kod vaše publike, kupili ste ih prezentacijom.

Smislite nešto drugačije što će pokrenuti vašu publiku.

Dobar primer je prezentacija Bila Gejtsa tokom govora na TED-u 2009. godine, kada je pričao o temi malarije, i kako svake godine od ove bolesti umre milion ljudi širom sveta. I pored upotrebe svog glasa, i pokazivanja empatije, uradio je nešto što je značilo da se ova prezentacija nađe u dosta knjiga i tekstova, o momentima koji pokreću emociju. Rekao je: "Nije u redu da samo siromašni iskuse malariju." i u tom trenutku iz tegle pustio roj komaraca u publiku. Ovim je definitivno dobio pažnju publike, i ovaj youtube video je za kratko vreme pregledao veliki broj ljudi.

TRENING TOP PREZENTACIJA

1. Decembar 2017. godine

Na ovom jednodnevnom treningu ćemo obraditi teme:

- kako vrhunski prezenter organizuju svoje prezentacije,
- kako pobediti tremu pred javni nastup,
- kako kreirati efektivan vizuelni momenat prezentacije,
- kako usmeriti energiju i vladati scenom i slušaocima.

Više info na www.BRIDGE.co.rs



NAŠA FRUŠKA GORA



Lepota Fruške gore je njena raznovrsnost i što svako može da pronađe nešto za sebe. Za vas smo izdvojili pet lokacija koje su nama posebno drage, a želimo da se nađu i u vašoj to-do listi:

1. Beli Majdan - Stari kamenolom ili kako ga još zovu Rakovačka pećina, nalazi se u Rakovcu. Visoka je oko četiri metra, svod drže veliki kameni stubovi i nastala je iskopavanjem kamena u davnim vremenima, najverovatnije za potrebe obližnjeg manastira Rakovac. Postoje i stepenice isklesane u kamenu, tako da možete obići sve odaje u unutrašnjosti. Dimenzije celog kompleksa su imponantne i jedinstvene za područje Fruške gore.

2. Ledinačko jezero - Još jedan dragulj Fruške gore koji je nastao 1999. godine, prestankom rada pumpi kamenoloma Srebro. Na tom mestu je eksploatisan trahit, retka ruda vulkanskog porekla, koja služi za asfaltne mešavine i betone visokog kvaliteta. Jezero se punilo podzemnim vodama, kao i potocima Lukin svetac i Srebrni potok. Voda je s vremenom rasla, tako da je u jednom trenutku dubina jezera iznosila oko 50 metara.

3. Livada Kišelez - jedna od najlepših livada na Fruškoj gori, nalazi se na oko 2,2 kilometra od skretanja za manastir Đipša, iz pravca istoka. Pogled koji se pruža podseća na više planinske predele, a na livadi se često može videti veliki broj ovaca na ispaši. Pogled sa Kišeleza nikako ne smete propustiti!

4. Vila Ravne - U šumi nedaleko od Sviloša Vila Ravne nezaobilazno je obeležje ovog dela Fruške gore, već više od jednog veka. Vilu je sagradila iločka plemićka porodica Odeskalski (Odescalchi), prvenstveno zbog uživanja u fruškogorskom raju. Vilu je ponekad koristio visoki državni funkcioner Aleksandar Ranković Leka, i to najviše za lov. Tokom sedamdesetih, vila je preuređivana za potrebe Josipa Broza Tita, ali on ju je samo jednom prilikom 1976. godine na kratko posetio. Iz tih razloga ovu vilu ponekad nazivaju i „Titova i Lekina vila“.

5. Manastir Staro Hopovo - Na oko dva kilometra od manastira Novo Hopovo, izolovan i okružen borovom šumom, nalazi se muški manastir Staro Hopovo, zasigurno jedan od najmanjih na Fruškoj gori. Često se naziva i Stari manastir. Ovaj manastir i crkvu posvećenu Svetom Nikoli podigao je despot Đorđe Branković, krajem XV i početkom XVI veka.

Fruškać

Sve o Fruškoj gori!

Fruškać, odnosno fruskac.net je onlajn vodič kroz Nacionalni park Fruška gora nastao sa ciljem očuvanja njegovih kulturnih, istorijskih i prirodnih vrednosti. Portal je osnovan 2015. godine i napravljen je isključivo doprinosom i veštinama zaljubljenika u prirodu.

Kroz portal ljudima prenosimo našu ljubav prema Fruškoj gori, stvaramo zajednicu ljubitelja prirode i pravimo mesto gde svakodnevno mogu da nauče nešto novo o ovoj planini i drugim zanimljivostima koje su specifične samo za nju.

Fruškać je nezavisno udruženje građana, nemamo podršku države, institucija i ne prodajemo vino. Podržite nas kako bi ideja nastavila da raste. Ostavite nam vaše podatke putem ove forme, a zatim uplatite novac na naš tekući račun 160-429193-75 ili uplatite preko Paypal-a na donacije@fruskac.net. Možete nas podržati i preko Patreon-a i tu vas čeka iznenađenje. :)

fruskac.net

Fotografija: Darko Ihas

O

ZAŠTO MAGIJA NE POSTOJI?

F

Sve kreće iz glave.
Slike. Sećanja. Uverenja.
Kada kažemo da nešto možemo ili ne
možemo. Kada smo tužni. Kada smo srećni.
Kada krivimo druge. Kada postizemo fantastične
rezultate.

Sve kreće iz našeg mozga.
Mi funkcionišemo u navikama tj. određenim
programima.

“

Koliko će vremena trebati da se usvoji određeni obrazac, zavisi od kompleksnosti ponašanja koje želite da pretvorite u naviku. Istraživači Londonskog Univerzitetskog Koledža su istraživali formiranje različitih navika, i došli do saznanja da je potrebno između 18 i 254 dana da se određena ponašanja „usade“ i postanu naše navike.

”





foto: Momčilo Grujić | momcilogrujic.com

Prepoznavanje obrazaca ponašanja, i formiranje navika, se ustvari dešava u određenim strukturama mozga koje se zovu bazalne ganglije, i koje takođe imaju bitnu ulogu u razvoju emocija i sećanja.

Kada iskusimo nešto novo naš mozak "ispaljuje" neurone u određenim obrascima. Ako se iskustvo ponavlja, neuroni se ispaljuju u sličnim obrascima i ako se ponavlja dovoljno puta, mozak kreće da pravi određene veze. Što više veza pravimo, pre ćemo usvojiti određeno ponašanje.

Ovi obrasci, koje mi nazivamo navike, se dodatno pojačavaju sa dopaminom, hormonom koji nastaje na više mesta u našem organizmu (crna supstanca, limbički sistem, hipotalamus ...), i koji utiče na pokrete, osećaj zadovoljstva, učenje, pažnju, spavanje... Lučenjem dopamina u ovim situacijama, obrasci postaju ugodni i ohrabruju nas da ponovimo proces.

Ljudi kada nauče neki novi model, tehniku ili alat u komunikaciji, očekuju instant rezultate. Očekuju instant magiju. I zato magija ne postoji. Magija se stvara. Samo je potrebno da stalno radimo na sebi.

Ono što postoji, i na šta uvek možemo da utičemo jesu naša ponašanja i volja da napravimo promenu. Ukoliko je volja dovoljno jaka - pojačava se lučenje dopamina. Kada to kombinujemo sa ponavljanjem određene veštine - ulazimo u kreiranje novog obrasca, i krećemo se ka majstorstvu.

Uvek je na vama da vežbate i usvajate nova znanja.

KAKO IZABRATI RUČNI SAT?

Pronašli smo podatak, da je sve to krenulo negde tokom Prvog svetskog rata, kada je vojnicima dosadilo da stalno "vijaju" svoje džepne satove, i tada su počeli da nose satove koji su bili na narukvici. Do tada, sat sa narukvicom koji se nosi na ruci je smatran potpuno ženskom modom.

JEDNA OD PRVIH PRIČA ZA NASTANAK DANAŠNJIH SATOVA SA NARUKVICOM, VEZANA JE ZA LUJA KARTIJEJA (LOUIS CARTIER). DA, ONOG KARTIJEJA, KOJI JE GLEDAJUĆI SVOG KOLEGU ALBERTA SANTOSA U AVIONU, KAKO SE MUČI DA MERI VREME I PRI TOME DRŽI OBE RUKU NA UPRAVLJAČKOJ JEDINICI AVIONA, NAPRAVIO PRVI SAT SA NARUKVICOM.

Pored mogih praktičnih stvari koje vam nošenje sata nudi, ono što je puno bitnije je da **satovi jesu stvar mode, ponosa i veoma često tradicije**. Svi koji vole satove znaju, da sat oslikava deo vaše ličnosti, i nosi određeni pečat koji vas predstavlja. Sat vremenom postaje deo vas i vašeg utiska koji ostavljate da druge.

ODABERITE PRAVU VELIČINU ZA SEBE

Lice sata se meri u milimetrima i opseg se kreće između 34-50mm. U zavisnosti od vaših preferencija, vi birate veličinu.

ODLUČITE NA KOJOJ RUCI ĆETE NOSITI SAT

Sat ima svoju praktičnost i najbolje da izaberete ruku gde će vama biti najprikladnije da nosite sat. Obično je to nedominantna ruka.

DEFINIŠITE SVOJ STIL

Izaberite sat koji će najbolje predstaviti vas. Vašu ličnost. Posao. Hobi. Zaboravite pravila i nosite onaj sat koji vama najviše odgovara.

BERIĆ

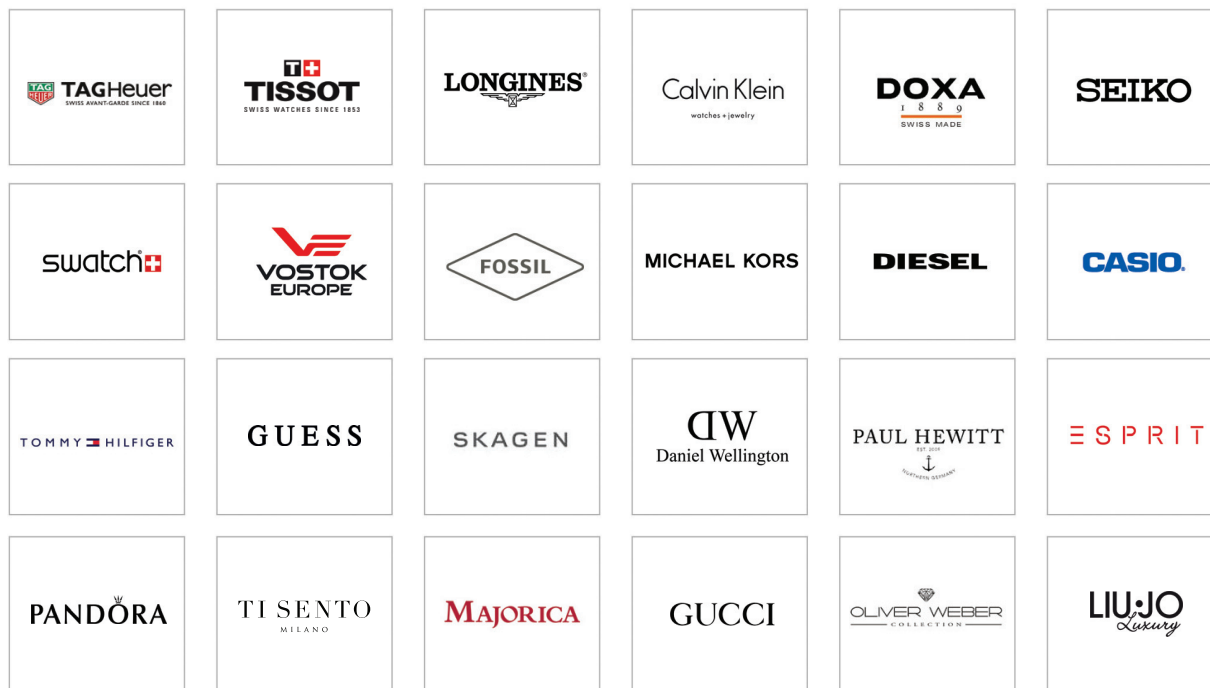
SATOV I NAKIT

BEOGRAD - NOVI SAD - VRŠAC

Vodeća kuća vodećih brendova



Zajednička strast prema čudesnom svetu časovničarstva i juvelirstva okupila je pod krovom galerija Berić satovi i nakit tim posvećenih ljudi koji Vam prezentuju više od 100 svetski poznatih brendova. Vodeći računa o svakom detalju, pažljivo birmo svaki primerak jer smo ponosni na Vaše poverenje. Zahvaljujući Vama postali smo Vodeća kuća, vodećih brendova.



www.satoviberic.rs

069-11 69 100

2 KOJE JE VAŠE VREME?

1

U ovom broju se bavimo različitim namenama satova, i želimo da vam približimo filozofiju nošenja satova koja ima širok raspon, od one upotrebne, do one estetske.

CASIO PROTREK PRG 270

Ukoliko ste istinski ljubitelj prirode, i ako ste do sada samo zavirili u šumu i polako vas planine sve više vuku, zgodno je imati sat koji ima puno korisnih funkcija. Ovaj digitalni sat ima pregršt klasičnih funkcija kao i ostali Casio satovi: vreme, kalendar, 31 vremensku zonu, štopericu, tajmer, 5 alarma... Pored ovoga on nudi i :

- **Vreme izlaska i zalaska sunca** – koje Vam može biti korisno ako se spremate na duže šetnje, i želite da procenite vreme za koje ćete se vratiti.
- **Altimetar** – kojim merite nadmorsku visinu na kojoj se nalazite. Pored ovoga možete snimiti i vašu putanju, i najviše i najniže tačke na kojima ste bili.
- **Barometar (i termometar)** – koji meri promene u atmosferskom pritisku i temperaturi. Fantastičan alat koji će vam predvideti vremenske uslove i dodatno vas pripremiti za neku šetnju kako u planinskim, tako i u svakodnevnim uslovima.



• **Kompas** – kojim ćete se moći orijentisati i odrediti smer kretanja. Znamo da je danas pregršt GPS uređaja, i da svaki bolji telefon ima ovu funkciju, ali svakako za prave ljubitelje prirode ima nešto i u snalaženju u prirodi na ovaj način.

I za kraj ovaj sat ima solarno napajanje koje će vam značiti ukoliko provodite duže vreme na otvorenom.

Vodootpornost ovog sata je 10ATM što znači da možete plivati sa njim i nositi ga prilikom kupanja.

Idealan poklon prijatelju koji voli prirodu, mužu za rođendan ili sinu za punoletstvo.



FOSSIL ES3226

Kažu ljudi da su ukusi različiti i da ne trebaju da budu predmet rasprave. Satovi su odavno prestali da budu samo korisna stvar koja vam govori koliko je sati. Danas su to prefinjeni delovi našeg stila života koji oslikavaju našu ličnost.

Naš omiljeni sat za ovu sezonu predstavlja pravi balans između prefinjenog i smelog dizajna. Svetlucavi kristali i tanka roze narukvica čine ovaj Georgia sat pravim šik asesoarom.

Jednostavnost i upečatljivost je ono što ovaj sat izdvaja od drugih.

Kao i kod većine satova, vodootpornost ovog sata je 5ATM, što znači da ga možete nositi tokom blagih pranja ruku, i eventualno u plitkim vodama. Nije preporučljivo da ga nosite prilikom kupanja, ronjenja i prilikom sličnih aktivnosti.

Idealan poklon dragoj osobi, poslovnoj partnerki ili ćerki za maturu.

Pravi savet, ideju i svakako prijatan razgovor, ćete pronaći u jednoj od mnogih **Galerija satova BERIĆ**.

M

F

ČEMU SLUŽI TRAVEL ADVISOR?

Da li Vas često muči **osećaj nervoze pred službeni put i preispitivanje da li je sve spremno**: avio karta, vaučer za hotel, rent a car, zdravstveno osiguranje; koliko je smeštaj udaljen od mesta na kom imam sastanak?; koliko prtljaga smem da ponese?; da li ću imati vremena da malo vidim grad i šta mogu da obidem za tako kratko vreme?; da li imam rešen prevoz do aerodroma? Ako je odgovor pozitivan, možda Vam je potrebna pomoć Travel advisor-a, odnosno, savetnika za putovanja.

Savetnici za putovanja predstavljaju jedan od savremenih oblika svima dobro poznatog zanimanja turističkog agenta, s tim što oni ne moraju nužno biti zaposleni u velikim turističkim agencijama, već mogu biti samostalni ili raditi u firmi koja zapošljava svega nekoliko ljudi. Savetnici za putovanja su mahom iskusni agenti koji su svoju karijeru i iskustvo stekli u turističkoj branši, pa su, u nekom trenutku, rešili da svoje znanje iskoriste za pokretanje sopstvenog malog biznisa.

Odgovor na pitanje: Da li nam je, i zašto u životu potreban Travel advisor? je vrlo jednostavan. Na prvom mestu, potreban nam je zbog nedostatka vremena neophodnog da se putovanje dobro osmisli i pripremi,



foto: Momčilo Grujić | momcilogrujic.com

a na drugom mestu, zbog nedostatka iskustva i želje za uštedom.

Iako je u današnje vreme sve jednostavnije kreirati sopstveni turistički aranžman uz pomoć interneta, sklapanjem slagalice od avio karata, hotelskih vaučera, ulaznica i ostalih putnih neophodnosti, u praksi se pokazuje da po dolasku na destinaciju, ljudi često shvate da se spojevi između komadića puzzle baš i ne uklapaju onako kako su oni to zamislili ili očekivali,

da su neke komadiće zaboravili ili pogrešno procenili. Tada nastaju izazovi i dodatni troškovi sa kojima moraju sami da se suoče, na licu mesta. Takođe, važno je napomenuti i činjenicu da poslove vezane za pripremu službenih putovanja, kod nas još uvek obavljaju sekretarice ili priučene osobe zaposlene u firmi, koje nemaju pristup B2B platformama za rezervacije avio karata i hotela, i nedostaje im znanje i iskustvo neophodno da se putovanje zaista kvalitetno osmisli i pripremi, i to po najboljoj mogućoj ceni. Na primer, među njima još uvek vlada zablude da je Booking.com mesto na kojem su cene hotelskog smeštaja najniže.

“ ISKUSNI PUTNICI ČESTO KAŽU DA KAO ŠTO SVAKO IMA SVOG ZUBARA, FRIZERA I ADVOKATA, TREBA DA IMA I NEKOGA KO ĆE MU POMAGATI KADA SU U PITANJU PUTOVANJA. ”

Agenti koji posluju kao savetnici svoje usluge naplaćuju prema utvrđenom cenovniku, pružaju personalizovane usluge i brzo odgovaraju na upite, što danas omogućava elektronska komunikacija putem live-chat platformi i društvenih mreža. Najvažnije je da klijent dobije sve informacije brzo, sažeto, jasno, i bez skrivenih detalja.

Srećan put želi vam **Bookiraj.com** - Vaš savetnik za putovanja!





DA LI STE ZNALI DA SE PARKING NA AERODROMU U BUDIMPEŠTI MOŽE UNAPRED REZERVISATI, I PRITOM UŠTEDETI DO 40%?



DA LI STE ZNALI DA BOOKING.COM I SLIČNI PRETRAŽIVAČI NISU UVEK MESTA NA KOJIMA SU CENE HOTELSKOG SMEŠTAJA NAJNIŽE?



DA LI STE ZNALI DA TRANSFERE OD AERODOROMA DO HOTELA U INOSTRANSTVU MOŽETE PLATITI I U DINARIMA?



DA LI STE ZNALI DA U SRBIJI POSTOJE RENT A CAR KOMPANIJE KOJE DOSTAVLJAJU VOZILA NA ADRESU KORISNIKA?



DA LI ZNATE ŠTA TREBA URADITI AKO PROPUSTITE LET?



DA LI ZNATE ŠTA TREBA URADITI AKO STE ZABORAVILI DA IZVRŠITE ONLAJN ČEKIRANJE?



DA LI ZNATE KOD KOJIH AVIO KOMPANIJA JE CENA ČEKIRANJA PRTLJAGA NA AERODROMU I DO 100% VIŠA U ODNOSU NA CENU KOJU DOBIJATE PRILIKOM KUPOVINE KARTE?



ONLINE TRAVEL AGENCY
BOOKIRAJ.COM

4 RAZLOGA ZAŠTO NAS KONTAKTIRATI PRE SVAKOG PUTOVANJA

U roku od 2h odgovaramo na svaki postavljen upit u vezi sa rezervacijom avio karte ili hotelske sobe

U 96% slučajeva pronalazimo bolju cenu za hotelsku sobu od ponude koja je dostupna na pretraživačima

Transferi sa/do aerodroma sa/do adrese putnika (stana, kuće, hotela, apartmana)

Saveti, ideje, informacije u svakom momentu

kontakt@bookiraj.com

www.bookiraj.com

+381 69 20 28 007





KAKO SAČUVATI NEPOPIJENO VINO?

Jedan od čestih problema sa kojim se ljubitelji vina susreću jeste kako sačuvati ostatak vina nakon nepopijene cele flaše vina. Često je ovo razlog izbegavanja svakodnevnog uživanja u vinu.

Vino je živa materija koja prilikom velikog izlaganja kiseoniku dobija negativne i vrlo neprijatne arome. Iz ovih razloga, vino nakon otvaranja boce ne može da se čuva nedeljama, ali na nekoliko dana ono može da sačuva svoju svežinu i određeni identitet. Ovo posebno važi za kvalitetna i vrhunska vina, koja su pažljivije i marljivije spravljanja i čuvana, pa njihova očuvanost može biti nešto duža. Ipak, ne treba se opušitati.

Svakodnevno pijenje vina, uz određenu meru, je pre svega čin koji nas zdravstveno podržava, opušta i veseli nakon napornog i stresnog radnog dana. Međutim, bojazan da se vino neće popiti, i da je šteta otvoriti bocu nekog skupljeg vina samo za svakodnevni ručak ili večeru, uskracuje užitke koji nam mogu poboljšati raspoloženje i učiniti dan vedrijim. Ipak, rešenje postoji. Upravo to nepopijeno vino, uz adekvatan zapečaćavanje i odlaganje na hladno i tamno mesto, može biti sačuvano i za naredni dan.

Gumeni čepovi su jedni od čuvara najdražeg vina na kratke staze. Iako guma zvuči poražavajuće za vino, ona ima i svoju dobru stranu. Svojim oblikom prilagođava se svakom grlu boce, a na samom vrhu, čep je oblikovan za specijalnu pumpicu kojom se izvlači vazduh. Time se u praznom delu boce stvara vakum, čime se omogućava čuvanje vina na kraći period. Ove spravice su pristupačne i dostupne u svakoj opremljenoj vinoteci.



Nakon što se vino adekvatno zatvori, potrebno ga je odložiti na hladno i tamno mesto, poput frižidera, u boljim slučajevima u specijalne vinske vitrine. Ovo važi čak i za crvena vina, koja znamo da se serviraju na višim temperaturama. U ovom slučaju, crveno vino treba izvaditi pola sata do sat vremena pre nego što želite da ga pijete, kako bi dostiglo potrebnu temperaturu. Ukoliko vino odložate u frižider, proverite da li su namirnice jakog mirisa (sirevi, šunka..) stavljene u posebne posude koje će onemogućiti širenje njihovog mirisa. U suprotnom, izaberite neko drugo hladno i tamno mesto kako ne bi bili u prilici da mirišite šunku, sir i sl.u vašem vinu.

Dakle, uživanje u vinu za istinske ljubitelje vina ne treba čuvati samo za posebne trenutke, već učiniti svaki dan posebnim. Uz vino je to ostvarivo!

Ljubica Radan

Diplomirani inženjer poljopivrede-master



Vinska Akademija Srbije



WSET
WINE & SPIRIT
EDUCATION TRUST

- Vinske obuke
- Vinski TEAM BUILDING
- Vinski bonton

VINSKA AKADEMIJA SRBIJE (WINE ACADEMY OF SERBIA) od novembra 2015. godine postala je deo najprestižnije i najcenjenije vinske institucije na svetu Wine and Spirit Education Trust.

U Vinskoj Akademiji Srbije možete pohađati dva nivoa, WSET level 1 Award in Wines, WSET level 2 Award in Wines and Spirits, kao i vinski servis WSET level 1 Award in Wine Service, nakon čega slede nivo 3, diploma (dostupna samo u Londonu) koja je ujedno i preduslov za konkurisanje za Master of Wine titulu-najvišu i najprestižniju titulu u vinskom svetu.

Nakon svakog uspešno položenog nivoa, polaznik dobija WSET sertifikat koji je međunarodno priznat!

WWW.VINSKAAKADEMIJA.COM
SKOLAVINA@GMAIL.COM

NAŠ MOZAK

Leva i desna hemisfera našeg mozga imaju različite funkcije koje čine nerazdvojni deo naših svakodnevnih aktivnosti. Stavljajući akcenat na određene aktivnosti, mi upravljamo ovim segmentima našeg mozga i time upravljamo našim fokusom.



- ★ LINEARNO RAZMIŠLJANJE
- ★ ČINJENICE
- ★ LOGIKA
- ★ ANALIZA
- ★ FOKUS NA REČI

- ★ INTUITIVNO RAZMIŠLJANJE
- ★ OSEĆANJA
- ★ KREATIVNOST
- ★ MAŠTA
- ★ NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

TEST

Koju stranu mozga više koristite?

INSTRUKCIJE

Za svako pitanje na liniju upišite koliko se slažete sa izjavom (od 1 do 5). Na primer, ukoliko se potpuno slažete sa izjavom upišite 5. Ukoliko se uopšte ne slažete upišite 1. Ako ste neutralni ili ne možete da odlučite, upišite 3.

P1	___	Nije mi potrebna pohvala drugih.
P2	___	Više volim čas iz matematike nego čas iz grnčarije (pravljenje predmeta od gline).
P3	___	Ja nikada ne kasnim.
P4	___	Ne čitam uputstva kada trebam nešto da sastavim.
P5	___	Ne bih mogao da živim u neredu.
P6	___	Potpuno se nasumično ponašam.
P7	___	Volim da se bavim sa rečima.
P8	___	Ponašam se poslovno.
P9	___	Smišljam nešto novo.
P10	___	Nije me lako uznemiriti sa nekim događajem.
P11	___	Retko kada plačem dok gledam tužan film.
P12	___	Planiram život logički.
P13	___	Potreban mi je kreativan odušak.
P14	___	Odluke donosim na osnovu činjenica a ne osećanja.
P15	___	Znam da zabrljam.
P16	___	Lako se uznemirim.
P17	___	Romanitačan/na sam
P18	___	Iznad svega cenim logiku.
P19	___	Često zaboravim da vratim stvari na njihovo mesto
P20	___	Smiren sam čak i u stresnim situacijama.

INSTRUKCIJE ZA BODOVANJE

Uzmite vrednosti iz testa i postavite ih u jednačinu ispod:

$$A = \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} = \underline{\quad}$$

(P1) (P2) (P3) (P5) (P8) (P10) (P11) (P12) (P14) (P18) (P20)

$$B = \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} = \underline{\quad}$$

(P4) (P6) (P7) (P9) (P13) (P15) (P16) (P17) (P19)

Izračunajte vrednosti A i B i stavite ih u jednačinu ispod:

$$X = 66 - \frac{\quad}{(A)} + \frac{\quad}{(B)} =$$

X je vaš finalni rezultat. Trebao bi da je između 20 i 100.

20-55

Orijentisanost ka levoj hemisferi

56-64

Nema jasne preferencije

65-100

Orijentisanost ka desnoj hemisferi



BRIDGE

COMMUNICATIONS

NAJUSPEŠNIJE **STRATEGIJE**
ZA POJEDINCE I KOMPANIJE.

www.BRIDGE.co.rs



- ★ NLP treninzi
- ★ Korporativni treninzi
- ★ Coaching
- ★ Rent A HR
- ★ TeamBuilding

Partneri

