

ZNANJE KOJE MENJA IGRU: UPOZNAJ PROFESIJE



MOŽDA JOŠ NE ZNAŠ ČIME ĆEŠ DA SE BAVIŠ
- ALI MOŽEŠ DA UPOZNAŠ SVET U KOME ĆEŠ
JEDNOG DANA RADITI.



SADRŽAJ

UVOD.....	1
KARIJERNO-PLANIRANJE-I-RAZVOJ-KARIJERE	2
O-FREELANCE-KARIJERI	3
O-KARIJERI-U-HR-U	4
O-KARIJERI-U-KOMUNIKACIJAMA	6
O-KARIJERI-U-MARKETINGU	7
O-INTERDISCIPLINARNOST-KARIJERI-(LX-DIZAJN)	9
O-INOVACIJAMA-I-STARTAPIMA	10
O-FORENZIČKOJ-PSIHOLOGIJI	12
I-ZA-KRAJ-.....	14

UVOD

Razvoj karijere je put pun odluka, izazova i prilika. Studenti se svakodnevno pitaju kako da postave ciljeve, pronađu motivaciju, pregovaraju, grade odnose i osnaže svoje veštine. Odgovori se često kriju u znanju – u idejama koje menjaju perspektivu i otvaraju nova vrata.

Ova brošura okuplja poruke stručnjaka, preporuke knjiga i male zadatke za razmišljanje i praksu. Nije zamišljena da se samo pročita, već da vas podstakne da se uključite, probate i primenite.

Prvo izdanje nastalo je zahvaljujući radu studentkinja na stručnoj praksi u Centru – Jelice Đalović, buduće psihološkinje, i Jovane Todorović, buduće ekonomistkinje. Njihov doprinos pokazuje da studenti već tokom studija mogu biti podrška svojim kolegama, ali i da kroz svoj angažman mogu pokazati koliko su kreativni, proaktivni i vredni u oblikovanju resursa koji inspirišu druge.

Na taj način, brošura odražava i misiju Centra za razvoj karijere i savetovanje studenata Univerziteta u Beogradu (CzRK) – da bude oslonac studentima u razvoju karijere, da ih podstakne na učenje i pruži im alate koji menjaju igru.

AUTORKE

Jovana Todorović, studentkinja Ekonomskog fakulteta u Beogradu, stručna praksa u oblasti marketinga u CzRK, poliglotkinja i ljubiteljka čokolade i fudbala.

[linkedin.com/in/jovana-todorović-61841a308](https://www.linkedin.com/in/jovana-todorović-61841a308)

Jelica Đalović, studentkinja psihologije Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu, stručna praksa u oblasti marketinga u CzRK, ljubiteljka kafe i umetnosti.

[linkedin.com/in/jelica-đalović-656840273](https://www.linkedin.com/in/jelica-đalović-656840273)

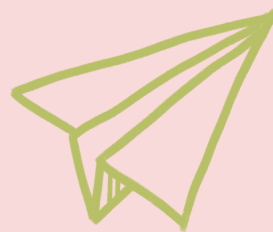
Dizajn: Nevena Ljujić, diplomirana studentkinja Ekonomskog fakulteta, Tandem praksa – tandem za podršku u organizaciji događaja u CzRK,
<https://www.linkedin.com/in/nevena-ljujic-8a8369308/>



KARIJERNO PLANIRANJE I RAZVOJ KARIJERE

Nmožda još ne znaš čime ćeš se baviti - ali možeš da upoznaš svet u kome ćeš jednog dana raditi.

Kroz priče ljudi iz prakse, ove teme ti približavaju kako zaista izgledaju profesije, kompanije, timovi, donošenje odluka, razvoj karijere i rad sa ljudima. Ko zna – možda baš ovde prepoznaš oblast za koju ćeš reći: "Ovo je to, ovo je moje."



O FREELANCE KARIJERI

Poruka stručnjaka: „Eksperimentiši i nemoj se plašiti.” - Marta Dragojević, savetnica za strateške komunikacije

Zašto baš ova tema?

Freelance rad je sve prisutniji način rada, ali često deluje nejasno i nesigurno na početku. Ova tema pomaže da se razbiju najčešće dileme oko početka - od prvog klijenta do izgradnje profesionalnog identiteta. Ideja da „traženje posla jeste posao”, kao i to da se karijera gradi kroz male, često nesigurne korake, dosta utiče na promenu perspektive. Ono što je posebno zanimljivo jeste koliko ovaj put kombinuje ličnu inicijativu, učenje kroz praksu i stalno prilagođavanje - bez unapred zacrtane sigurnosti.

Kako izgledaju počeci freelance karijere?

Freelance karijera zahteva upornost, samopouzdanje i spremnost na stalno prilagođavanje. Početak često nije jednostavan - mnogo vremena odlazi na traženje poslova, uređivanje profila i sticanje prvih klijenata. Treba imati na umu da postoji razlika između freelance rada i klasičnog zaposlenja, jer freelanceri nisu vezani za jednu firmu ili jednog klijenta, što donosi veću fleksibilnost, ali i dozu nesigurnosti.

Profil, portfolio i prvi klijenti

Veliki značaj ima način predstavljanja na platformama poput Upwork-a. Kvalitetan profil, dobro predstavljen portfolio i prilagođavanje prijave konkretnim poslovima mogu značajno uticati na pronalazak prvih angažmana. Posebno je zanimljiva ideja da čak i bez prethodnih klijenata možemo pokazati svoje sposobnosti kroz primere rada i projekte koje sami osmislimo.

Učenje, tržište i izazovi freelance rada

Freelance rad zahteva kontinuirano praćenje tržišta i razvijanje novih znanja i veština. Pored tehničkih znanja, važni su razumevanje načina rada klijenata, upoznavanje različitih metodologija i istraživanje trendova u oblasti kojom želimo da se bavimo. Kao jedan od izazova izdvajaju se manjak timskog rada, osećaj izolacije i nedovoljno regulisan položaj freelancera, zbog čega iskustva drugih ljudi i profesionalne zajednice postaju važan izvor podrške i informacija.

Preporuke knjiga:

- **Lean startup** - Erik Rajs: saznaj na koji se ideje razvijaju kroz testiranje, prilagođavanje i učenje iz prakse - posebno korisna za razmišljanje o radu u neizvesnim i promenljivim uslovima, kakav je freelance.
- **Misliti, brzo i sporo** - Danijel Kaneman: otkrij način funkcionisanje ljudskog uma i svesti i rešenja za unapređenje razmišljanja i delovanja.

O KARIJERI U HR-U

Poruka stručnjaka: „Možda vaša prva pozicija ne mora da bude u HR-u, ali uđite u firmu na neku poziciju za koju imate više šanse, a onda iznutra kopajte i tražite vaš put ka HR-u.“ - Marija Stojanović, senior HR profesionalka i Regional People Partner, Worldwide Clinical Trials

Zašto baš ova tema?

HR često deluje kao nešto što nam nije vidljivo, ali zapravo oblikuje način na koji ljudi rade, razvijaju se i donose odluke. Jako je zanimljivo to koliko su radoznalost, inicijativa i spremnost da se uči važni i ohrabrujući, iako sam početak možda nije idealan. Kroz spoj rada sa ljudima, razumevanja ponašanja i poslovni kontekst, ova tema nam može pomoći da dobijemo realan uvid u to kako karijera zapravo izgleda iznutra, bez ulepšavanja i automatskog rešenja. Vidimo da, iako početak možda nije savršen, ulaskom u sistem dobijamo priliku da učimo iznutra i postepeno gradimo svoj pravac.

Kako izgleda karijerni put u HR-u?

Karijera u HR-u često nije linearna - počinje od operativnih poslova i postepeno se razvija kroz preuzimanje odgovornosti, širenje znanja i rad sa ljudima. Važnu ulogu imaju inicijativa i spremnost da se iskoriste prilike.

Različite uloge u HR-u

HR nije jedna pozicija - obuhvata različite uloge poput generaliste, specijaliste, regrutera ili HR biznis partnera. Svaka od njih zahteva drugačije veštine i nivo uključenosti u biznis.

Komunikacije u svetu stalnih promena

Komunikacije se menjaju zajedno sa društvom i tehnologijom. Živimo u „zlatnom dobu informacija“, ali i suočavamo se sa izazovima koje ono donosi - preopterećenost informacijama, površno konzumiranje sadržaja, kriza poverenja... Izuzetno je važno kritičko promišljanje, proveravanje informacija i sposobnosti da ostanemo fokusirani u svetu neprekidnih distrakcija.

Kako ući u HR bez iskustva?

Ulazak u HR često podrazumeva indirektan put — kroz prakse, juniorske pozicije ili čak druge sektore, uz kasnije interno preusmeravanje. Ključno je biti proaktivan i otvoren za učenje.

Razvoj i učenje u HR-u

Kontinuirano usavršavanje je neophodno - kroz kurseve, edukacije i praćenje savremenih HR praksi. Razumevanje ljudi i poslovnog konteksta su ključne kompetencije.

Preporuke:

- **Dave Ulrich** – knjige i resursi o savremenom HR-u

Jedan od najuticajnijih autora u oblasti HR-a — njegovi radovi daju širu sliku o ulozi HR-a u biznisu i razvoju organizacija

<https://www.rbl.net/>

- **Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD)**

Jedan od najpoznatijih svetskih izvora za edukaciju u oblasti ljudskih resursa — nudi kurseve, članke i smernice za profesionalni razvoj

<https://www.cipd.org/en/>





O KARIJERI U KOMUNIKACIJAMA

Poruka stručnjaka: „Svaka osoba koju ćete u životu upoznati zna nešto što vi ne znate.“ – Sanja Burg, direktorka korporativnih komunikacija za Adria-Balkan region, L'Oreal

Zašto baš ova tema?

Komunikacija danas utiče na gotovo svaki deo života - od načina na koji predstavljamo sebe, do toga kako gradimo odnose, delimo ideje i pronalazimo svoje mesto u profesionalnom svetu. Ova tema je posebno zanimljiva jer pokazuje da komunikacije nisu samo „pričanje“, već razumevanje ljudi, emocija i promena koje se svakodnevno dešavaju oko nas. Studentima može biti korisno da saznaju nešto više o započinjanju karijere u komunikacijama, ali i o tome kako da privuku pažnju u svetu prepunom informacija kroz način predstavljanja sopstvenih ideja i autentičan način izražavanja.

Šta čini dobru komunikaciju i dobru priču

Razgovaralo se o tome šta neku priču čini uspešnom i zašto danas više nije dovoljno samo preneti informaciju. Dobra komunikacija treba da izazove emociju, privuče pažnju i podstakne na akciju. Posebno je naglašena važnost vizuelnog momenta, autentičnosti i razumevanja publike kojoj se obraćamo. Gošća ističe da je važno krenuti od pitanja „zašto“ nešto želimo da ispričamo, jer upravo to određuje način na koji ćemo preneti ideju.

Zašto danas više nije dovoljno samo preneti informaciju? Dobra komunikacija treba da izazove emociju, privuče pažnju i podstakne na akciju. U današnjem svetu posebno je naglašena važnost vizuelnog momenta, autentičnosti i razumevanja publike kojoj se obraćamo. Važno je krenuti od pitanja „zašto“ nešto želimo da ispričamo, jer upravo to određuje način na koji ćemo preneti ideju.



Karijera u komunikacijama i razvoj profesionalnih veština

Rad u komunikacijama obuhvata mnogo toga— od odnosa sa medijima i korporativnih projekata do digitalnih sadržaja, HR-a i marketinga. Rad u komunikacijama ne vodi kroz strogo definisan karijerni put, već kao polje koje zahteva stalno učenje, prilagođavanje i otvorenost za nova iskustva. Zato je veliki značaj prakse, radoznalosti, veštine pisanja, pouzdanosti i spremnosti da se iz svakog iskustva nešto nauči.



O KARIJERI U MARKETINGU

Poruka stručnjaka: „Ne moraš se uvek i na svakoj poziciji na kojoj radiš pronaći, bitna je tvoja želja za učenjem.” - Jasmina Gajić, marketing i senior savetnica za komunikacije, Revalo

Zašto baš ova tema?

Suprotno uvreženom mišljenju, marketing veštine se uče – ne rađamo se s njima. Takođe, važno je razlikovati marketing od brendiranja, jer se ova dva pojma često pogrešno poistovećuju.

Ova tema razotkriva najčešće zablude o tome šta marketing zapravo jeste i kako se primenjuje u korporacijama. Istovremeno, podstiče studente da prate svoju ambiciju i bez formalnog obrazovanja iz ove oblasti – jer ono što nekog zaista izdvaja nije diploma, već želja za učenjem.

Zato budi radoznao: istraži šta marketing jeste, kako funkcioniše u praksi u kompanijama, i uči kroz iskustvo, a ne samo kroz teoriju.

Razlika između marketinga i brendiranja?

Brend je ono što jesmo, marketing je ono što radimo. Brendiranje je dugoročan proces izgradnje prepoznatljivog identiteta firme, čiji je cilj da se kod kupaca/klijenata izgradi lojalnost i poverenje. Marketing, s druge strane, fokusira se na promociju, prodaju i targetiranje publike – i po pravilu je kratkoročnijeg karaktera. Brendiranje bi trebalo da prethodi marketingu, kako bi sve marketinške poruke bile konzistentne sa identitetom brenda.

U čemu se ogleda moć preporuka „od usta do usta” (word of mouth)?

Kaže se da su danas proizvodi i usluge jedna od najčešćih tema svakodnevnih razgovora. U svetu gde nas kompanije preplavljaju morem informacija za čiju obradu nemamo ni vremena ni snage, ljudi se sve češće za savet obraćaju porodici, prijateljima ili kolegama. Snaga ovakve komunikacije ogleda se u tome što direktno podstiče kupovinu – finalnu fazu procesa odlučivanja. Zato ne čudi što se kompanije sve više okreću ka tzv. „liderima mišljenja”, niti činjenica da je nastala izreka: „Zadovoljan kupac je najbolja reklama.”

Kako se predviđaju aktuelni trendovi na tržištu?

Trendovi se predviđaju na osnovu prethodnog iskustva sa sličnim kampanjama, kao i kroz detaljnu analizu tržišta – trenutnih preferencija potrošača, konkurencije, inflacije i drugih faktora. Za ovakve analize kompanije često angažuju specijalizovane agencije.

O INTERDISCIPLINARNOJ KARIJERI (LX DIZAJN)

Poruka stručnjaka: „Trening treba da bude toliko jednostavan da ga razume i vaša baka.”- Marija Kisa Minić, Learning & Development specijalistkinja / Learning Experience dizajnerka, Academy Lead u HelloFresh

Zašto baš ova tema?

Interdisciplinarna karijera je idealna za studente koji poseduju širok spektar veština i uživaju u dinamičnom okruženju. Ona im omogućava da dublje razumeju proces kreiranja treninga namenjenih učenju – kroz aktivno učešće u njegovom dizajnu i praćenje stvarnih efekata sopstvenog rada na razvoj krajnjih korisnika. Pored toga, ovakva karijera uči studente kako da zauzmu pristup koji vodi ka plodotvornijoj saradnji sa klijentima koji, iako često zahtevni, ne uspevaju uvek jasno da artikuliraju svoje ideje u konkretne zahteve.

Koje su razlike između learning experience dizajnera, learning experience arhitekta i instruction dizajnera?

U teoriji razlika postoji, ali u praksi to najčešće zavisi od same firme (jasno se vidi u oglasu za posao da li ih kategorišu kao istu poziciju).

Od kolikog značaja je rad sa ljudima?

Rad sa ljudima je srž ove karijere jer sve se kreira za njih i u saradnji sa njima.

Da li je fakultet preduslov za razvoj interdisciplinarne karijere?

Ne, najvažnije je da je osoba radoznala, komunikativna, dobro upravlja svojim vremenom i dobra u rešavanju problema.



O INOVACIJAMA I STARTAPIMA



Poruka stručnjaka: „zaljubi se u problem, a ne u projekat.“ - Bojan Milenković, ekonomista, suosnivač Eden Origin-a

Zašto baš ova tema?

Ova tema se bavi razbijanjem mitova o tome da inovacija mora da bude neka ideja nikad predstavljena čovečanstvu, a ponajviše ohrabruje i usmerava studente zainteresovane za preduzetničke vode kako da izbegnu zamke na trnovitom putu od ideje do realizacije i uspeju u svojoj zamisli.

Kako doći do nove ideje?

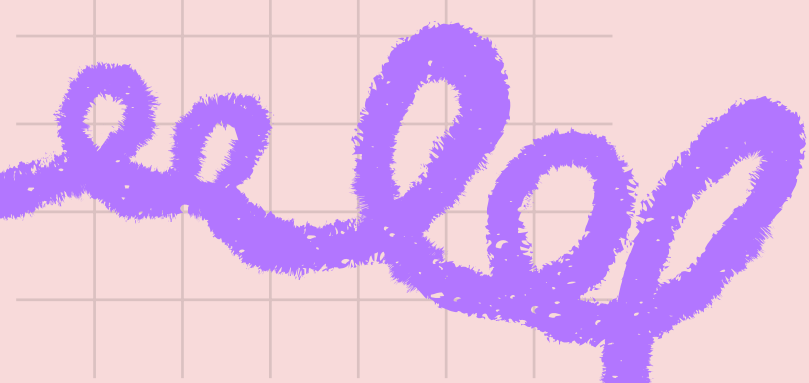
Dolazak do nove ideje je neminovan ako se fokusiramo na trendove u okruženju oko nas i zapitamo koji problem sa kojima se ljudi suočavaju rešava tvoja ideja i ko su zapravo ti ljudi kojima ona „olakšava život“. Čak i za vreme kovid pandemije su neki ljudi videli prilike za inovacije tamo gde su drugi videli prepreke.

Kako teče proces od ideje do stvaranja održivog biznisa?

Proces počinje definisanjem problema koji inovacija treba da reši. Zatim se određuje ciljna grupa potencijalnih korisnika na kojima se testiraju naše pretpostavke, a same pretpostavke se proveravaju u simuliranom okruženju pre nego što se ideji posvetimo dublje i ozbiljnije. U ovom procesu od velike pomoći su različite metodologije, među kojima se posebno ističe LEAN metodologija – ona se fokusira na maksimalno povećanje vrednosti za korisnika uz minimalno rasipanje resursa.

Kako pronaći izvore finansiranja?

Vlade mnogih država organizuju programe koji dodeljuju bespovratna novčana sredstva najboljim idejama. Takođe, u Srbiji NALED raspisuje javne pozive za dodelu novčanih sredstava, a Naučno-tehnološki park Beograd redovno na svom sajtu obaveštava javnost o takvim prilikama.



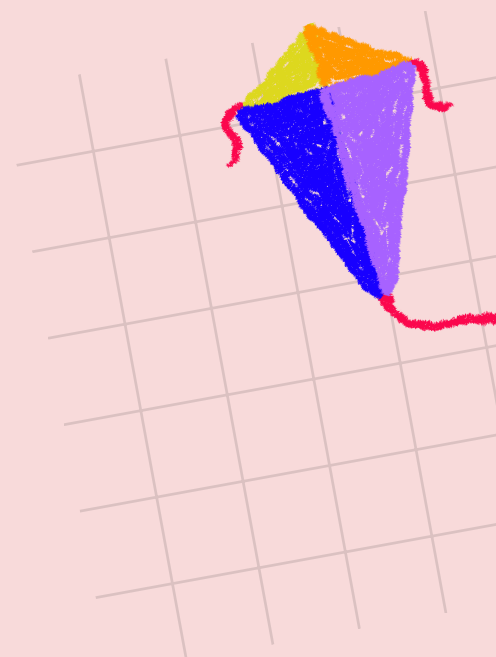
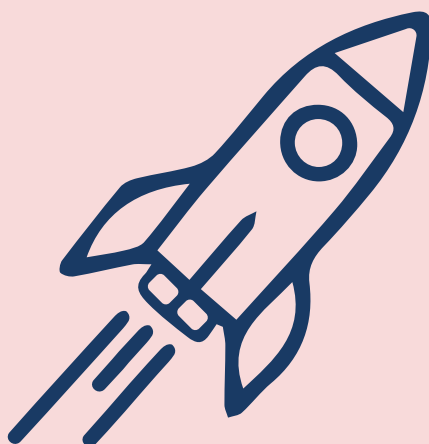
Koji su to ključni faktori upeha startup biznisa?

Svi smo čuli za izreku „Sloga kuću gradi, a nesloga razgrađuje“. U ovom kontekstu to je tim sa kojim radimo na inovaciji. Posvećenost, prilagodljivost i kompetentnost njegovih članova su neretko presudan faktor uspeha.

U ove faktore spadaju i svest o zabudama poput one da razvoj ideje nije isto što i razvoj proizvoda, prisustvo i građenje imidža na društvenim mrežama gde to ciljna grupa zahteva, prilagođavanje procena startnog kapitala itd.

Preporuke knjiga:

- **Lean startup** - Erik Rajs: saznaj na koji se ideje razvijaju kroz testiranje, prilagođavanje i učenje iz prakse - posebno korisna za razmišljanje o radu u neizvesnim i promenljivim uslovima, kakav je freelance.
- **Mamin test** – Rob Fitzpatrick: kako dobiti iskrene povratne informacije od klijenata.



O FORENZIČKOJ PSIHOLOGIJI

Poruka stručnjaka: „Priznanje krivice jeste rasterećujuće, a na nama je da se maksimalno potrudimo da ubedimo osobu da je bolje da prizna delo.”-Dejan Kojić, forenzički psiholog, poligrafski ispitivač, kriminalistički profajler i psihoterapeut

Zašto baš ova tema?

Forenzička psihologija je oblast koja spaja psihologiju, kriminalistiku i istraživački rad. Da li vas zanima kako izgleda posao forenzičkog psihologa van filmova i serija - od rada u policiji i kriminalističkog profilisanja, do poligrafskog ispitivanja i analize ponašanja?

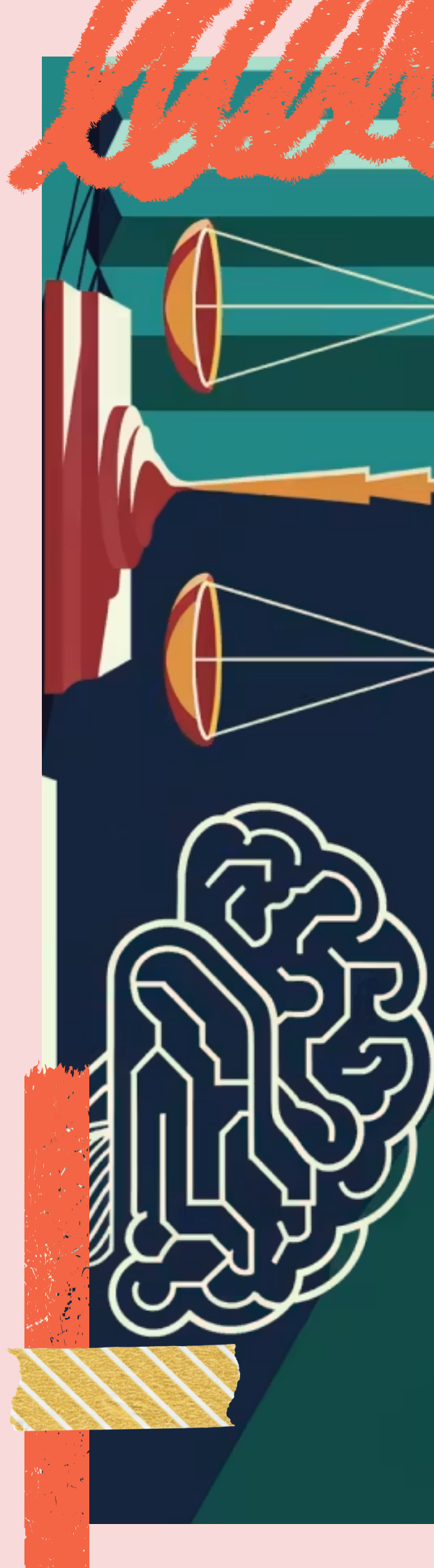
Rad u oblasti forenzičke psihologije može biti posebno zanimljiv studentima psihologije i svima koje interesuje ljudsko ponašanje, komunikacija, laganje i rad u istražnim procesima.

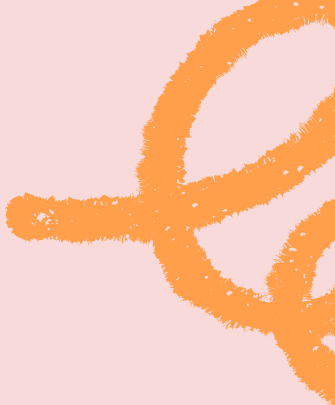
Kako postati forenzički psiholog?

Za rad u oblasti forenzičke psihologije neophodne su osnovne i master studije psihologije, dok se praktična znanja i iskustvo najčešće stiču kroz rad u policiji i istražnim procesima. Forenzički psiholozi mogu raditi kao deo kriminalističkih timova, učestvovati u profilisanju, poligrafskim ispitivanjima i analizi ponašanja tokom istraga.

Kako izgleda rad u kriminalističkim istragama?

Rad na slučajevima podrazumeva detaljno upoznavanje sa dokazima, izjavama svedoka i analizom ponašanja više osoba uključenih u istragu. U radu se ne sme polaziti od pretpostavki i stereotipa, već svaki slučaj zahteva objektivan pristup i proveru činjenica.





Šta je kriminalistički profiling i koliko je pouzdan?

Kriminalistički profiling koristi se kao dodatna metoda u složenim slučajevima, kada je potrebno predvideti obrasce ponašanja ili psihološke karakteristike osobe. Intuicija se gleda kao nešto što može pomoći na početku procesa, ali da zaključci moraju biti zasnovani na dokazima, timskoj analizi i proverljivim informacijama.

Kako se prepoznaje laganje i promene u ponašanju?

Laganje nije moguće otkriti samo na osnovu izraza lica, već kroz širu analizu komunikacije i promena u ponašanju. Posebna pažnja obraća se na distanciranje u komunikaciji, izbegavanje odgovora, promene u načinu govora i ponašanju kada se pokrenu neprijatne teme.

Preporuke knjiga:

- **Laganje** - Pol Ekman: o psihologiji laganja i načinima na koje ljudi prikrivaju emocije i istinu.



Mini izazov

Seti se primera kada te je neko slagao.
Pokušaj da se setiš njegove/njene
neverbalne komunikacije i tona glasa.
Vodeći se savetima navedenim u knjizi
navedi na listu papira koje si sve znake
primetio/la koji su ukazivali da osoba
govori neistinu

I TO NIJE SVE...

Preporučujemo i da se prijaviš za program „Kadar da budem kadar” koji često obuhvata i jednodnevne treninge na teme Kritičkog mišljenja, Asertivnosti, kao i Rešavanje problema.

Takođe u okviru kursa Veštine upravljanja karijerom čitav jedan modul posvećen je upravo tehnikama donošenja odluka a drugi samopouzdanju i zaista ti može ti biti značajno da kroz onlajn interaktivne vežbice i mini lekcije ovladaš tim veštinama. O programu vidi ovde

Prati Instagram profil Centra i sajt i prijavi se na vreme. Karijerne dileme su najčešće razlog što se studenti prijavljuju na karijerno savetovanje. Ukoliko se premišljaš između različitih opcija ili ti treba neko da čuje tvoju argumentaciju i pomogne ti - prijavi se, jednostavno je link je ovde <http://www.razvojkarijere.bg.ac.rs/zakazite-savetovanje>

Obavezno poslušaj ZOOM kafice, link ka podkastu je ovde <https://www.youtube.com/playlist?list=PLZz3ZxPy5imlBTzn7jsNugZiwC8bLlb8y>,

a link ka pojedinačnim snimcima možeš pronaći ovde:

Prednosti i mane FREELANCE karijere - Marta Dragojević, savetnica za strateške komunikacije

O karijeri u HR-u - Marijana Stojanović, HR profesionalac.

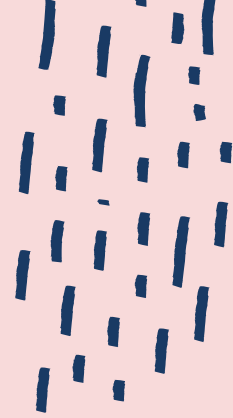
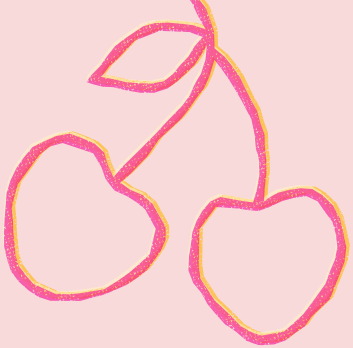
O karijeri u komunikacijama sa Sanjom Burg, direktorkom korporativnih komunikacija u kompaniji L'Oreal za Adria-Balkan region

O karijeri u marketingu - Jasmina Gajić, specijalista za marketing aktivaciju i online ponude u kompaniji Avon

O interdisciplinarnoj karijeri - LX Dizajn - razvoj i dizajn učenja - Marija Kisa Minić, Learning & Development Specialist / Learning Experience Designer

O inovacijama i startapima u Naučno-tehnološkom parku Beograd sa Bojanom Milenković, NTP Beograd

O forenzičkoj psihologiji - Dejan Kojić, forenzički psiholog, poligrafski ispitivač, kriminalistički profajler i psihoterapeut



I Na yt kanalu Centra za razvoj karijere možeš pogledati i vebinare

Posle faksa biću... stručnjak za marketing / komunikacije

Posle faksa biću... Tehnolog

Održive karijere u Srbiji - odgovorni građani 21. veka -

zelena gradnja / zeleni poslovi / inovacije

Posle faksa biću... stručnjak za prodaju

Posle faksa biću... stručnjak za finansije

Srećno!



discover

