



AKADEMIJA
ZA PODUZETNIŠTVO 9.0

Vaš pr(a)vi potez

Održivi modni Business Lab

Edukacija za
održivu modu
i kreativno
poduzetništvo



POU
PUČKO
OTVORENO
UČILIŠTE
VARAŽDIN



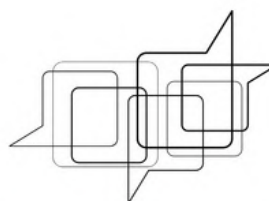
Akademija za poduzetništvo 9.0

Održivi modni Business Lab

Edukacija za održivu modu i kreativno poduzetništvo

POU

PUČKO
OTVORENO
UČILIŠTE
VARAŽDIN



AKADEMIJA
ZA PODUZETNIŠTVO

Nastavni plan i program

Neformalni program obrazovanja

Nastavna godina 2026. - 2027.

Program obrazovanja financiran je sredstvima
Grada Varaždina



Srpanj, 2026.

ICE BREAKER

Polaznici će se međusobno predstaviti i upoznati kroz vođeni proces u okviru radionice kako bi u nastavku programa lakše sudjelovali u nastavi i obavljali zadatke.

Asja Lajtman Bosilj,
AVUS, obrt za edukaciju i savjetovanje

Trajanje: 4 nastavna sata

MODUL I.

UVOD U MODU, MODNU INDUSTRIJU I MODNI BIZNIS

U modni biznis često ulaze pojedinci vođeni snažnom vizijom, ali bez formalnog obrazovanja iz odjevne struke. Nedostatak razumijevanja ključnih pojmova i procesa modne industrije često dovodi do nesporazuma, lošijih rezultata i odustajanja od vrijednih projekata.

Ovo uvodno predavanje pruža jasan pregled temeljnih pojmova i faza modne industrije – od ideje do tržišta.

Kroz dinamične prezentacije i primjere iz prakse polaznici će steći potrebno razumijevanje za uspješnije praćenje i savladavanje programa Akademije 9.0.

Trajanje: 4 nastavna sata

MODUL I.

1. UVOD U MODU, MODNU INDUSTRIJU I MODNI BIZNIS

Predavanje se bavi pitanjem zašto se riječ **MODA** pogrešno interpretira u našem jeziku i daje objašnjenje ostalih ključnih pojmova modnog biznisa.

Polaznici će ovladati sljedećim ključnim pojmovima:

- o modi i odijevanju
- o modnom biznisu i tržištu
- o dizajnerskom promišljanju (design thinking) i vezi s održivosti
- o dizajnerskom zadatku i konceptu dizajna
- o dizajnu odjeće i razvojnom procesu
- o procesima proizvodnje odjeće
- o tekstilnim materijalima

Mirjana Rinkovec

CAD studio j.d.o.o.

4 nastavna sata

MODUL II.

DIZAJN I RAZVOJ PROIZVODA U MODNOM BIZNISU

Modna industrija često se u javnosti promatra kroz krajnosti – kao svijet glamura ili simbol problema odjevne proizvodnje. Rijetko se prepoznaje kao složena, kreativna i gospodarski važna industrija koja povezuje dizajn, razvoj proizvoda, proizvodnju i tržište.

Ovaj modul pruža uvid u cjelokupan dizajnersko-razvojni proces – od početne ideje do gotovog proizvoda. Polaznici će upoznati ključne faze razvoja odjeće, važnost timske suradnje, komunikacije i predstavljanja modne vizije kupcima i investitorima te će istražiti znanja i vještine potrebne za uspješno djelovanje u suvremenoj modnoj industriji.

Trajanje: 24 nastavna sata

MODUL II.

1. **BIZNIS ASPEKT MODNOG BIZNISA**

Zašto je modni biznis više pitanje biznisa nego mode i koje su njegove specifičnosti

Polaznici će moći/znati:

- razlučiti da je modni biznis prije svega biznis, pa tek onda moda
- povezati ulogu brenda, brend strategije, avatara kupca, tehnologije, marketinga i dizajna kroz BMC
- napisati i/ili interpretirati dizajnerski zadatak u modnom biznisu
- analizirati okruženje, prilike i prijetnje za opstanak modnog biznisa
- identificirati specifičnosti modnog u odnosu na druge biznise
- razraditi jezgru poslovnog plana za mali modni biznis na primjeru vlastite modne ideje

Mirjana Rinkovec

CAD studio j.d.o.o.

6 nastavnih sati

MODUL II.

2. DIZAJNERSKI ASPEKT MODNOG BIZNISA

Polaznici će moći/znati:

- demonstrirati razumijevanje uloge mode i odijevanja kroz povijest i u današnjem trenutku
- identificirati ulogu dizajna odjeće u povezivanju mode, održivosti i inkluzivnosti
- identificirati faze dizajniranja kolekcije modnih proizvoda, organizirati liniju, pratiti plan
- oblikovati kolekciju odjeće/modni projekt u suradnji s timom, primjenom stečenih znanja o modi, dizajniranju, održivosti i tržištu
- prezentirati/interpretirati viziju modnog projekta

Mirjana Rinkovec

CAD studio j.d.o.o.

6 nastavnih sati

MODUL II.

3. RAZVOJ MODNIH PROIZVODA

Polaznici će moći/znati:

- razraditi plan razvoja modnih proizvoda u timu i outsourcingu kroz sve faze razvojnog procesa
- primijeniti znanja o formi, fittingu, mjerama tijela i veličinama odjeće
- razlikovati dizajnerski crtež, tehničke skice i opise modela
- identificirati i primijeniti osnovne tekstilne materijale u modnom projektu
- kombinirati utjecaj dizajna i materijala na životni vijek modnih proizvoda - promišljati održivost
- procijeniti pristup krojevima odjeće – konstrukcija, modeliranje, gradiranje, CAD sustavi
- organizirati izradu prototipova i provesti fitting modela
- prikupljati informacije za kalkulacije proizvoda i formiranje cijena
- identificirati faze proizvodnje odjeće, pregovarati o cijeni i ugovarati proizvodnju

Mirjana Rinkovec

CAD studio j.d.o.o.

12 nastavnih sati

MODUL III.

RAZVOJ POSLOVNOG MODELA

Ovaj modul polaznicima pruža temeljna znanja potrebna za uspješno pokretanje i vođenje poslovanja u modnoj i kreativnoj industriji.

Kroz praktične alate poput Platna poslovnog modela (*Business Model Canvas*) i Platna ponude vrijednosti (*Value Proposition Canvas*), polaznici će naučiti kako oblikovati održiv poslovni model te uskladiti svoje proizvode i usluge s potrebama ciljanih kupaca.

Modul obuhvaća i pregled najčešćih oblika poslovanja (obrt, j.d.o.o. i d.o.o.), osnove poreza, računovodstva i knjigovodstva, izdavanje računa, obračun PDV-a te specifičnosti domaćeg i međunarodnog poslovanja.

Posebna pažnja posvećena je radnim odnosima, doprinosima, obračunu plaća i aktualnim pravilima fiskalizacije, uključujući najvažnije promjene koje stupaju na snagu od 2027. godine.

Po završetku modula polaznici će steći jasniji uvid u poslovne, financijske i zakonske aspekte poduzetništva te razviti vještine potrebne za planiranje i organizaciju vlastitog poslovnog pothvata.

Trajanje: 24 nastavna sata

MODUL III.

1. PLATNO POSLOVNOG MODELA (*Business Model Canvas*)

Radionica upoznaje polaznike s alatima *Business Model Canvas* i *Value Proposition Canvas*, koji pomažu u oblikovanju održivog poslovnog modela i razumijevanju potreba ciljnih kupaca. Kroz praktičan rad obrađuju se svi ključni elementi poslovnog modela, profil kupca, ponuda vrijednosti te njihovo međusobno usklađivanje kako bi se stvorili proizvodi i usluge s jasnom tržišnom vrijednošću.

Polaznici će :

- naučiti što je platno poslovnog modela (BMC) i zašto je korisno
- usvojiti praktična znanja kako koristiti platno poslovnog modela
- napraviti samostalno prijedlog poslovnog modela za svoju poslovnu ideju / projekt
- naučiti što je ponuda vrijednosti
- definirati ponudu vrijednosti za jedan tržišni segment

Snježana Kupres

METANOIA, obrt za savjetovanje u poslovanju

12 nastavnih sati

MODUL III.

2. Oblici poslovnih subjekata (obrt - paušalni i redovni, jdoo i doo)

Predavanje pruža temeljna znanja iz poreza, računovodstva i knjigovodstva potrebna za vođenje obrta ili trgovačkog društva. Polaznici će upoznati razlike između paušalnog i redovnog oporezivanja te steći osnovne vještine za organizaciju i planiranje poslovanja.

Polaznici će :

- znati razlikovati vrste poslovnih subjekata (obrt – paušalno oporezivanje, "dohodaš" – vođenje poslovnih knjiga / društvo – j.d.o.o. i d.o.o.)
- znati razlikovati obrte i društva
- znati načine oporezivanja
- saznati što mogu otvoriti kao poslovni subjekt
- znati odlučiti, mogu li se prebaciti iz jednog poslovnog subjekta u drugi
- uvidjeti što im se (ne)isplati, sve u cilju učinkovitijeg poslovanja

Monika Petrovečki

PETROVEČKI konzalting d.o.o.

4 nastavna sata

MODUL III.

3. Elementi izlaznog računa, PDV, tuzemno i inozemno poslovanje

Kroz predavanje se pojašnjava tematika izdavanja računa, obračuna PDV-a i poslovanja u inozemstvu i tuzemstvu.

Polaznici će:

- znati zakonska obilježja i propisane elemente izlaznog računa u i izvan sustava PDV-a za ispostavljanje računa
- znati razdoblje i postupak oporezivanja
- naučiti pravila obračuna i plaćanja PDV-a
- naučiti što je odbitak pretporeza
- naučiti što su povrat ili obveza PDV-a
- naučiti što su predmet i mjesto oporezivanja
- naučiti porezne osnovice i stope
- naučiti o poreznim oslobođenjima u tuzemstvu i inozemstvu
- znati što znači svojevoljni ili zakonski ulazak u sustav PDV-a
- znati kada mogu izaći, žele li ući ili izaći iz sustava PDV-a

Monika Petrovečki

PETROVEČKI konzalting d.o.o.

4 nastavna sata

MODUL III.

4. Radni odnosi, doprinosi i plaće; fiskalizacija 1.0 i 2.0

Predavanje se bavi područjem radnog prava i radnih odnosa te svim bitnim novinama iz područja fiskalizacije.

Iz područja fiskalizacije će detaljno biti pojašnjena postojeća pravila fiskalizacije izlaznih računa te će polaznici steći uvid u sve bitne novosti koje stupaju na snagu s 01.01.2027. godine.

Polaznici će naučiti:

- tri vrste doprinosa obrtnika s obzirom na oporezivanje
- o direktorskoj plaći u društvu
- o plaći radnika
- o neoporezivim primicima
- o pravima i obvezama poslodavca i radnika

Monika Petrovečki

PETROVEČKI konzalting d.o.o.

4 nastavna sata

MODUL IV.

3 STUPA KREATIVNOG MODNOG BIZNISA - IDEJA, PROIZVOD I POZICIONIRANJE NA TRŽIŠTU

IZ KUTA DIZAJNERA PODUZETNIKA

Kreativni biznisi najčešće nastaju iz strasti, talenta i želje za stvaranjem. Međutim, za njihov uspješan razvoj potrebno je više od dobre ideje i kvalitetnog proizvoda.

Modul "3 stupa modnog biznisa" polaznicima pruža uvid u ključne elemente održivog poslovanja: razvoj i pozicioniranje proizvoda, izgradnju poslovne strukture te organizaciju rada i procesa - **i to iz perspektive dizajnera poduzetnika.**

Kroz kombinaciju predavanja, primjera iz prakse, rasprave i praktičnih zadataka polaznici će naučiti kako svoju kreativnu djelatnost sagledati iz poduzetničke perspektive te postaviti temelje za učinkovitije, stabilnije i profitabilnije poslovanje.

Trajanje: 24 nastavna sata

MODUL IV.

1. Ideja, proizvod i pozicioniranje

Kreativnost je temelj modnog biznisa, no uspjeh ovisi o jasnom definiranju proizvoda i njegovom pozicioniranju na tržištu. Predavanje polaznicima pomaže razumjeti odnos između proizvoda, ciljane skupine i tržišnog pozicioniranja te jasno odrediti vrijednost koju njihov proizvod donosi kupcu.

Polaznici će:

- naučiti razliku između kreativne ideje i tržišnog proizvoda
- naučiti pojmiti proizvod kao temelj kreativnog biznisa
- naučiti pozicionirati proizvod i brend na tržištu
- znati odrediti svoju tržišnu nišu i ciljanu skupinu
- znati se razlikovati (diferencirati) u odnosu na konkurenciju
- znati razumijevati odnos proizvoda, cijene i percepcije vrijednosti

Blaženka Roth

B'ROTH (BR d.o.o.)

4 nastavna sata

MODUL IV.

2. Struktura poslovanja

Struktura poslovanja pretvara kreativnu ideju u organiziran i održiv poslovni proces. Predavanje polaznicima pruža osnovno razumijevanje ključnih elemenata kreativnog biznisa, uključujući strukturu ponude, određivanje cijena, analizu troškova i organizaciju rada.

Polaznici će:

- naučiti strukturu ponude u modnom biznisu
- naučiti utvrditi ulogu pojedinih proizvoda u kolekciji
- znati razlikovati proizvode koji nose prodaju, proizvode identiteta i vizualne proizvode
- naučiti mjeriti vrijeme izrade proizvoda – kako i zašto
- naučiti strategiju određivanja cijena proizvoda
- znati razlikovati veleprodajne i maloprodajne cijene - standardi u modnoj industriji
- naučiti elemente kalkulacije cijene proizvoda
- naučiti utvrđivati fiksne i varijabilne troškove poslovanja
- naučiti odnos cijene, troškova i profitabilnosti
- naučiti obavljati pregled svih zadataka koje samostalni poduzetnik mora obavljati u svom poslovanju

Blaženka Roth, B'ROTH (BR d.o.o.)

12 nastavnih sati

MODUL IV.

3. Sustav rada i delegiranje

Treći stup modnog biznisa odnosi se na razvoj sustava rada koji omogućuje dugoročnu održivost poslovanja. Polaznici će naučiti kako organizirati poslovne procese, razlikovati operativni rad od upravljanja te pripremiti zadatke za delegiranje kako bi omogućili rast i razvoj biznisa.

Polaznici će:

- znati analizirati poslovne zadatke u modnom biznisu
- znati prepoznati zadatke koji oduzimaju najviše vremena
- znati prepoznati ponavljajuće zadatke
- naučiti osnovna načela delegiranja u malim biznisima
- naučiti standardne operativne procedure (SOP)
- znati kada, što i kako delegirati
- naučiti kako napraviti podjelu uloga u malom timu
- znati organizirati rad u malim kreativnim biznisima
- naučiti koja je uloga vlasnika biznisa u razvoju proizvoda i strategije

Blaženka Roth

B'ROTH (BR d.o.o.)

8 nastavnih sati

MODUL V.

KONCEPTI ODRŽIVOSTI U MODNOM BIZNISU

Kružno gospodarenje otpadom, recikliranje, klimatske promjene, ugljični otisak... održivost je zadnjih godina postala - uz umjetnu inteligenciju - najzastupljeniji pojam u globalnom modnom biznisu i industriji.

Međutim, održivost ima i svoju humanu komponentu, koja uključuje inkluzivnost (različite društvene skupine, rase, građe tijela, invalidnost i sl.) i pokrete za reguliranje izrabljivačkog rada, tj. za fer satnice proizvodnih radnika; za otkrivanje stvarne cijene prekomjerne proizvodnje odjeće - nošene ili nenošene.

4 sata ovog modula uvodi polaznike u svijet održivosti, kako bi spremnije dočekali praktične dijelove Akademije na ovu iznimno važnu temu.

Trajanje: 4 nastavna sata

MODUL V.

1. ODRŽIVOST U MODNOM BIZNISU

Okolišni aspekt, ugljični otisak, sirovine, kružno gospodarenje

Polaznici će moći/znati:

- interpretirati koncept održivosti u modnom biznisu;
analizirati utjecaj brze mode na problem gubitka bioraznolikosti i rapidnih klimatskih promjena
- analizirati globalna nastojanja prema ugljičnoj neutralnosti – stvarni iskoraci vs. *greenwashing*
- prepoznati i primijeniti različite aspekte održivosti: dizajnersko promišljanje, dizajn odjeće, utjecaj sirovina i materijala, životni vijek proizvoda, kružno gospodarenje, drugi život modnog proizvoda
- analizirati proizvođače materijala i njihova dostignuća u zamjeni fosilnih (sintetičkih) sirovina inovativnim materijalima na organskoj bazi
- usporediti dizajnersko-razvojne procese u klasičnom i digitalnom okruženju, za i protiv

Mirjana Rinkovec

CAD studio j.d.o.o.

2 nastavna sata

MODUL V.

2. DRUŠTVENI ASPEKTI ODRŽIVOSTI

Koncept održivosti se ne odnosi samo na okoliš. Zadatak je osvijestiti društvenu ulogu mode u različitim aspektima održivosti: okoliš, inkluzivnost, fer cijena proizvodnog rada i sl.

Polaznici će:

- znati identificirati društvenu odgovornost i kulturni utjecaj mode i interpretirati utjecaj modnog brenda na promjenu svijesti potrošača ("kupuj manje, ali trajnije")
- znati usporediti poslovne modele modnog biznisa kroz održivost i inkluzivnost – mali brend velikog društvenog utjecaja vs. veliki modni maloprodajni lanci, fer cijena vs. izrabljivanje radnika
- znati testirati koncept održivosti kroz primjenu digitalnih tehnologija i tehnoloških inovacija
- upoznati i analizirati EU regulative o održivosti, prepoznati svoju ulogu u njima

Mirjana Rinkovec

CAD studio j.d.o.o.

2 nastavna sata

MODUL VI.

CIRKULARNA MODA U PRAKSI: OD ODRŽIVOG DIZAJNA DO ODGOVORNOG BRENDA

IZ KUTA DIZAJNERA PODUZETNIKA

Ovaj modul uvodi polaznike u načela kružne ekonomije i održivog poslovanja u modnoj industriji. Kroz teme održivih materijala, životnog ciklusa odjeće, cirkularnog dizajna, zero waste pristupa, multifunkcionalnih proizvoda i *capsule wardrobe* koncepta, polaznici će upoznati načine stvaranja veće vrijednosti uz manji utjecaj na okoliš.

Poseban naglasak stavlja se na *upcycling*, *redesign* i kreativno iskorištavanje tekstilnog otpada te na izgradnju transparentnog i vjerodostojnog modnog branda.

Predavanja pružaju praktičan uvid u primjenu cirkularnih principa kroz cijeli životni ciklus proizvoda – od dizajna i proizvodnje do njege, ponovne uporabe i zatvaranja kruga.

Trajanje: 36 nastavnih sati

MODUL VI.

1. Temelji kružne ekonomije u modi

Predavanje uvodi polaznike u svijet kružne ekonomije u modnom biznisu, predstavlja održivost kao nužnost, a ne trend, upoznaje polaznike s održivim materijalima i pojašnjava životni ciklus odjeće.

Polaznici će:

- razumjeti osnove kružne ekonomije
- naučiti kakav je ekološki utjecaj materijala
- upoznati se sa životnim ciklusom proizvoda od dizajna do kraja upotrebe (mapiranje)

Lidija Špac

Studio Lish Design j.d.o.o.

LI.SH

7 nastavnih sati

MODUL VI.

2. Cirkularni dizajn - Kreativnost bez otpada

Predavanje pokriva teme poput *Zero Waste* kroj i dizajn; *Capsule Wardrobe* filozofiju - Od koncepta do poslovne prilike te multifunkcionalnost i modularnost: više funkcija = veća vrijednost.

Polaznici će:

- naučiti dizajnirati odjeću koja minimizira otpad, maksimizira funkcionalnost i stvara višestruku vrijednost kroz kapsule i multifunkcionalne koncepte

Lidija Špac

Studio Lish Design j.d.o.o.

LI.SH

10 nastavnih sati

MODUL VI.

3. Zatvaranje kruga - Upcycling i iskorištavanje otpada

Predavanje se bavi temama upcyclinga i redesigna kao drugim životom za odjeću i tkanine i kreativnom upotrebom tekstilnog otpada, odnosno zatvaranjem kruga u vlastitom studiju.

Polaznici će:

- ovladati tehnikama upcyclinga i kreativne upotrebe tekstilnog otpada
- naučiti pretvoriti ostatke tkanine u vrijedne proizvode

Lidija Špac

Studio Lish Design j.d.o.o.

LI.SH

7 nastavnih sati

MODUL VI.

4. Brand, njega i kraj ciklusa - Od transparentnosti do cirkularne prakse

Predavanje se bavi izgradnjom održivog modnog branda kroz transparentnost i vjerodostojnost te cirkularnom modom u praksi - od njege do kraja životnog ciklusa.

Polaznici će:

- naučiti izgraditi autentičan brand identitet
- naučiti produljiti životni vijek proizvoda kroz njegu i popravak
- znati dizajnirati *end-of-life* strategije koje zatvaraju cirkularnu petlju

Lidija Špac

Studio Lish Design j.d.o.o.

LI.SH

8 nastavnih sati



AKADEMIJA
ZA PODUZETNIŠTVO

MODUL VI.

5. Gostujuće predavanje

Fabijan-Hrvatin Peronja

WWF Adria

(World Wide Fund for Nature)

Kristina Burja

KRIÉ DESIGN

MODUL VII.

MARKETING ZA MODNE DIZAJNERE - OD IDEJE DO PREPOZNATLJIVOG MODNOG BRENDA

Ovaj modul polaznicima pruža cjelovit uvid u brendiranje, marketing i prodaju u modnoj industriji. Kroz predavanja i praktične radionice polaznici će naučiti kako izgraditi prepoznatljiv identitet modnog brenda, definirati ciljnu publiku, oblikovati ključne poruke i razviti učinkovitu komunikacijsku strategiju.

Modul obuhvaća digitalni marketing, društvene mreže, vizualni *storytelling*, sadržajne strategije, oglašavanje, PR, event marketing, networking te lokalne i offline prodajne kanale. Poseban naglasak stavlja se na povezivanje kreativnosti s poslovnom održivošću kroz teme poput *customer journeyja*, lansiranja kolekcija, prodajnih strategija i primjene novih tehnologija, uključujući umjetnu inteligenciju u marketingu.

Kroz praktičan rad polaznici će razviti vlastitu mini marketinšku strategiju, komunikacijski koncept brenda i plan lansiranja kolekcije.

Trajanje: 16 nastavnih sati

MODUL VII.

1. Temelji modnog brendiranja i marketinga

Radionica će objasniti što je modni marketing danas. Upoznat će polaznike s pojmom identiteta modnog brenda, definiranjem ciljne publike i pozicioniranjem na tržištu.

Polaznici će:

- razumjeti razliku između izrade odjeće i izgradnje modnog brenda
- upoznati suvremene modele prodaje i pozicioniranja u modi
- razlikovati tipove modnih brendova i definirati vlastitu tržišnu poziciju
- razviti brand DNA, vizualni identitet i komunikacijski stil brenda
- primijeniti storytelling i lifestyle marketing u izgradnji brenda
- prepoznati ciljnu publiku i definirati buyer persone
- razumjeti emocionalnu vrijednost i percepciju modnih proizvoda
- naučiti diferencirati brend i odrediti tržišno održive cijene proizvoda

Marijana Mikulić Škrinjar

MARKETHINK

4 nastavna sata

MODUL VII.

2. Digitalni marketing za modne brendove

Predavanje upoznaje polaznike s ključnim alatima digitalnog marketinga za modne brendove. Kroz teme društvenih mreža, vizualnog *storytellinga*, sadržajnih strategija, web prisutnosti i digitalnog oglašavanja, polaznici će naučiti kako graditi zajednicu, povećati vidljivost brenda i potaknuti prodaju u digitalnom okruženju.

Polaznici će:

- naučiti kako modni sadržaj danas funkcionira kroz Reels strategiju, Behind the scenes sadržaj i Fashion content koji prodaje
- naučiti Moodboard komunikaciju kroz estetiku feeda, fotografiju vs autentični sadržaj te stvaranje editorial feelinga
- naučiti raditi tzv. Content pillars: plan objava, edukativni vs prodajni sadržaj i trendovi u modnom contentu
- naučiti razumijevati funkcioniranje Weba: pisanje bloga za web, Google Bussines profil i Newsletter kao kanal za oglašavanje
- naučiti osnove Meta Ads-a kroz tzv. Retargeting, boostanje kolekcija i kako ne bacati budžet
- naučiti izrađivati content plana za lansiranje mini kolekcije i ideje za cca. 10 Reelsa

Marijana Mikulić Škrinjar

MARKETHINK

4 nastavna sata

MODUL VII.

3. Klasični i lokalni marketing u modi

Predavanje obrađuje ključne oblike *offline* marketinga u modi, uključujući PR, event marketing, lokalnu promociju i networking. Kroz praktične primjere i radionicu polaznici će naučiti kako povećati vidljivost brenda, izgraditi profesionalne kontakte te osmisliti uspješno predstavljanje kolekcije ili modnog projekta.

Polaznici će:

- upoznati mogućnosti sudjelovanja na pop-up eventima, sajmovima, *fashion* marketima i *showroomima* te razvijati partnerstva s lokalnim poslovnim subjektima
- naučiti kako surađivati s medijima, magazinima i portalima te izraditi press kit za dizajnere
- naučiti kako organizirati predstavljanje kolekcija, modne događaje i *experience* marketing aktivnosti
- naučiti kako graditi lokalnu zajednicu, surađivati s kafićima, hotelima i *concept storeovima* te unaprijediti iskustvo kupca
- razviti osobni *branding* dizajnera i suradnju sa stilistima, fotografima i *makeup* artistima

Marijana Mikulić Škrinjar

MARKETHINK

4 nastavna sata

MODUL VII.

4. Prodaja, strategija i rast modnog brenda

Predavanje povezuje kreativnost i poslovnu održivost kroz teme prodaje, razvoja kupčevog iskustva, lansiranja kolekcija i suvremenih marketinških strategija. Polaznici će upoznati najčešće izazove modnih brendova te mogućnosti primjene umjetne inteligencije u marketingu, a kroz praktični rad izradit će vlastitu marketinšku strategiju, *launch* plan i komunikacijski koncept brenda.

Polaznici će:

- upoznati što znače direktna prodaja, *custom made*, *limited collections*, *wholesale* i *online shop* te kako ih primijeniti u poslovanju
- naučiti važnost povjerenja kupaca, društvenog dokaza te lojalnih i ponovljenih kupnji
- naučiti stvarati *pre-launch*, *launch* i *post-launch* sadržaj
- razumjeti posljedice grešaka poput prevelike ponude proizvoda, nedosljednog brendiranja, lošeg određivanja cijena i kopiranja trendova
- naučiti koristiti umjetnu inteligenciju u *contentu*, virtualnom stiliziranju, predviđanju trendova i personalizaciji sadržaja

Marijana Mikulić Škrinjar

MARKETHINK

4 nastavna sata

MODUL VIII.

VIZUALNO BRENDIRANJE I ZNAČAJ FOTOGRAFIJE – OD VIZIJE DO VLASTITIH VIZUALA

Ovaj modul pruža cjelovit uvid u proces stvaranja snažnog i autentičnog vizualnog identiteta brenda, s naglaskom na ključnu ulogu fotografije kao glavnog alata vizualne komunikacije. Kroz strategiju, kreativnu suradnju i praktičan rad, polaznici prolaze put od ideje do vlastitih profesionalno izrađenih vizuala.

Trajanje: 12 sati

MODUL VIII.

1. BREND U FOKUSU: DO'S & DON'TS VIZUALNOG NASTUPA

Praktično predavanje o vizualnom brendiranju koje kroz primjere i demonstraciju snimanja prikazuje kako fotografija, stilizacija i make-up zajedno oblikuju prepoznatljivu i autentičnu priču brenda.

Polaznici će naučiti:

- kako izgraditi dosljedan i prepoznatljiv vizualni identitet brenda
- kako planirati i organizirati učinkovito fotografiranje ili snimanje sadržaja
- prepoznati najčešće pogreške u vizualnoj komunikaciji i izbjeći ih
- postaviti realne ciljeve i odabrati odgovarajuće vizualne alate za njihovo ostvarenje
- kako fotografija, make-up, styling i modni dodaci zajedno doprinose priči brenda
- primijeniti stečena znanja u kreiranju vlastitog vizualnog nastupa i sadržaja

Petar Krajačić Vilović

Vilović Studio

4 nastavna sata

MODUL VIII.

2. LJUDI IZA BREND: STVARANJE AUTENTIČNIH VIZUALA U DOBA AI

Kako svoju ideju pretvoriti u vizual koji vjerno predstavlja brend? Predavanje donosi praktične savjete o komunikaciji s fotografima i kreativnim timovima te pokazuje zašto su ljudska kreativnost, suradnja i autentičnost nezamjenjivi čak i u doba AI-generiranog sadržaja.

Polaznici će naučiti:

- kako jasno komunicirati svoju viziju fotografima i kreativnim suradnicima
- kako definirati očekivanja i pripremiti kvalitetan kreativni brief
- kako učinkovito surađivati s fotografima, dizajnerima i drugim stručnjacima u procesu stvaranja sadržaja
- prepoznati važnost autentičnosti i ljudskog faktora u vizualnoj komunikaciji brenda
- razumjeti prednosti i ograničenja AI-generiranog sadržaja u odnosu na originalne vizuale
- bolje procijeniti što čini kvalitetan i uvjerljiv vizualni identitet brenda
- upoznati uloge i doprinos različitih kreativnih stručnjaka u izgradnji brenda

Petar Krajačić Vilović

Vilović Studio

4 nastavna sata

MODUL VIII.

3. OD PROIZVODA DO PORTFOLIJA: SNAGA MOBILNE FOTOGRAFIJE

Praktična radionica u kojoj polaznici uče kako uz mobitel, prirodno svjetlo i jednostavnu rasvjetu postići profesionalan izgled fotografija za vlastiti portfolio.

Polaznici će naučiti:

- kako koristiti mobitel za izradu kvalitetnih, profesionalno izgledajućih fotografija
- kako iskoristiti prirodno svjetlo i jednostavnu rasvjetu za bolje vizualne rezultate
- osnove kompozicije i postavljanja proizvoda u kadru
- kako od ideje i proizvoda doći do gotovog vizuala za portfolio
- razumjeti osnovne izazove fotografskog procesa iz perspektive profesionalnog fotografa
- kako samostalno kreirati sadržaj za brend bez skupe produkcije
- kako unaprijediti vlastiti vizualni identitet kroz praktičan rad

Petar Krajačić Vilović

Vilović Studio

4 nastavna sata

MODUL VIII.

3. GOSTUJUĆE PREDAVANJE

Šime Eškinja

Hrvatski fotograf poznat po svom izraženom autorskom pristupu, preciznoj estetici i snažnom osjećaju za svjetlo i kompoziciju. Njegov rad obuhvaća modne, portretne i komercijalne projekte, a prepoznat je po minimalističkom, ali izrazito izražajnom vizualnom jeziku.

Kao gostujući predavač, donosi iskustvo rada s vodećim brendovima i kreativnim timovima te uvid u proces nastanka profesionalnih vizuala – od ideje i komunikacije s klijentom do finalne fotografije.

MODUL IX.

DIGITALNE TEHNOLOGIJE I UMJETNA INTELIGENCIJA U MODNOM BIZNISU

Kakva tema!

Voljeli mi nove tehnologije ili ne, odupirali im se ili ih prigrlili, one neminovno dolaze i nikada većom brzinom mijenjaju naš način razmišljanja, života, a osobito rada.

Digitalne tehnologije već su promijenile lice svih vrsta dizajna, razvoja prototipova, *fittinga*, prezentacije, prodaje i marketinga modnih proizvoda.

Pojava umjetne inteligencije i njena implementacija u sve pore modnog biznisa radikalno mijenja životne i radne procese i traži potpuno nove kompetencije.

Načini na koje se to događa će do početka ove Akademije već biti stari, zato ćemo temu o novim tehnologijama i inovacijama detaljno razraditi krajem godine.

Trajanje: 21 nastavni sat

MODUL IX.

1. STANDARDNI TEHNOLOŠKI PROCESI U INDUSTRIJI ODJEĆE

Razumijevanje problema olakšava pronalazak rješenja.

Polaznici će:

- znati identificirati postojeću tehnologiju u industriji odjeće i njenu problematiku: dugi rokovi, skupi procesi, veliki broj iteracija, povrati kupljene odjeće
- znati identificirati uska grla u fazama i procesima od dizajnerske vizije do tržišta

Mirjana Rinkovec

CAD studio j.d.o.o.

4 nastavna sata

MODUL IX.

2. DIGITALNE TEHNOLOGIJE U MODNOM BIZNISU I INDUSTRIJI

Pogonjen novim tehnologijama i zahtjevima održivosti, globalni modni biznis rapidno mijenja lice. Je li to prijetnja ili prilika?

Polaznici će naučiti:

- uspoređivati CAD digitalne alate za dizajn odjeće
- analizirati i uspoređivati CAD digitalne alate za krojeve odjeće i pripremu proizvodnje (2D, 3D)
- analizirati ulogu 3D prototipova i virtualnog *fittinga* modela u smanjenju fizičkih uzoraka (utjecaj na okoliš i skraćenje dobavnog lanca)
- analizirati digitalne platforme i alate koji povezuju dizajn, razvoj proizvoda, prodaju i marketing - na primjeru
- osvijestiti utjecaj NFT-a i virtualne mode na koncept održivosti - za i protiv
- identificirati CAD i CAM alate u proizvodnji odjeće – analizirati primjenjivost
- analizirati i usporediti inovativne tvornice odjeće na Istoku i u našem okruženju
- o utjecaju uvođenja novih tehnologija na poslovanje modnog biznisa - za i protiv

Mirjana Rinkovec

CAD studio j.d.o.o.

10 nastavnih sati

MODUL IX.

3. PRIMJENA UMJETNE INTELIGENCIJE I ROBOTIZACIJE U MODNOM BIZNISU/INDUSTRIJI

Predavanje se bavi pitanjem, hoće li nas UI zamijeniti, ulijeniti ili natjerati na stalnu prilagodbu i stjecanje novih kompetencija.

Polaznici će naučiti:

- primjenjivati standardne alate i platforme umjetne inteligencije i njihove mogućnosti
- analizirati alate umjetne inteligencije specijalizirane za modni biznis i industriju
- demonstrirati primjenu kvalitetnih promptova u korištenju umjetne inteligencije
- identificirati kako UI može olakšati i ubrzati razvoj poslovanja modnog biznisa
- presložiti postojeći poslovni model modnog biznisa u uvjetima dostupnosti UI-a

Mirjana Rinkovec

CAD studio j.d.o.o.

7 nastavnih sati

MODUL X.

DESIGN SPRINT FASHION PROTOTYPE LAB

Design Sprint primjenjuje se kao intenzivna metodologija za brzo razvijanje i validaciju ideja kroz strukturirane timske aktivnosti.

Sudionici prolaze kroz cijeli proces – od mapiranja problema i skiciranja rješenja, preko izrade i dorade prototipa, do testiranja sa stvarnim korisnicima i prezentacije tržišno potvrđenih rezultata.

Trajanje: 12 nastavnih sati



AKADEMIJA
ZA PODUZETNIŠTVO

MODUL X.

1. DESIGN SPRINT 2.0

Polaznici će:

- naučiti koristiti elemente Design Sprint metode u osmišljavanju svojih kreativnih ideja i projekata
- steći znanja i vještine kojima će moći unaprijediti svoj kreativni rad i ostvariti bolje rezultate na tržištu

Velebit Mirić

Innovatio Consilium d.o.o.

12 nastavnih sati

Akademija za poduzetništvo 9.0

Održivi modni Business Lab

IMPRESSUM

Izdavač: Pučko otvoreno učilište Varaždin

Adresa: Hallerova aleja 1/II, 42000 Varaždin

E-mail: pou@pouvarazdin.hr

Web: <https://www.pouvarazdin.hr/>

Uredništvo: Lana Velimirović Vukalović, ravnateljica

Autori sadržaja:

- svi navedeni predavači u brošuri

Dizajn i grafička priprema vizuala: Nas pet d.o.o.

© 2026 POU Varaždin. Sva prava pridržana.





Akademija za poduzetništvo
Vaš pr(a)vi poslovni potez

www.azp.hr

Pučko otvoreno učilište Varaždin

2026.