| **Naziv projekta (do 250 karaktera)** |
| --- |
| Uticaj kozmetičkih zahvata na mentalno zdravlje žena |

| **Akronim projekta (do 20 karaktera)** |
| --- |
| Ugly Beauty |

| **Apstrakt (do 300 reči)** |
| --- |
| Ovaj projekat, nazvan "Ugly Beauty", posvećen je istraživanju i podizanju svesti o korelaciji između upotrebe kozmetičkih procedura i mentalnog zdravlja žena, stavljajući poseban fokus grupu uzrasta od 18 do 28 godina. Kroz ekonomsku analizu trendova kozmetičkih procedura, pružićemo uvid u potrošačke navike i ekonomske trendove ove industrije. Paralelno, cilj je utvrditi posledice upotrebe kozmetičkih procedura na mentalno zdravlje, obraćajući posebnu pažnju na rizike i posledice koje ove procedure mogu imati.  Projekat će koristiti raznolike strategije diseminacije kako bi delio informacije sa ciljnom publikom, uključujući mlade žene, stručnjake iz oblasti zdravlja i obrazovanja, kao i širu javnost. Kroz kreiranje veb sajta, aktivnosti na društvenim mrežama, medijske kampanje, edukativne događaje i saradnju sa različitim ambasadorima, projekat će dostaviti ključne poruke o značaju mentalnog zdravlja u vezi sa kozmetičkim procedurama kako ciljnoj grupi, tako i široj publici.  Očekujemo se da će projekat imati širok uticaj na različite sektore. Sa ekonomske tačke gledišta, pružiće informacije koje mogu oblikovati tržište kozmetičkih procedura. Na društvenom nivou, projekat ima potencijal da menja percepciju lepote, promoviše prihvatanje raznolikosti i podstakne razgovor o mentalnom zdravlju. U industriji kozmetičkih procedura, projekat će podržati odgovorno ponašanje i transparentnost, dok radionice i predavanja mogu oblikovati stavove mladih prema lepoti i zdravlju.  Ovo istraživanje ima za cilj ne samo identifikaciju problema, već i pružanje rešenja. Kroz saradnju sa stručnjacima, NVO-ima, i državnim institucijama, projekat će ponuditi preporuke za unapređenje zakonskih regulacija i podrške mentalnom zdravlju u kontekstu kozmetičkih procedura.  U zaključku, "Ugly Beauty" projekat ima ambiciozan cilj promovisanja svesti o važnosti mentalnog zdravlja u vezi sa kozmetičkim procedurama, s ciljem poboljšanja dobrobiti žena i stvaranja društva koje ceni autentičnost i podržava pozitivan odnos prema sopstvenom izgledu. |

## Opis projekta

## Izvrsnost

| Relevantnost projekta ( do 1.000 reči): |
| --- |
| Tema mentalnog zdravlja dostiže sve veću popularnost danas, ali je kao takva još uvek u svojim početnim stadijumima, dok je korelacija između upotrebe kozmetičkih procedura i mentalnog zdravlja žena skoro pa neistražena teritorija. Začetak kozmetičkih procedura vezuje se za 16. vek, kada su iste bile namenjene za ispravku telesnih izobličenja. Kozmetičke procedure kakve poznajemo danas vezujemo za kraj 20. veka. 1962. urađena je prva augmentacija dojki na pacijentkinji Timmie Jean Lindsey, a od tada broj sličnih operacija se gradaciono povećao, gde 2022. godine dostiže svoj vrhunac od 14,9 miliona kozmetičkih operacija i zahvata i 18,8 miliona neinvazivnih procedura (ISAPS, 2023). Ujedno, dolazi i do rasta ponovljenih operacija radi ispravke učinjenih grešaka. Nekada izuzetno skupi, danas kozmetički zahvati bivaju lako dostupni svima onima koji nisu zadovoljni svojim fizičkim izgledom, dok se starosna granica, ali i zakonske regulacije u vezi kozmetičkih zahvata menjaju iz godine u godinu. Otoplastika, hirurška korekcija ušnih školjki, je legalna za decu uzrasta od 6 godina, uz prethodni pristanak zakonskog staratelja. Rinoplastika tj. hirurška operacija nosa postaje sve više popularna među devojčicama tinejdžerskog uzrasta. Ovaj masovni rast popularnosti, ali i sama liberalizacija i normalizacija upotrebe kozmetičkih procedura može se pripisati usponu digitalnih medija i društvenih mreža poput Instagrama, Tik Toka i sl. Javljaju se kontradiktornosti poput nametanja invazivnih operacija i njihovog rezultata kao standarda lepote, dok se sa druge strane govori o prihvatanju sebe i svojih mana i podsticanju različitosti. Čest motiv sprovođenja procedura jeste podmlađivanje, te na neki način težnja za večitom mladošću. Pod uticaj ovog trenda najčešće padaju žene i devojke uzrasta 18 - 28 godina, dok posledice dolaze do izražaja u kasnijim godinama. Iako je polje plastične i rekonstruktivne hirurgije na snazi više od 3 veka, jako je malo istraženo o dugoročnim fizičkim posledicama, dok se još manje može naći podataka vezano za mentalne posledice. Tek je nedavno zaživela tema telesne dismorfije, koja sve više stiče popularnost, a najčešće se vezuje za pripradnke LGBTQ+ populacije. Upravo ta telesna dismorfija se danas stavlja u vezu sa telesnim augmentacijama, ali i depresija, anksioznost, panični napadi, manjak samopouzdanja i dr. Takođe, veoma je tanka i transparentna granica između ljudi koji boluju od mentalnih bolesti poput poremećaja u ishrani (bulimija, anoreksija, opsesivno prejedanje) i osoba koji se odluče za kozmetički zahvat. Može se i reći da dolazi do iskorišćavanja takvih osoba jer im medicinski stručnjaci prethodno ne pruže sve potrebne informacije kako bi došli do najbolje odluke za pacijenta. Zdravlje takvih osoba ovde pada u senku monetarne dobiti. Ovaj primer možemo najpre videti na društvenim mrežama, ali i u popularnom američkoj emisiji “Botched”, gde upravo zbog ljudske pohlepe dolazi do zloupotrebe medicinske prakse. Upravo u ovome leži relevantnost ovog projekta.  Istraživanje povezanosti mentalnog zdravlja i trenda rasta kozmetičkih procedura kao i njihovih posledica na isto možemo povezati sa trećim ciljem održivog razvoja - dobro zdravlje. Studentska organizacija „Uzorsi“ planira da podigne svest i razbije taboo o razgovoru o mentalnom zdravlju i edukuje sve, a prventsveno žene o posledicama upotrebe i zlopuotrebe kako invazivnih, tako i neinvazivnih kozmetičkih porcedura i zahvata. |

| Ciljevi projekta ( do 1.000 reči): |
| --- |
| Ciljevi projekta Ugly Beauty su sledeći:   * Ekonomska analiza trendova upotrebe kozmetičkih procedura kod žena   Trenutno postoji izuzetno mali broj statističkih podataka vezano za potrošnju i upotrebu kozmetičkih procedura. Dosadašnji podaci daji samo opštu, ali ne i preciznu sliku trenda upotrebe kozmetičkih procedura. Naš cilj je da detaljno istražimo tržište,a ciljna grupa su nam žene uzrasta od 18 do 28 godina.   * Utvrđivanje posledica upotrebe kozmetičkih procedura na mentalno zdravlje   Kao što postoji mali broj podataka vezanih za upotrebu kozmetičkih procedura, još manje postoji podataka vezanih za njihov uticaj na mentalno zdravlje. Ovde su opet u fokus stavljaju žene uzrasta 18 - 28 godina. Kako je mentalno zdravlje i dalje taboo tema, a dijagnoze poput telesne dismorfije i poremećaja u ishrani neistražene teritorije planiramo da stavimo u korelaciju iste sa trendom upotrebe kozmetičkih procedura.   * Podizanje svesti o štetnosti kozmetičkih procedura na mentalno i fizičko zdravlje žena   Kroz seriju radionica, predavanja, edukacija, kao i izradom web sajta i profila na društvenim mrežama planiramo da stečene informacije i znanje proširimo na šire javno mnenje, a prvenstveno planiramo da edukujemo mlade devojke i žene koje su u ovom slučaju osetljiva grupa.   * Kreiranje preporuka Ministarstvu zdravlja   Jedan od ciljeva našeg projekta jeste upravo pokušaj da direktno utičemo na izvor samog problema. Kroz seriju preporuka cilj nam je da se uvedu jasnije zakonske regulacije, podigne starosna granica za određene operacije, uspostave mehanizmi i sazvežđe mentalne pomoći i podrške, kao i bezbedan prostor za razgovor. Cilj nam je da se razbije stigma o odlasku kod psihoterapeuta, psihijatra i psihologa, kao i to da se stavi akcenat na negovanju mentalnog zdravlja. |

## 2. Uticaj

| Očekivani uticaj ( do 1.000 reči): |
| --- |
| **Očekivani uticaj projekta na različite sektore:**   * Proučavanje trendova potrošnje kozmetičkih procedura pružiće informacije o veličini tržišta, potrošačkim navikama i ekonomskim trendovima. Analiza podataka o ekonomskim aspektima kozmetičke industrije može pomoći u definisanju trenutnih trendova na polju kozmetičkih procedura, poput koje su starosne grupe najosetljivije, za koje se zahvate i procedure odlučuju, kako dolaze do informacija o spomenutim procedurama, iz kog razloga su se odlučili upravo za tu porceduru, koje informacije sui m od značaja pre nego što se odluče za procedure i odabranu kliniku, itd. Nakon što se identifikuju štetni efekti kozmetičkih procedura na mentalno zdravlje, može se očekivati smanjenje potražnje za određenim procedurama. Ovo može uticati na ekonomiju kozmetičke industrije, ali istovremeno otvara prostor za razvoj novih pristupa koji podstiču prihvatanje sopstvenog izgleda, kao i otvaranju novih besplatnih savetovališta i prostora za razgovor o mentalnom zdravlju i problemima vezanih za isto. * Podizanje svesti o povezanosti između kozmetičkih procedura i mentalnog zdravlja može promeniti percepciju lepote i podstaći javnu debatu o trenutnim, ali i istorijskim normama lepote. Edukacija i svest o potencijalnim negativnim posledicama kozmetičkih procedura mogu doprineti stvaranju društva koje neguje prirodnu raznolikost i smanjuje stigma o razgovoru na temu mentalnog zdravlja. Ovo može dovesti do smanjenja pritisaka na žene da se podvrgavaju invazivnim zahvatima kako bi se uklopile u društvene standarde lepote. * Industrija medicinskh zahvata može reagovati prilagođavanjem marketinških strategija i pružanjem dodatnih informacija pacijentima o istim. Uvođenjem novih medicinskih standarda, poput višenedeljnog savetovališta i procena pre samog privrgavanja pacijenta invazivnim i često nepovratnim operacijama stavlja se akcenat na značaj uticaja istih ne samo na fizičko, nego i mentalno zdravlje pacijenta. Ujedno, transparentnost i pažljiv pristup pacijentima mogu kreirati poverenje i podržati dugoročni razvoj industrije. * Kroz radionice, predavanja i edukaciju, projekat će doprineti informisanju ne samo osetljivih grupa, nego celog javnog mnenja o ovoj temi. Integrisanje edukativnih programa u školski sistem može dugoročno uticati na formiranje stavova prema lepoti i podstaknuti razumevanje važnosti mentalnog zdravlja. Razvijanje emocionalne inteligencije učenika i učenica, ali i studenata, može u dugoročnom periodudoprineti stvaranju društva koje neguje pozitivan odnos prema sopstvenom izgledu. * Identifikacija potreba za boljim pristupom mentalnom zdravlju u okviru plastične hirurgije može dovesti do promena u protokolima prilikom konsultacija i obavljanja procedura. Uvođenje boljih praksi i podrške za pacijente koji se podvrgavaju kozmetičkim procedurama može unaprediti kvalitet zdravstvene usluge u ovom kontekstu i smanjiti potencijalne rizike za mentalno zdravlje pacijenata.   Projekat "Ugly Beauty" ima potencijal da pozitivno utiče na različite aspekte društva, stvarajući svest o povezanosti između kozmetičkih procedura i mentalnog zdravlja, te promovišući odgovorno ponašanje u kozmetičkoj industriji. |

| Diseminacija rezultata ( do 1.000 reči): |
| --- |
| * Diseminaciju rezultata planiramo da sprovedemo kroz izradu web sajta sa rezultatima našeg istraživanja i edukativnim sadržajem, ali i upoznali publiku sa izvorima, resursima i kontaktima. * Otvaranjem profila na popularnim društvenim mrežama poput Instagrama, Tik Toka, X-a i slično planiramo da priđemo target publici kako bi kako bi podelili informacije o projektu, edukativne resurse i relevantne vesti. * Kroz saradnju sa klasičnim i novijim medijima (TV, radio, novine i magazini) planiramo da priđemo publici koja do sad nije imala priliku dase susretne sa sličnom temom. Kampanja bi se spovodila kako na lokalnom, tako i na nacionalnom, ali i međunarodnom nivou. * Putem niza kretivnih radionica i predavanja planiramo da na publici interesantan način temu približimo i razbijemo stigmu oko mentalnog zdravlja, a ulaskom na edukativne institucije poput fakulteta i srednjih škola planiramo da dosegnemo širi opseg publike. * Izradom informativnih materijala kao što cu letci, brošure, video materijali i ostali vizuala gledamo da na interesantan način proširimo naša saznanja i rezultate projekta. * Učešćem na naučnim konferencijama i debata nam je u cilju da istaknemo važnost i relevantnost samog projekta, kao i pokretanja razgovora na temu mentalnog zdravlja kod žena. * Kroz saradnju sa različitim neformalnim partnerima, poput nevladinih organizacija i državnih institucija prikupljamo podršku i informacije relevantne za ovaj projekat. * Uspostaviti sisteme praćenja kako bismo pratili efikasnost svake aktivnosti diseminacije. * Redovno procenjivanje postignutih ciljeva, identifikovanje nedostatka i aktivno prilagođavanje strategije diseminacije prema potrebama projekta. |

## 3. Projektni tim

| Akreditovana NIO učesnik projekta: | Ekonomski fakultet u Subotici,  Univerzitet u Novom Sadu |
| --- | --- |
| **Građanska organizacija:** | **Uzorsi** |
| Ostali neformalni partneri: | Ministarstvo zdravlja, Institut za javno zdravlje, MentalHub, Odsek za psihologiju Filozofskog fakulteta UNS |

| Članovi projektnog tima studentske organizacije | | | |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Ime i prezime | Zvanje | Angažovanost u časovima |
| 1 | Dragana Radnović | Student | 1225 |
| 2 | Jovana Ristin | Student | 1130 |
| 3 | Sara Matić | Student | 995 |
| 4 | Teodora Đurkić | Student | 1365 |
| 5 | Teodora Spasojević | Student | 1285 |

| Kompetentnost projektnog tima ( do 1.000 reči): |
| --- |
| Projektni tim studentske organizacije “UZORSI” se sastoji od pet članova. Svaki član tima poseduje određene osobine koje doprinose boljoj organizaciji kao i saradnji unutar tima. Putem pojedinačnih veština, svako od nas teži ka zajedničkom cilju. Komunikacija je ključna za realizovanje uspešnog projekta, a u našem je timu bila na veoma visokom nivou. Veoma je bitna i raznolikost u timu, jer sa sobom donosi različite perspektive i rešenja. Svaki član tima u potpunosti izvršava svoj zadatak, što nas dovodi do uspešnog krajnjeg cilja.  Naša članica tima Dragana je uvek spremna za saradnju sa ostatkom tima, uz prisutvo razumevanja i novih ideja.  Naša članica tima, Jovana, se uspešno snalazi u realizovanju kompletnog projekta, pronalazeći efikasna i razumljiva rešenja.  Naša članica tima, Sara, ima sposobnost dobre komunikacije kako unutar tima, tako i sa neformalnim partnerima.  Naša članica tima Teodora Đ. je uvek spremna da iskaže nove ideje i svojom kreativnošću, uspešno doprinese produktivnosti tima.  Naša članica, Teodora S., sposobna da izvršava efikasnu raspodelu poslova, motivišući ostatak tima, da bismo došli do što boljih rezultata.  Neformalni partneri nam pružaju savete, na osnovu njihovih veština i iskustava. Uz pomoć njih, povezujemo se sa drugim organzacijama i uspostavljamo saradnju. Saradnja sa njima treba biti temeljena na poverenju i svakodnevnoj komunikaciji. Da bi se očuvala uspešna saradnja, pored komunikacije je važno poštovanje kao i transparentnost između ljudi. |

## 4. Plan implementacije

| **Lista radnih paketa (RP)** | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Broj RP | Naziv RP | | | Članovi tima uključeni u RP | | Mesec početka | Mesec završetka | Broj meseci trajanja RP |
| 1 | Projektni menadžment | | | Teodora Đurkić  Teodora Spasojević | | 1. | 30. | 30 |
| 2 | Istraživanje tržišta kozmetičkih procedura | | | Dragana Radnović  Teodora Đurkić | | 1. | 6. | 6 |
| 3 | Istraživanje posledica upotrebe kozmetičkih procedura na mentalno zdravlje žena | | | Sara Matić  Jovana Ristin | | 5. | 12. | 8 |
| 4 | Edukacija osetljivih grupa (žene uzrasta 18 - 28 godina) | | | Jovana Ristin  Sara Matić | | 12. | 26. | 15 |
| 5 | Organizovanje panel diskusije | | | Dragana Radnović  Teodora Đurkić | | 19. | 30. | 12 |
| 6 | Diseminacija rezultata projekta | | | Dragana Radnović  Teodora Spasojević | | 11. | 30. | 20 |
| Broj RP. | | 1 | Naziv RP | | Projektni menadžment | | | |
| Uključeni članovi tima | | 1. Teodora Đurkić  2. Teodora Spasojević | | | | | | |
| RP 1 je povezan sa svim izloženim ciljevima projektnog predloga  Specifični ciljevi RP 1 su:  1. Definisanje ciljeva projekta 1. Upravljajte očekivanjima zainteresovanih strana  2. Redukcija projektnog rizika  3. Poboljšanje produktivnosti i performansi projektnog tima  4. Uspostavljanje jasnih linija komunikacije unutar tima  5. Evaluacija projekta | | | | | | | | |
| Opis posla i uloge članova tima:  Tim projektnog menadžmenta ima glavnu odgovornost da uspešno vodi projekat od njgovog početka do samog kraja. Tim planira aktivnoti, deiniše ciljeve, raspoređuje resurse, prati napredak projekta i rešava nastale probleme. Odgovoran je za sprovođenje adekvatnog komunikacionog kanala unutar samih timova, ali i između pojedinačnih timova, ka klijentima i svim zainteresovanim stranama. Tim razmatra i analizira potencijalne rizike i usklađuje ih s planom zaštite od rizika. Organizacije i vodi sastanake tima kako bi se ispratile aktivnosti i postigli definisani ciljevi. Tim redovno prati napredak projekta u odnosu na postavljene ciljeve i rokove. identifikuje eventualna odstupanja od plana i vrši preduzimanje korektivnih mera, kao i evaluacija postignutih rezultata i uspešnosti u odnosu na postavljene standarde. On održava i ažurira sva relevantna dokumenta i podnosi finalni izveštaj. | | | | | | | | |
| Autputi RP:  Projektni plan  Finansijski plan  Uspostavljanje rasporeda radnih aktivnosti  Dokumentacija  Komunikacioni plan unutar projektnog tima  Finalni izveštaj | | | | | | | | |

| Broj RP. | 2 | Naziv RP | Istraživanje tržišta kozmetičkih proizvoda |
| --- | --- | --- | --- |
| Uključeni članovi tima | 1. Dragana Radnović  2. Teodora Đurkić | | |
| RP 2 je povezan sa ciljem projekta Analiza trendova potrošnje kozmetičkih proizvoda kod mladih  Specifični ciljevi RP 2 su:  1. Prikupljanje podataka o potrošnji kozmetičkih proizvoda 2. Analiza prikupljenih podataka 3. Objavljivanje rezultata istraživanja | | | |
| Opis posla i uloge članova tima:  Tim odgovoran za sprovođenje RP2 u delo dužan je da izvrši planiranje aktivnosti istraživanja potrošnje kozmetičkih proizvoda, rukovodi istraživanje i obezbeđuje pravovremeno sprovođenje aktivnosti, vrši komunikaciju sa relevantnim interesnim stranama, osiguravanje usklađenosti sa vremenskim okvirom i budžetom. Član tima fokusiran na prikupljanje i analizu podataka o potrošnji kozmetičkih proizvoda dužan je da indentifikacija izvore podataka i sprovode terensko istraživanje, sprovede analizu kvantitativnih i kvalitativnih podataka, izradi izveštaj o ključnim trendovima potrošnje, identifikacije potencijalne faktore uticaja na potrošnju. Potrebno je takođe primeniti statističke metode na prikupljene podatke, kreirati grafove i dijagrame koji ilustruju trendove, sprovesti statističke analize za identifikaciju značajnih uzoraka i izvršiti interpretaciju rezultata. | | | |
| Autputi RP:  Kreirana baza podataka o potrošnji kozmetičkih procedura kod žena Objavljenje naučnog rada u međunarodnom časopisu | | | |

| Broj RP. | 3 | Naziv RP | Istraživanje posledica upotrebe kozmetičkih procedura na mentalno zdravlje žena |
| --- | --- | --- | --- |
| Uključeni članovi tima | 1. Sara Matić  2. Jovana Ristin | | |
| RP 3 je povezan sa ciljem projekta Analiza trendova potrošnje kozmetičkih proizvoda kod mladih  Specifični ciljevi RP 3 su:  1. Prikupljanje podataka o posledicama upotrebe kozmetičkih procedura na mentalno zdravlje mladih 2. Analiza prikupljenih podataka i objavljivanje rezultata istraživanja 3. Širenje svesti u narodu o posledicama upotrebe kozmetickih proizvoda na mentalno zdravlje mladih | | | |
| Opis posla i uloge članova tima:  Prvi korak i obaveza clanova tima jeste prikupljanje podataka kakve to posledice ima upotreba kozmetičkih procedura na mlade i na njihovo mentalno zdravlje. Putem interneta zadatak je doći do informacija o ovim posledicama kako bismo ih u sledećem koraku objedinili i došli do glavnih zaključaka i analizom utvrdili najznačajnije posledice. Ovako uobličene i objašnjenje informacije o posledicama naši članovi tima će objaviti javno i prezentovati mladima kako bi se raširila svest o ovim posledicama i kako bi ujedno ispunili i treći zadatak u sklopu našeg tima a to je širenje svesti mladima o posledicama uptorebe kozmetičkih proizvoda na njihovo mentalno zdravlje. Smatramo da je važno pričati na ovu temu i upoznati mlade sa ovom stranom koju možda do sada nisu uzimali u obzir i na taj način doprineti poboljšanju mentalnog zdravlja mladih. S toga će članovi tima biti u potpunosti otvoreni za sva pitanja kao i potpuno direktni prilikom prezentovanja prikupljenih informacija. | | | |
| Autputi RP:  Kreirana baza podataka o posledicama upotrebe kozmetičkih procedura na mentalno zdravlje žena Objavljenje rezultata u javnosti i širenje svesti o ovoj temi | | | |

| Broj RP. | 4 | Naziv RP | Edukacija osetljivih grupa (žene uzrasta 18 - 28 godina) |
| --- | --- | --- | --- |
| Uključeni članovi tima | 1. Jovana Ristin  2. Sara Matić | | |
| RP 4 je povezan sa ciljem projekta podizanja svesti o štetnosti kozmetičkih procedura na mlade  Specifični ciljevi RP 4 su:  1. Osmišljavanje programa koji će pomoći u edukaciji  2. Organizovanje seminara, radionica, panel diskusija sa ciljem edukacije  3. Pozivanje mladih da prisustvuju edukaciji | | | |
| Opis posla i uloge članova tima:  Na osnovu rezultata istraživanja tržišta kozmetičkih procedura i uticaja istih na mentalno zdravlje sledeći korak članova tima podrazumeva organizovanje različitih vidova edukacije kako bi se mladima ukazalo na štetne evefkte kozmetičkih procedura. U cilju sprovođenja edukacija organizovaće se nekoliko seminara i radionica na kojima će stručnjaci držati predavanja, odgovarati na pitanja i razgovarati sa prisutnima. Najpre će se prisutnima objasniti šta su estetke procedure i koji zahvati se u okviru ove oblasti medicine sprovode.U okviru estetskih procedura stručnjaci navedene oblasti (plastični hirurzi, dermatolozi) započeće sa predavanjem na kojim će preneti informacije o načinu na koji se ove procedure sprovode, njihov uticaj na opšte zdravlje, moguće neželjene posledice kao i vreme i način oporavka. Nakon toga stručnjaci u oblasti psihologije pričaće o emocijama, mislima i težnjama koje su povezane i koje predstavljaju razloge zbog kojeg se pojedinci odlučuju da urade neke estetske procedure. Takođe, osvrnuće se i na uticaj ovih procedura na ličnost i samopouzdanje pojedinaca nakon njohovog sprovođenja, kao i na posledice na mentalno zdravlje (poput nezadovoljstva svojim fizičkim izgledom, težnjama da se ukolpe u okvire koji se smatraju standardima lepote i privlačnosti). Članovi tima zaduženi su za pripremu prezentacija koje će pratiti diskusiju kako bi se prisutnima i na vizuelan način približila sama tema. Seminari i radionice će biti interaktivni te će prisutni moći da postavlaju pitanja predavačima, kao i da iskažu svoje mišljenje i podele neka prethodna iskustva. | | | |
| Autputi RP:  Kreirane prezentacije, seminari i radionice koji se koriste u svrhu edukacije kako bi se mladima ukazalo na štetnost kozmetičkih procedura  Ostvareni utisak i uticaj na svesti mladih po pitanju kozmetičkih procedura | | | |

| Broj RP. | 5 | Naziv RP | Organizovanje panel diskusije |
| --- | --- | --- | --- |
| Uključeni članovi tima | 1. Dragana Radnović  2. Teodora Đurkić | | |
| RP 5 je povezan sa ciljem projekta podizanja svesti o štetnosti kozmetičkih procedura na žene  Specifični ciljevi RP 5 su:  1. Uspešno organizovanje panel diskusije  2. Širenje svesti o posledicama kozmetičkih procedura na mlade | | | |
| Opis posla i uloge članova tima:  Sledeći korak članova tima podrazumeva organizovanje prezentacija na kojoj se prisutnima tj. publici konkretno prenosi znanje putem panel diskusije. Važan deo ovog radnog projekta je logistika. Neophodno je obezediti prostor gde će biti realizovana panel diskusija kao i okupiti prave učesnike. Prvi korak u organizovanju podrazumeva da se odredi tema i svrha panel diskusije. Potom da se odrede relevantni ucesnici, a to su odabrani panelisti sa iskustvom, zatim angažovanje adekvatnog moderatora i gledaoca. Dakle naš zadatak je odabir stručnjaka i lidera iz sveta kozmetike koji ce na sceni međusobno diskutovati na temu kozmetičkih procedura i svih njenih pozitivnih i negativnih uticaja na ciljnu grupu.  Objaviće se otvoren poziv na sajtu putem kojeg ce svi zainteresovani moći da se prijave kako bi mogli da isprate ovakav vid konferencije. Ključna stvar je da u pozivu budu precizne informacije o temi i cilju organizovanja panela kao i predstavljeni panelisti s kratkom biografijom. Moderator koji je postavljen treba da olakša diskusiju i održava je na pravom putu dok publika postavlja pitanja. Panelisti odgovaraju na postavljena pitanja. Okupljanje ce se odrzati na sceni, a pored toga panel diskusija ce biti snimljena kako bi se materijal mogao koristiti i u budućnosti i za širu publiku, s obizorm da ce biti dostupna online.  Najbitniji zadatak je da se pronađu pravi profesionalci koji će na postavljenu temu imati različita mišljenja i razmenom istih angažovati publiku da razmislja i nesto novo sazna i nauci.  Na ovaj način, učesnicima se omogućava da putem interakcije sa stručnjacima iz ove oblasti razjasne bilo koje nedoumice, prošire svoje znanje i za kraj postanu svesni koji je cilj našeg projekta. | | | |
| Autputi RP:  Panel diskusije obično sadrže vredne informacije koje učesnici mogu kasnije da sagledaju i porazmisle šta mogu da primene.  Transkripti koji će pružiti široj publici informacije o temi | | | |

| Broj RP. | 6 | Naziv RP | Diseminacija rezultata projekta |
| --- | --- | --- | --- |
| Uključeni članovi tima | 1. Dragana Radnović  2. Teodora Spasojević | | |
| RP 6 je povezan sa ciljem podizanja svesti o štetnosti kozmetičkih procedura na mentalno i fizičko zdravlje žena  Specifični ciljevi RP 6 su:  1. Definisanje plana diseminacije rezultata projekta  2. Definisanje mera za promociju rezultata projekta | | | |
| Opis posla i uloge članova tima:  Sledeći korak opisuje diseminaciju rezultata projekta. Rezultati projekta se mogu iskazati u vidu prezentacija na konferencijama na kojima bi prisustvovali stručnjaci iz ove oblasti, koji bi zainteresovanima proširili svest o mogućim posledicama. Zatim rezultate je još moguće prikazakti i objavljivanjem u stručnim časopisima namenjeni ženama koje žele da saznaju nešto više o pomenutoj temi. Pored ove dve mogućnosti, deljenje informacija putem on-line platformi se pokazao kao najefikasniji metod kojim se doprinosi relevantnosti diskusije i informiše zajednica.  Uz obavljenu analizu prikupljenih podataka došli smo do zaključka da određena grupa ljudi doživljava poboljšanje samopouzdanja i pozitivnih emotivnih efekata. Sa druge strane postoji i ona grupa ljudi koji mogu iskusiti različite nivoe stresa ili nezadovoljstva, posebno ako su prisutna nerealna očekivanja. Važno je uzeti u obzir individuane razlike i pažljivo pristupiti ovim odlukama. | | | |
| Autputi RP:  Diseminacija rezultata projekta obuhvata širenje i deljenje dobijenih informacija i rezultata sa relevantnim ciljnim grupama, kako bi se ostvario širi uticaj i korist od projekta.  Ovo može uključivati radionice, prezentacije, veb-stranice, kreiranja profila na društvenim mrežama, objavljivanje relevantih članaka u novinama, učestvovanje na različitim naučnim skupovima i debatama. | | | |

| **Glavni autputi:** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Br. autputa | Naziv autputa | Broj RP | Mesec završetka |
| 1. | Projektni plan | 1 | 2 |
| 2. | Finansijski plan | 1 | 3 |
| 3. | Uspostavljanje rasporeda radnih aktivnosti | 1 | 2 |
| 4. | Dokumentacija | 1 | 28 |
| 5. | Komunikacioni plan unutar projektnog tima | 1 | 2 |
| 6. | Finalni izveštaj | 1 | 30 |
| 7. | Kreirana baza podataka o potrošnji kozmetičkih proizvoda kod mladih | 2 | 6 |
| 8. | Objavljenje naučnog rada u međunarodnom časopisu | 2 | 26 |
| 9. | Kreirana baza podataka o posledicama upotrebe kozmetičkih procedura na mentalno zdravlje žena | 3 | 11 |
| 10. | Objavljenje rezultata u javnosti i širenje svesti o ovoj temi | 3 | 13 |
| 11. | Kreirane prezentacije, seminari i radionice u svrhu edukacije kako bi se mladima ukazalo na štetnost kozmetičkih procedura | 4 | 13 |
| 12. | Ostvareni utisak i uticaj na svesti mladih po pitanju kozmetičkih procedura | 4 | 30 |
| 13. | Panel diskusija | 5 | 30 |
| 14. | Transkripti koji će pružiti široj publici informacije o temi | 5 | 12 |
| 15. | Radionice | 6 | 14 |
| 16. | Web stranica | 6 | 14 |
| 17. | Društvene mreže | 6 | 14 |
| 18. | Publikacije i novinarski članci | 6 | 14 |
| 19. | Realizovani seminari i konferencije | 6 | 14 |

| **Budžet (prikažite troškove projekta po pojedinim kategorijama):** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Kategorija budžeta | Troškovi u RSD | % budžeta | Opis troškova |
| Troškovi članova projektnog tima | 700.000 | 38,46% | Troškovi članova projektnog tima uključuju celoukupne izdatke angažovanja svakog člana tima poput nadnica, beneficija, osiguranja |
| Putovanja | 200.000 | 10,99% | Troškovi putovanja obuhvataju novčane izdatke vezane za usluge prevoza, usluge smeštaja, putnog osiguranja. |
| Oprema | 250.000 | 13,74% | Troškovi opreme obuhvataju izdatke za kupovinu celoukupne opreme neophodne za sprovođenje projekta (računari, pametne table) |
| Potrošni materijal | 150.000 | 8,24% | Troškovi potrošnog materijala obuhvataju kancelarijski pribor (štampači, pribor za pisanje, papir). |
| Usluge | 450.000 | 24,72% | Troškovi usluga obuhvataju troškove zakupa prostora u kojima se održavaju sastanci, seminari, panel diskusije, kao i usluge internet provajdera. |
| Diseminacija | 70.000 | 3,84% | Troškovi diseminacije podataka podrazumevaju izdatke u cilju prezentacije dobijenih podataka, izrada prezentacija, materijala koji se koriste tokom seminara i panel diskusija. |
| **Ukupno** | 1.820.000 | 100% |  |

## 5. Prilozi

* [Link ka radnim biografijama članova tima](https://drive.google.com/drive/folders/1eC1mLCbfRD1RclIUxBt-nxOa1fRS7hpC?usp=drive_link)
* [Link ka gantogramu](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1XfqkA7OJ5hcvnOY4o0J9BHUbxIMKWjSY/edit?usp=drive_link&ouid=113024961203257894183&rtpof=true&sd=true)
* [Link ka budžetu projekta](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1SVJR32P3xijISg9H-tK7ys7SR5Vh46bT/edit?usp=drive_link&ouid=113024961203257894183&rtpof=true&sd=true)