

Seminarų vedimo gairės

Santrauka

Kas yra projekto partneriai	4
FIT PROGRAMA	5
ĮVADAS Į FIT VEIKLOS VADOVĄ	6
1 SKYRIUS PROTINGO VERSLININKO FORMAVIMAS	7
1.1 MODULIS: IŠMANUS VERSLUMAS/ŽIEDINĖ EKONOMIKA	7
VEIKLA 1. Pažink save kaip verslininką.....	8
VEIKLA 2. Partnerystė versle.	12
VEIKLA 3. Mano tvaraus verslo vizija.....	14
1.2 MODULIS VERTĖS KŪRIMAS	20
VEIKLA 1. Mano verslo vizija: kritinis tyrimas.....	21
VEIKLA 2. Komandinis projektas „Kūrybinių idėjų sąrašas“	23
VEIKLA 3. Mano verslo vizija: kritinis tyrimas.....	27
1.3 MODULIS. KAS YRA SKAIDINĖ EKONOMIKA	29
1 VEIKLA „Tiesinė ir žiedinė ekonomika“.....	30
2 VEIKLA „Tiesinė ir žiedinė ekonomika jūsų būsimai veiklai“	31
1.4 MODULIS NAUJI VERSLO MODELIAI	33
1 VEIKLA „Seni ir nauji verslo modeliai“	34
2 VEIKLA „Aptarkite tai su savo stalo draugu“	36
3 VEIKLA „Išvardykite naujų verslo modelių pranašumus ir trūkumus“	37
2 SKYRIUS DARNUS VERSLAS.....	44
2.1 MODULIS DARNUS VALDYMAS ĮVADAS	44
1 VEIKLA Sužinokite, kokia yra įmonė po jos veikimo	45
2 VEIKLA Vaidmenų žaidimas: verslo etika.....	46
3 VEIKLA Žiedinė ekonomika – galimybės ir grėsmės (diskusija).....	47
2.2 MODULIS VADOVAVIMAS IR VADOVAVIMO STILIAI.....	50
1 VEIKLA Verslios moters stipriosios ir silpnosios pusės	51

2 VEIKLA Tylus minčių šturmas: šiukšlių atskyrimas.....	51
VEIKLA 3. Socialinė kampanija vietos aplinkoje už ekologiją	52
2.3 MODULIS ŽMOGIŠKŲJŲ IŠTEKLIŲ VALDYMAS.....	54
1 VEIKLA Diskusija apie valdymo stiliaus įtaką organizacijos struktūrai	55
2 VEIKLA Svarbios nuostatos darbo sutartyje	56
2.4 MODULIS RINKODAROS SAMPRATA	58
1 VEIKLA Kas yra rinka?.....	59
2 VEIKLA Kas yra rinkodara?.....	61
3 VEIKLA Kodėl tokia svarbi SSGG analizė?	62
2.5 MODULIS RINKODAROS MIX STRATEGIJOS	65
1 VEIKLA Kas yra rinkodaros komplekso koncepcija? Apibūdinkite „7 P“ ir jų svarbą	67
2 VEIKLA Klasės diskusija: Rinkodaros privalumai ir trūkumai	68
3 VEIKLA Apibūdinkite rinkodaros konkurenciją, įmonės konkurencinį pranašumą ir konkurencinio pranašumo įgijimo strategijas.....	70
3 SKYRIUS SINERGIJŲ KŪRIMAS.....	73
3.1 MODULIS EFEKTYVIUS RYŠIUS	73
1 VEIKLA Pateikite savo verslo idėją	74
2 VEIKLA Išspręskite savo verslo problemą.....	76
3 VEIKLA Įsivaizduokite savo išmaniojo verslo istoriją	78
4 VEIKLA Šablonas: pristatykite savo verslo idėją.....	82
5 VEIKLA Peržiūrėkite savo verslo misiją.....	84
3.2 MODULIS TINKLO STRATEGIJA	85
1 VEIKLA Verslo tinklų kūrimo strategija.....	86
2 VEIKLA Neprijungus tinklo strategija.....	87
3 VEIKLA Socialinių tinklų strategija.....	90
3.3 MODULIS SOCIALINĖ MEDŽIAGA IR DALYVAVIMAS INTERNETE	94
1 VEIKLA Skaitmeninis pėdsakas.....	96
2 VEIKLA: planuokite socialinę žiniasklaidą.....	96
3.4 MODULIS TINKLŲ KAVIMAS.....	103
1 VEIKLA Įveikti tinklų kūrimo baime	106
2 VEIKLA Tinklų kūrimo BINGO	107

4 MODULIS VERSLO FINANSAI IR NAUJOS FINANSINĖS PRIEMONĖS.....	114
4.1 MODULIS VERSLO FINANSAVIMAS ĮVADAS	115
1 VEIKLA SAUGIŲ INVESTICIJŲ IR RIZIKINGŲ INVESTICIJŲ NUSTATYMAS.....	116
2 VEIKLA SUPRASTAS FINANSINĖ ANALIZĖ	117
4.2 MODULIS ANALITINĖ APSKAITA	118
1 VEIKLA Planuokite savo išlaidas.....	119
2 VEIKLA Kaip valdyti verslą ir gauti pelno	120
4.3 MODULIS FINANSINIS SPRENDIMAS UŽ DARNAUS VERSLO.	121
1 VEIKLA Finansinių sprendimų žemėlapis	123
2 VEIKLA Investavimo plano rengimas	123
4.4 MODULIS VERSLO PLANO KŪRIMAS	124
1 VEIKLA Pagrindinių verslo plano elementų supratimas.....	126
2 VEIKLA Sukurkite savo verslo plano drobę!	126

Kas yra projekto partneriai

Esame 6 organizacijų komanda iš: Graikijos, Italijos, Maltos, Lenkijos, Lietuvos ir Ispanijos. Kiekviena organizacija specializuojasi tokiose srityse kaip įgalinimas, moterų verslumo įgūdžiai, inovacijos, tvarios vertybės ir socialiniai mokslai. Sujungiame savo žinias ir išteklius su Europos Sąjungos parama, kad pateiktume jums stukturizuotą gairų rinkinį, kaip apmokėti savo dalyvius.

Daugiau informacijos apie mus rasite [FIT projekto svetainėje](#).



FIT PROGRAMA

FIT programa siūlo kokybišką mokymosi patirtį moterims, norinčioms pradėti verslą arba kurioms reikia įgyti naują konkurencinį pranašumą.

FIT PROGRAMA naudoja žiedinę ekonomiką ir finansinį raštingumą, kad padėtų MOTERIMS įgyti verslumo įgūdžių, kurių joms reikia norint pradėti arba pertvarkyti savo verslą. Programa sujungia internetinę ir neprisijungusią veiklą, individualų mokymąsi ir darbą grupėse, kad dalyviai galėtų praktiškai įgyti įgūdžių ir kompetencijų, reikalingų verslui valdyti.

Dalyvaudamos FIT PROGRAMOJE, moterys verslininkės daugiausia dėmesio skirs savo asmeninių gebėjimų tobulinimui, vadovavimo stiliaus apibrėžimui, pasitikėjimo savimi ugdymui, gebėjimui vadovauti kryptingai ir tvariai strategiškai mąstyti, taip skatindamos ekonomikos augimą kurdamos platų judėjimą parama moterims priklausančiam verslui.

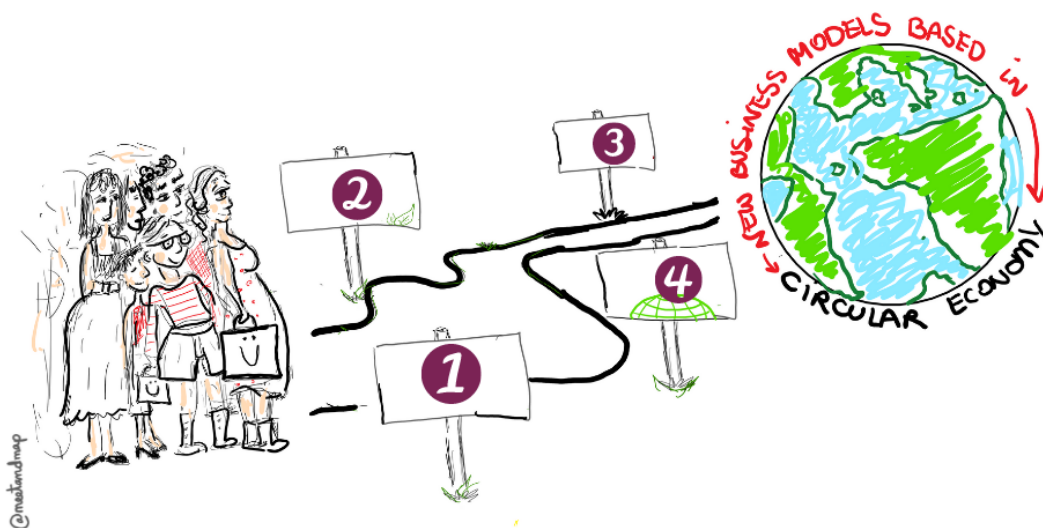
Programos metu dalyviai gaus struktūruotą įvairių mentorių palaikymą ir susisieks su įvairiomis suinteresuotosiomis šalimis ir kitais veikėjais, kad struktūriškai padėtų jiems kurti savo paramos tinklą.

FIT programa suskirstyta į 4 etapus, kurių kiekvienas yra susijęs su žiniomis, konkrečiais mokymosi rezultatais ir tikimasi, kad konkretūs rezultatai bus „priimti“ į kitą skyrių. Kiekviename etape yra pagrindiniai skirtingų specialybių elementai, siekiant pasiūlyti unikalią, visapusišką mokymosi patirtį, leidžiančią dalyviams augti kaip profesionalams, sužinoti, kokios paramos jiems reikia, kad jie įgyvendintų savo planą ir galėtų akis į akį diskutuoti su atvykstančiais profesionalais. Iš kitos specializacijos.

Programa nepavers dalyvių finansų ar žiedinės ekonomikos dizaineriais. Programoje siūlomi elementai yra skirti suteikti tvirtą pagrindą pagrįstiems sprendimams priimti ir padėti jiems gauti profesionalią pagalbą, kurios jiems reikia bet kuriame verslo аспекte. Tai taip pat turėtų apriboti tų, kurie mano, kad jie nėra tinkami ir „netinkami“ būti verslo lyderiais, kišimąsi.

Daugiafunkciniai mokymai ir greitieji susitikimai buvo įtraukti į procesą, siekiant motyvuoti ir padėti dalyviams kurti įvairias kompetencijas. Tiek greiti susitikimai, tiek ekspozicija skirtingiems mentoriams suteiks geresnes ir ilgalaikes tinklų kūrimo galimybes, kartu paspartins ir padidins FIT įmonių sėkmės rodiklį. Turėti daugiau nei vieną mentorių yra vertinga, nes niekas neturi dovanų, gabumų, laiko ar galimybių patarti kiekvienu dalyvių tobulėjimo programos aspektu.

ĮVADAS



Šiame vadove rasite nuorodų ir pasiūlymų, kaip rengti seminarus, kurie paskatintų moteris derintis su savo vertybėmis, kurti ir kartu įgyvendinti savo viziją.

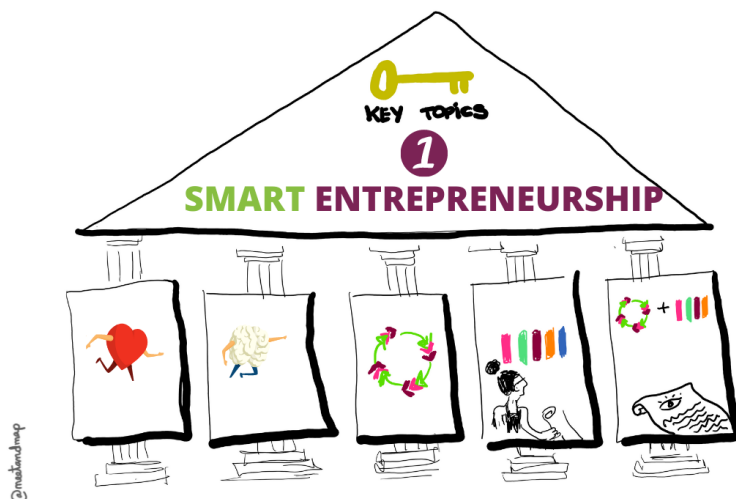
4 pagrindinės temos: išmanusis verslumas, tvarus verslas, sinergijos kūrimas ir verslo planavimas bus transformuota į praktinę veiklą, kuriai vadovaus treneriai ir mentoriai. Kiekvieną veiklą rekomenduojama užbaigti mentorių ir dalyvių įvertinimu, kurį rasite vadovo pabaigoje.

Moterų ekonominis įgalinimas yra kertinis tvaraus vystymosi darbotvarkės akmuo. Įvairių šalių lyderiai skatina moteris kaip perėjimo tarp linijinės ir žiedinės ekonomikos variklius ir sielas. Abiejų aspektų derinimas yra daug žadantis tikslas, į kurį sprendžiame su FIT programa.

FIT programa yra skersinis; visoje savo medžiagoje ir veikloje kertame privačias ir socialines verslo modelių perspektyvas. Suinteresuotųjų šalių balsų įvairovė reikalauja daugiau dėmesio skirti įvairovei, teisingumui, įtraukčiai ir savęs vertinimo metodui, kad tvarūs projektai klestėtų. Nepamirškite šio vadovo papildyti teorine dalimi; dalomoji medžiaga ir kiekvieno modulio pristatymai taip pat prieinami IED Academy platformoje.

Šis vadovas bus jūsų kelių žemėlapis, padėsiantis atrasti ar iš naujo įsivaizduoti kiekvienos jūsų grupės lyderės ateitį. FIT prisideda prie jų įgalinimo individualiai, kolektyviai ir, tikiuosi, tarp jų tarptautiniu mastu per mūsų tinklus, kurie nuo šiol pasiekiami ir jums.

1 SKYRIUS SUMANAU VERSLININKO FORMAVIMAS



1.1 MODULIS: SUMANUS VERSLUMAS / ŽIEDINĖ EKONOMIKA

Koks sesijos tikslas?

Sesija kviečia atskleisti savo asmenybės potencialą būti išmanaus verslumo visuomenei suteikiamos vertės bendrakūrėju, įgalinant asmenines kompetencijas ir atspindint asmeninius tvarumo rūpesčius.

Numatytos veiklos turėtų išplėtoti visą verslo vizijos sampratą kiekvieno dalyvio akimis. Prašome sekti dalyvio supratimo seką „aš versle“, po „aš pats arba partnerystėje“, tada „mano tvarus verslo tikslas“.

Mokymosi tikslai

- ✓ Pripažinti kompetencijas ir įgūdžius, susijusius su „protingo verslininko“ sąvoka;
- ✓ Išanalizuoti savo kompetencijas ir motyvaciją judėti į priekį savo gyvenime/karjeroje;
- ✓ Gali pradėti kurti savo viziją ir kelią verslo kūrimo link;
- ✓ Apsvarstykite tvarius ilgalaikius socialinius, kultūrinius ir ekonominius tikslus ir veiksmus, kurių buvo imtasi.

Trukmė

Bendra trukmė – 2 val.: teorinė dalis – 30 min.; praktinė dalis ir įvyniojimas - 1 valanda 30 min.

Kokie pedagogai turi pasiruošti užsiėmimui?

Prieš sesiją nėra jokių specialių reikalavimų. Kai kurios konkrečios pasirengimo rekomendacijos pateikiamos kiekvienos veiklos aprašyme.

Taikomų metodikų sąrašas

Taikomi mokymo metodai: paskaita, prezentacija, internetinė viktorina, duomenų interpretavimas, vaizdo atvejo analizė, minčių šturmas; minčių žemėlapis.

Apie mentorius

Mentorių užduotis – vadovauti mokymosi procesui. Reikalingi pristatymo įgūdžiai, klausimo įgūdžiai ir gebėjimas vadovauti dalyviams dviprasmiškose situacijose. Mentorai turėtų vadovautis pasauliniais tvarumo tikslais. Kūrybingo ir įkvepiančio žmogaus vestas užsiėmimas būtų privalumas.

VEIKLA 1. Pažink save kaip verslininką

Asmenybės testas: asmeninės savybės ir įgūdžiai, leidžiantys užsiimti verslu.

Ši užduotis skirta peržiūrėti jūsų asmenines savybes ir įgūdžius, susijusius su verslumu. Pasinaudokime anketa, kurią BDS bankas parengė remiantis Kanados verslininkų ypatybių tyrimais ir stebėjimais.



Trukmė

Bendra trukmė- 30 min. Viktorina truks 10 min., interpretacija - 20 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Dalyvaukite viktorinoje naudodami žiniatinklyje esančią nuorodą:

<https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potential>

Atlikus testą, bus surinkti atsakymai, o verslumo bruožų vertinimas pateikiamas trimis ramsčiais: motyvacijos, gabumų ir požiūrių, kurių bruožų sudėtis detalesnė su balų detalėmis.

Viktorinos rezultatai turėtų būti aptarti kitoje sesijoje.

Medžiagos/įrankiai, kuriuos jie ras platformoje

Anketą sudaro 50 teiginių. Dalyviai turėtų įvertinti šiuos teiginius pasirinkdami, kiek jie juos atitinka: 1- visiškai nesutinka; 2- šiek tiek nesutinku; 3- iš dalies sutinku; 4 - visiškai sutinku. Paprašykite dalyvių būti sąžiningiems su savimi. Rekomenduojame naudoti visą galimų variantų spektrą, mažiau sutelkiant dėmesį į vidurį.

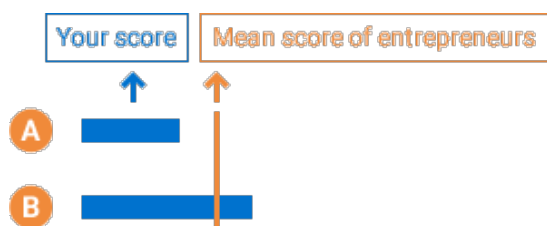
Teiginiai yra šie:

1. Mėgstu mesti sau iššūkius, kai imuosi naujo projekto.
2. Esu gana laisvas sudėtingose situacijose.
3. Ten, kur kiti mato problemas, aš matau galimybes.

4. Visada nerimauju, ką pagalvos kiti prieš darydamas ką nors svarbaus.
5. Esu smalsus ir nuolat ieškau atradimų.
6. Esu daug mažiau efektyvus stresinėse situacijose.
7. Noriu sukurti kažką, kas bus pripažinta viešai.
8. Susidūręs su sunkumais ieškau alternatyvių sprendimų.
9. Man svarbu veiksmas.
10. Man galima daryti įtaką savo likimui.
11. Aš galiu įsivaizduoti, kaip galime viską padaryti.
12. Kai imuosi projekto, aš tikiu, kad jį sėkmingai įgyvendinsiu.
13. Viskuo, ką darau, siekiu tobulumo.
14. Pagal mane, mes kažkaip susikuriame savo sėkmę.
15. Apskritai aš nepasitikiu savo instinktais.
16. Man nėra problemų dirbti kam nors kitam.
17. Stengiuosi būti pirmas arba geriausias savo kompetencijos srityje.
18. Man rizikuoti prilygsta loterijos bilieto pirkimui: tai atsitiktinumo klausimas
19. Sugebu matyti daug problemos sprendimų.
20. Man labiau patinka pasakyti paskutinį žodį.
21. Visada stengiuosi pasimokyti iš savo nesėkmių.
22. Man viskas įmanoma, jei tikiu, kad galiu tai padaryti.
23. Man labiau patinka naudoti senus gerus veiklos būdus.
24. Sėkmė dažniausiai yra sėkmė.
25. Tam tikras streso lygis mane stimuliuoja.
26. Man lengva motyvuoti kitus dirbti su manimi.
27. Dažnai jaučiuosi įklimpęs į sunkią situaciją.
28. Galiu lengvai įsivaizduoti daugybę būdų, kaip patenkinti poreikį.
29. Po nesėkmės aš galiu susitvarkyti ir pradėti iš naujo.
30. Ne visada esu pasiruošęs aukotis, kad pasisekčiau.
31. Nemėgstu daryti įtakos kitiems.
32. Kad būčiau patenkinta savimi, imuosi lengvų projektų.

33. Kai imuosi projekto, ne visada esu įsitikinęs, kad galiu jį sėkmingai įgyvendinti.
34. Mėgstu vadovauti kitiems..
35. Visada stengiuosi rizikuoti
36. Man sunku veikti neaiškiose ar dviprasmiškose situacijose.
37. Aš visada pradėdau naujus projektus.
38. Sunkiai nuspėju įvykius, tendencijas.
39. Man labai patinka situacijos, kai yra taisyklių, kurių reikia gerbti.
40. Šiandien be daug pinigų negalime prisiimti daug.
41. Per didelis ambicingumas dažnai suvokiamas prastai.
42. Esu linkęs sunkias užduotis atidėti vėlesniam laikui.
43. Esu toks žmogus, kuris matau stiklinę pusiau tuščią, o ne pusiau pilną.
44. Yra laiko pagalvoti, bet veiksmas yra svarbesnis.
45. Nebijau imtis iniciatyvos.
46. Kad ir ką darytume, tai nepriklauso nuo mūsų.
47. Man labiau patinka būti sau viršininku.
48. Nelaikau savęs ambicingesne už kitus.
49. Visada viskuo, ką darau, atiduodu geriausią iš savęs.
50. Puikiai valdau stresą dviprasmiškose ir neaiškiose situacijose.

Rezultatai bus rodomi su mėlynomis juostomis. Raudona vertikale rodo vidutinį tipiško verslininko veiklos rezultatą.



Rezultatai suskirstyti į tris vienetus:

- ✓ Minimalus balas, įspėjantis apie galimą charakteristikos trūkumą;
- ✓ Vidutinis balas, atspindintis jau užsiimančio verslo savybę
- ✓ Maksimalus balas – aukščiausias testo rezultatas.

Viktorinos balus galima palyginti šiame diapazone.

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Mentorius turėtų interpretuoti balus, kad galėtų plačiau paaiškinti ar pateikti pavyzdžių, ką šios savybės suteikia verslininkams jų gyvenime.

Charakteristikos skirstomos į tris dalis: motyvacijos, gabumai ir nuostatos, susijusios su verslu žmogumi. Bendras to balas pateikiamas testo pabaigoje. Kai kurios neatskiriamos charakteristikų dalys išskiriamos siekiant jas detaliau nurodyti.

1. **Motyvacijos** yra veiksniai, lemiantys elgesį. Tai yra pagrindinės priežastys, skatinančios ką nors veikti.
 - 1.1. **Pasiekimų / sėkmės poreikis.** Būtinybę siekti parodo noras tobulėti, tobulėti ir pasirodyti. Asmuo, turintis šią savybę, mėgsta išsikelti savo tikslus ir gauti atsiliepimą apie tai, ką jis daro siekdamas tobulėti. Tokie žmonės dažnai yra labai konkurencingi, ypač su savimi.
 - 1.2. **Galios / kontrolės apeliacija.** Žmonės, kuriems patinka valdžia ir kontrolė, dažnai yra peršmelkti noro vadovauti ir daryti įtaką. Konkrečiai kalbant, tokie žmonės nori organizuoti ir koordinuoti veiksmus bei sutelkti išteklius. Jie taip pat mėgsta kelti susižavėjimą ir įgyti socialinį statusą.
 - 1.3. **Iššūkių / ambicijų poreikis.** Iššūkis ir ambicijos yra glaudžiai susiję su poreikiu pasiekti. Šie žmonės nuolat ieško būdų, kaip imtis sunkių projektų, įgyvendinti savo svajones. Jie turi nuolatinį poreikį mokytis.
 - 1.4. **Savarankiškumas / laisvė.** Nepriklausomybės ir laisvės ieškantys žmonės nori būti sau viršininku ir turėti galimybę patys rinktis, nustatyti savo suvaržymus – trumpai tariant, priimti sprendimus savarankiškai.
2. **Gebėjimai** yra natūralūs polinkiai, kompetencijos, gebėjimai. Tam tikri gabumai skatina žmogų būti verslininku.
 - 2.1. **Atkaklumas** Tai rodo atkaklumas savo pastangomis, nuolatinis ryžtas ieškoti problemų sprendimo būdų. Ištvėrimingi ir ryžtingi žmonės parodys atkaklumą ir sugebės greitai atsigauti.
 - 2.2. **Pasitikėjimas savimi / entuziazmas.** Pasitikėjimas savimi suteikia kažkam tikėjimą savo ištekliais ir gebėjimais, verčia didžiuotis savimi. Tas, kuris pasitiki savimi, žino savo vertę ir optimistiškai žiūri į savo sugebėjimus pasiekti.
 - 2.3. **Tolerancija dviprasmiškumui / atsparumas stresui.** Tai svarbi verslo profilio savybė. Žmonės, kurie gali toleruoti dviprasmybę, gali susidoroti ir valdyti netikrumo sukeltą stresą. Jie labai prisitaiko.
 - 2.4. **Kūrybiškumas / vaizduotė.** Kūrybiškumas dažnai pasireiškia per žmogų, kuris yra smalsus, žingeidus, sugeba numatyti dalykus ir įsivaizduoti įvairius problemos sprendimus.
3. **Požiūriai** yra sudaryti iš suvokimo, mūsų jausmų apie ką nors. Tai yra mūsų sprendimai, kaip mes žiūrime į dalykus.

- 3.1. **Suvokimas veikti pagal savo likimą.** Vieni savo sėkmę sieja su sėkme, kiti – savo pastangomis. Verslumo profilio žmonės linkę manyti, kad savo veiksmais gali daryti įtaką įvykiams.
- 3.2. **Veiksmų orientuotas.** Viena iš pagrindinių verslininko savybių yra orientacija į veiksmą. Noras veikti ir darbštumas – gana dažni verslininkų bruožai. Jie tiki, kad norėdami būti sėkmingi, turi veikti.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyvių užduotis – pagal viktorinos balus sudaryti asmeninių stipriųjų ir silpnųjų pusių sąrašą. Jiems būtų galima patarti sudaryti bet kokią sąrašo formą.

Svarbu stebėti dalyvių nuotaiką – neleiskite jiems nusiminti.

Prašome nepriimti į tai, kad charakteristikos yra kruopščiai įgytos arba jos netrūksta, kaip savaime suprantamu dalyku. Nė vienas testas negali apimti visų verslumui svarbių veiksmų, tokių kaip asmeninės aplinkybės, patirtis ir pan. Rezultatai leis jums palyginti savo atsakymus su verslininkų grupe. Būkite pasirengę paaiškinti, kad joks testas negali parodyti viso asmenybės potencialo. Kiekviena patirtis, laikas ir aplinkos veiksniai gali duoti pranašumą.

Numatomas rodiklis turėtų būti laikomas galimo vystymosi tašku ateityje arba siekiu nukreipti švelninimo veiksmus.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potential>.

VEIKLA 2. Partnerystė versle.

Užduoties tikslas – apibrėžti partnerystės vertę versle, išsiaiškinti, kaip skirtingi grupių vaidmenys susijungia siekiant bendrų tikslų.

Trukmė

30 min

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Dalyviams siūloma dirbti su trumpa byla, pateikta video formatu. Apsilankykite svetainėje „Moterys verslininkės visame pasaulyje“, <https://www.thefewgroup.com/>, arba Youtube kanale, kad atidarytumėte vaizdo įrašą, pavadintą „Sėkmingos verslo partnerystės savybės“, kurią sukūrė Sarah & Fiona Zhuang, bendrovės „Sarah Zhuang Jewellery“ įkūrėjai.

Šiai veiklai galima pasirinkti du variantus.

1 pratimas. Paprašykite mokinių klausytis kalbos nuo 5:15 iki 10:05 min. ir sudarykite sąrašą 5 svarbių patarimų, kuriais dalijasi seserys apie sėkmės veiksmus versle.

Padarykite trumpą diskusiją grupėje. Paprašykite dalyvių prisiminti panašias situacijas, kurių jie galėjo išmokti iš draugų ar kitų žmonių, kurie iliustruoja šiuos patarimus jų gyvenime.

2 pratimas. Paprašykite dalyvių pasiklausyti dialogo nuo 10:25 iki 14:20 min. Išsiaiškinkite pamokas, kurias išmoko seserys savo versle.

Aptarkite galimas nesėkmes ir iššūkius, kuriuos jie įveikė.

Paprašykite dalyvių sudaryti bent 4 iššūkių, kuriuos seserys įveikia kartu, sąrašą.

Užbaikite diskusiją pranašumais, kuriuos gali atnešti sėkminga partnerystė.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Dalyviai nesunkiai ras vaizdo įrašą Youtube.

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Prieš seminarą iš anksto pasiklausyti vaizdo įrašo. Daugiau nieko ypatingo nereikia.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

1 pratimas. Dalyviai turėtų išvardyti šiuos atsakymus:

- 1) svajoti dideli;
- 2) išlik aistringas;
- 3) toliau mokytis;
- 4) Sunkiai dirbti;
- 5) Būk savimi.

2 pratimas. Atsakymai turėtų būti panašūs į:

- 1) nebijokite išeiti iš komforto zonos;
- 2) visiškai „gerai“ kartais pasakyti NE;
- 3) išlaikyti darbo ir asmeninio gyvenimo pusiausvyrą;
- 4) Neišsprendžiamų problemų nėra.

Galimų trūkumų sąrašą turi parengti kiekvienas dalyvis.

Priverskite juos pagalvoti, kaip lavinti save arba susirasti partnerį, kuris galėtų sustiprinti silpnąsias vietas. Sušvelninimo veiksmų, kurių jie turėtų imtis, kad įveiktų galimus gyvenimo iššūkius, sąrašas.

Kiti komentarai

Mentoriai pasirinktinai gali naudoti 1 arba 2 pratimą. 2 pratimas turėtų būti laikomas prioritetu. Abu pratimai gali pasiekti maksimalų veiklos tikslą.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://www.thefewgroup.com/>

<https://www.youtube.com/watch?v=6Y0FPkgoX8w>

VEIKLA 3. Mano tvaraus verslo vizija

Užduoties tikslas – vizualizuoti jūsų galimo verslo pobūdį, suderinamą su jūsų asmeniniais tikslais ir polėkiu.

Trukmė

20 min

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Apsilankykite svetainėje: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>.

Paprašykite dalyvių peržiūrėti 17 darnaus vystymosi tikslų – tvaraus vystymosi tikslų, kurie įgyvendinami ES, sąrašą. Įsitikinkite, kad jie supranta, kur yra verslo galimybės. Prisiminkite išmaniojo verslumo sampratą, aptartą teorinės dalies pabaigoje.

Paprašykite dalyvių pasirinkti vieną ar dvi dalis, kurios labiausiai rūpintųsi jų asmenybe, interesais. Kam jie nerimauja? Ar jie turi kokių nors sprendimų?

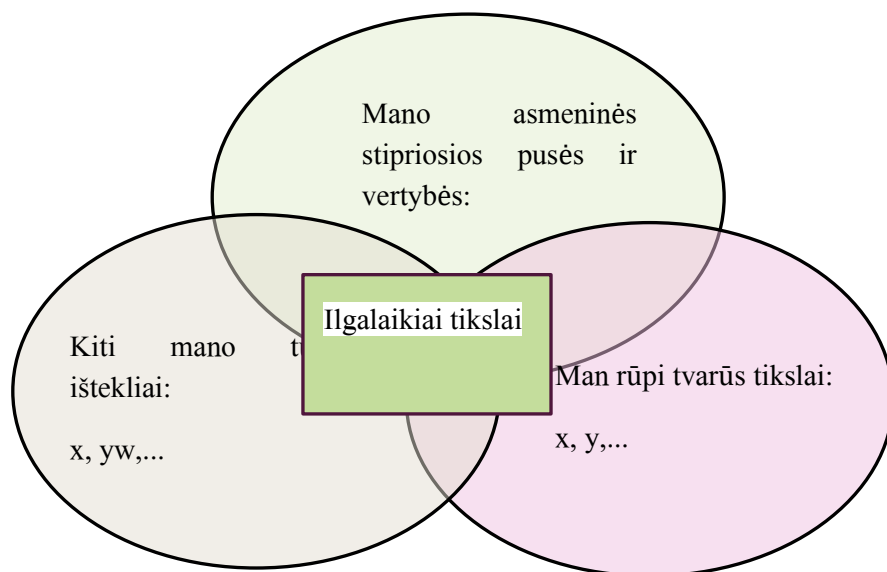
Kitas žingsnis – užsibrėžti viso gyvenimo tikslą sukurti verslo viziją, kuri kiekvienam dalyviui atrodytų tikslinga. Jų tikslai turi atitikti asmeninius siekius, visus turimus išteklius, tokius kaip asmeniniai įgūdžiai, patirtis, santykiai, tinklas, materialinės atsargos ir kt.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Dalyviai Moodle sistemoje ras failą su užduoties aprašymu.

1 pratimas. Po ankstesnių užsiėmimų šioje sesijoje dalyviai turėtų nurodyti savo charakteristikas trijose grupėse:

- 1) Mano asmeninės stipriosios pusės ir vertybės:
- 2) Kiti mano turimi ištekliai:
- 3) Man rūpi tvarūs tikslai:



Atitikdami šias asmenines savybes, dalyviai turi išsikelti savo ilgalaikius tikslus.

MANO ILGALAIKIAI TIKSLAI:

1.....

.....

Verslo vizija yra paveikslas, į kurį verslininkai sutelkia dėmesį.

Verslo vizijos projekte yra šie elementai:

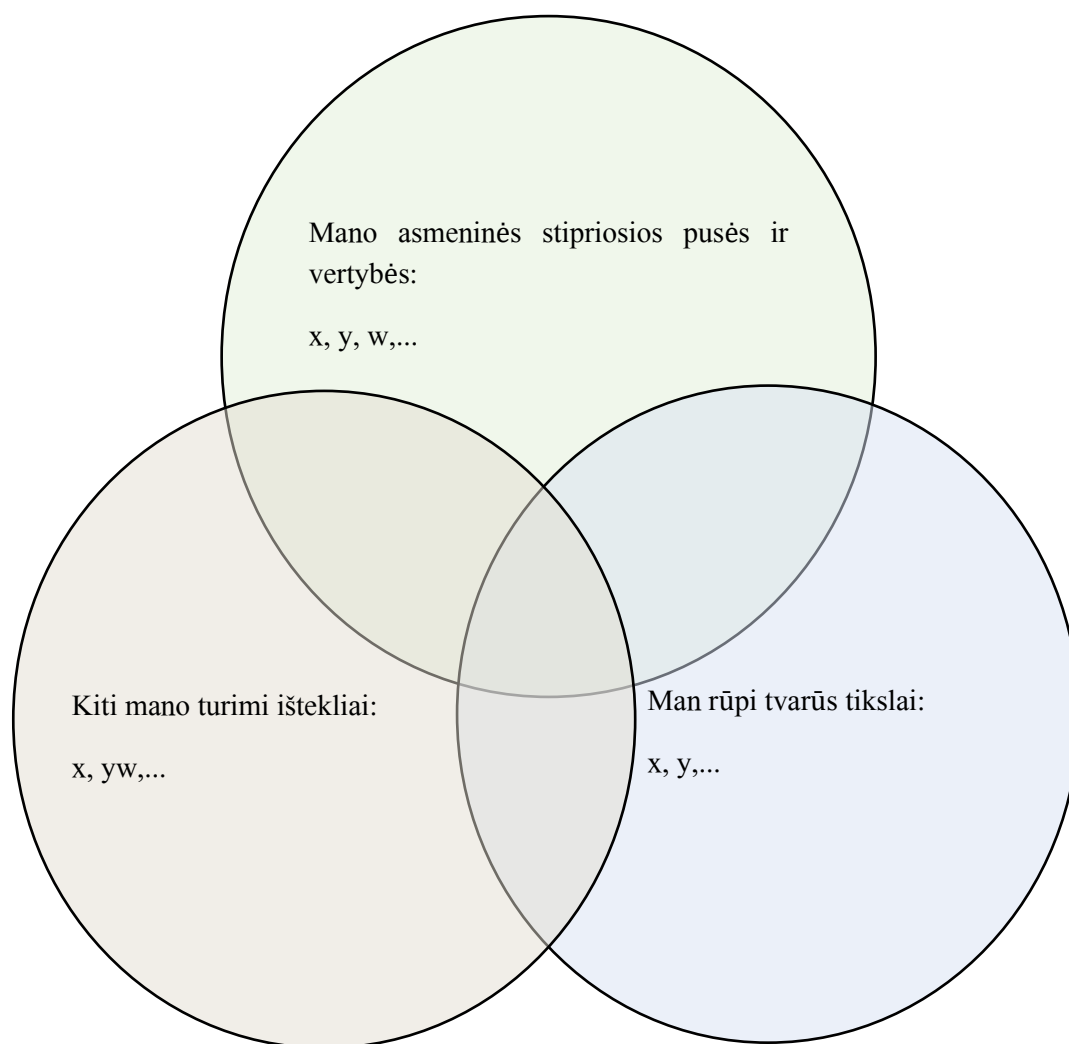
- 1) Veiklos sritis ir apimtis;
- 2) Dėmesys tvarumui ir tikslas;
- 3) Asmeninė misija ir savirealizacija;
- 4) Santykiai su kitais.

Paprašykite dalyvių panaudoti šiuos elementus kuriant savo verslo vizijos projektą.

Paprašykite naudoti vizijos pareiškimo formatą, pateiktą pratimo šablone, arba galite paprašyti dalyvių pasirinkti bet kokią kitą vizijos formą, pavyzdžiui, minčių žemėlapi.

3 šablono veikla: parengkite savo tvaraus verslo viziją

Užduotis 1. Viso gyvenimo tikslų išsikėlimas



1 parinktis: pasirinkite formą, kurią norite užpildyti, kad galėtumėte parašyti verslo viziją.

MANO ILGALAIKIAI TIKSLAI:

1.....

2.....

3.....

MANO DANAUS VERSLO VIZIJA

Sakinyje turi būti:

Veiklos sritis ir apimtis;

Dėmesys tvarumui ir tikslas;

Asmeninė misija ir savirealizacija;

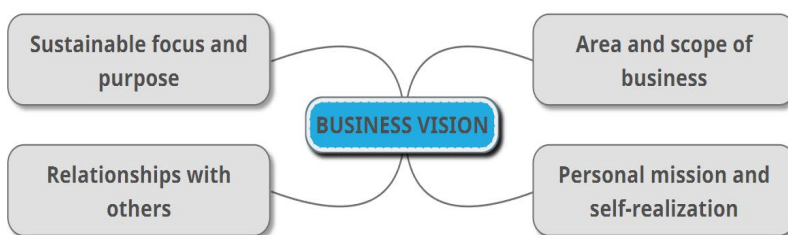
Santykiai su kitais.

.....

.....

.....

2 parinktis: pasirinkite programą, kad sukurtumėte savo verslo vizijos minčių žemėlapi, pvz., <https://app.mindmup.com/> ar panašias.



Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Kad žinotumėte 17 pasaulinių tvarumo tikslų, būkite pasirengę paaiškinti.

Reikalingas supratimas apie su verslu susijusius išteklius.

Žinoti apie galimas programėles ar kitas minčių sudarymo įrankių naudojimo technologijas.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Asmeninių stipriųjų ir silpnųjų pusių sąrašas su švelninimo veiksmis, planuojamais siekiant įveikti galimus iššūkius (atsižvelgiant į santykių su kitais poreikį).

Viso gyvenimo tikslų sąrašas, pagrįstas aktualiais socialiniais, kultūriniais ir ekonominiais klausimais.

Žemėlapis ARBA dalyvių parengtos galimos verslo vizijos pareiškimas, kuriame yra: veiklos sritis ir apimtis; tvarumo dėmesys ir tikslas; asmeninė misija ir savirealizacija; santykiai su kitais.

Kiti komentarai

Jei dalyvės ištekliai ir bruožas priverčia ją prarasti dvasią arba nukristi, padėkite jai sutelkti dėmesį į vertės kūrimą bet kokių galimu institucinio tvarumo klausimu.

Verslo vizijos rengimas jiems turėtų kelti pasitenkinimą dėl jų pačių atliekamo darbo TO patiems.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://sdgs.un.org/goals>

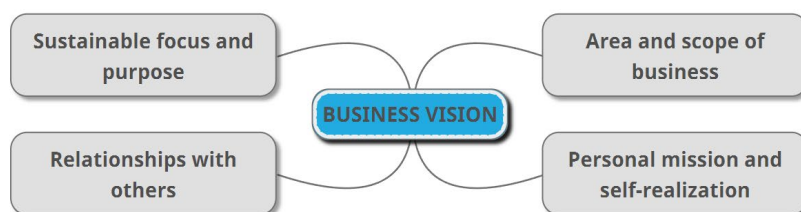
<https://www.mindmup.com/>

3 šablono veikla: parengkite savo tvaraus verslo viziją

2 užduotis: Sujunkite regėjimo elementus

Verslo vizijos projektas gali būti įvairių formų. Pasirinkite tą, kuris jums labiausiai patinka.

- 1) Minčių žemėlapių sudarymo būdas. Lengva naudoti tokias programas kaip: <https://app.mindmup.com/map/new>, ar kiti.



- 2) Naudokite verslo vizijos pareiškimo rašymo formą, derindami vizijos elementus.

MANO DANAUS VERSLO VIZIJA

Sakinyje turi būti:

Veiklos sritis ir apimtis;

Dėmesys tvarumui ir tikslas;

Asmeninė misija ir savirealizacija;

Santykiai su kitais.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Turėtų būti įvertintas galutinis verslo vizijos žemėlapis.

Vertinimo kintamieji (jo svoris nuo bendros):

- 1) su verslu susijusių savybių nustatymas savo profilyje - 25 %;
- 2) nustatytų trūkumų mažinimo veiksmai – 25 %;
- 3) viso gyvenimo tikslai, įskaitant asmenines stiprybes ir savirealizacijos tikslus, susirūpinimą tvarumu, turimus išteklius, partnerystės poreikį- 25 proc.;
- 4) 4-osios verslo vizijos projektas- 25 proc.

METODIKOS APRAŠYMAS

Viktorina – tai apklausos metodas naudojant sukurtą anketą. Renkant dalyvių atsakymus ir vertinant balus pagal jame siūlomą sistemą, rekomenduojama naudoti skaitmeninę anketos formą paruoštų teiginių forma.

Atvejo metodas suteikia tyrimo formą, kuri pakelia gyvenimo sudėtingumą. Svarbu pabrėžti realios verslo patirties pamokas ir kartu su dalyviais išsiaiškinti vertingus patarimus.

Smegenų šturmas kaip mokymo metodas gali būti laikomas „vieno ar kelių asmenų idėjų svarstymu, bandant sugalvoti ar rasti problemos sprendimą“ (Merriam-Webster Dict.). Naudokite šį metodą kūrybinėms seanso dalims.

Minčių žemėlapių sudarymas – tai būdas susieti pagrindines sąvokas naudojant vaizdus, linijas ir nuorodas. Pagrindinė sąvoka linijomis susieta su kitomis sąvokomis, kurios savo ruožtu yra susietos su kitomis susijusiomis idėjomis. Minčių žemėlapiuose naudojama „spindinčio mąstymo“ sąvoka – tai yra, mintys sklinda iš vienos idėjos, dažnai išreiškiamos kaip vaizdas. Siūlome šį metodą naudoti interaktyviu būdu (programėlėse).

Bet koks papildomas komentaras

Pabrėžkite, kaip svarbu, kad dalyviai būtų kūrybingi, atviri sau ir skatintų juos veikti, kad ir kokie drąsūs ar lėti būtų jų sprendimai.

Šaltiniai / nuorodos

<https://www.thefewgroup.com/>

<https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potential>

<https://www.youtube.com/watch?v=6Y0FPkgoX8w>

<https://sdgs.un.org/goals>

<https://www.mindmup.com/>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/brainstorming>

<https://www.emeraldgrouppublishing.com/how-to/study-skills/mind-map>

1.2 MODULIS VERTĖS KŪRIMAS

Koks seanso tikslas? Bendras aprašymas

Seminaro tikslas – iš ankstesniame seminare užsibrėžtos verslo vizijos išgauti didžiausią vertę. Užsiėmimas kviečia žmones praktikuoti vertės kūrimo procesą, taikant kritinio mąstymo įgūdžius. Verslo idėjos vertės kūrimo modelis pareikalaus taikyti dizaino mąstymo metodą. Dalyviai dirbs su komandiniu projektu, viršijančiu seminaro laiką, kad paruoš savo vertės kūrimo modelį sumaniai ir tvariai verslo idėjai įgyvendinti.

Mokymosi tikslai

- ✓ Praktikuoti kritinį ir kūrybišką mąstymą, tiriant vertės kūrimo procesą;
- ✓ Sukurti inovatyvios verslo idėjos vertės kūrimo modelį;
- ✓ Pasirinkite pagrindines vertės kūrimo veiklas, kad įgyvendintumėte protingą ir tvarų verslo idėją.

Trukmė

Bendra trukmė – 2 val.

Teorinė dalis truks apie 30 min.

Praktinė veikla šioje sesijoje planuojama dvejopai:

- ✓ seminaro trukmė 1 valanda 30 min;
- ✓ Taip pat iš dalyvių tikimasi komandinio darbo už seminaro ribų.

Ką pedagogai turi padaryti, kad pasiruoštų užsiėmimui

Mentoriai turėtų informuoti dalyvius, kad jie atsineštų savo verslo vizijos žemėlapi / pareiškimą, padarytą ankstesnėje sesijoje.

Pasirengimas paaiškinti Vertės kūrimo modelį praktinėje situacijoje yra būtinas.

Pasiruoškite padėti dalyviams naudoti užduočių šablonus platformoje.

Taikomų metodikų sąrašas

Taikomi mokymo metodai: paskaitos, pristatymas, komandinis darbas, minčių šturmas, interviu metodas.

Apie mentorius

Mentorių užduotis – vadovauti mokymosi procesui. Reikalingi pristatymo įgūdžiai, klausimo įgūdžiai ir gebėjimas vadovauti dalyviams dviprasmiškose situacijose. Mentorai turėtų būti kritiški ir rūpestingi.

VEIKLA 1. Mano verslo vizija: kritinis tyrimas

Užduotis skiriama taikyti kritinio mąstymo įgūdžius. Siekiama turėti pagrįstesnę verslo viziją, tiriant galimas savikritikų problemas ir bandant jas patikrinti kritine argumentacija.

Trukmė

30 min. (atsakymų iš valdžios rinkimo laikas neįskaičiuotas)

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Užduotis reikalauja iš dalyvio individualaus savęs tyrimo darbo, kurį tęsia kitų tikrinimo veiksmai.

Užsiėmimas prasideda tada, kai dalyviai pasiima savo verslo vizijos juodraščius, kurie buvo sudaryti ankstesnėje sesijoje.

Taikydami kritinio mąstymo elgsenos klasifikaciją, jie prašo dalyvių parodyti problemos identifikavimo-informacijos rinkimo-variantų tyrinėjimo- galutinio sprendimo priėmimo įgūdžius.

Pirmas žingsnis yra nustatyti, dėl ko verslo vizija yra neaiški ar abejotina. PASTABA: labai svarbu pritaikyti kritinio mąstymo įgūdžius, kad prielaidos būtų pagrįstos tiksliais argumentais: kodėl taip manai? Kokiais faktais grindžiate savo prielaidą?

Kitas žingsnis – rinkti informaciją ir išnagrinėti jų turimų institucijų argumentus dėl tų pačių argumentų. Tai gali būti bet kuris verslo ekspertas ar praktikas, šeimos nariai ar draugai, atsižvelgiant į probleminį klausimą, kurį reikia iširti. Pasirūpinkite, kad surinkti argumentai būtų konkretūs ir pagrįsti.

Šios veiklos rezultatas yra argumentų, kuriuos reikia patvirtinti arba paneigti kaip a. Jei šie rezultatai gali turėti įtakos verslo vizijai, pakeiskite ją.

Medžiagos / Įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Mano požiūriu	Kaip kiti tai mato	Patikrinimas
---------------	--------------------	--------------

Problemos/K lausimai	Mano argumentai	Autoritetas, kuriuo pasitikiu	Argumentai iš valdžios	Paskutinis sprendimas
1.				
2.				
...				
...				
Mano tvaraus verslo vizija:				

Žemiau yra lentelė, kurią dalyviai ras platformoje:

Dalyvių prašoma užpildyti tuščias lentelės vietas.

Pilkasis skyrius skirtas asmeniniam požiūriui – abejonėms kaip problemoms įgyvendinti savo verslo viziją.

Rožinė skiltis skirta informacijai iš institucijų užpildyti.

Žaliojoje zonoje jie turi paskelbti galutinį sprendimą po patikrinimo proceso.

Paskutinė eilutė skirta patikslintam verslo vizijos pareiškimui (jei reikia).

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Siūlome pedagogams pažvelgti į stalą platformoje, kad jie būtų pasiruošę instrukuoti dalyvius.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Galutinis rezultatas – išaiškinta verslo vizija, suformuota kritinio patikrinimo proceso.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Bandyopadhyay, S., Szostek, J. Mąstymas kritiškai apie kritinį mąstymą: verslo studentų kritinio mąstymo vertinimas naudojant kelias priemones. - Verslo verslo švietimo žurnalas. <https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/26470/jeb-subir-critical.pdf?sequence=1>

VEIKLA 2. Komandinis projektas „Kūrybinių idėjų sąrašas“

Projekto tikslas – praktikuoti Value Creation Wheel procesą, suformuluoti konkrečią verslo idėjų vertę. Svarbu atsižvelgti į partnerystės vertę siekiant įgyti tvarų konkurencinį pranašumą versle, kaip svarbią projekto dalį. Užbaigus projekto darbą, pagrindinės veiklos, kurias reikia atlikti siekiant įgyti verslo vertę.

Trukmė

60 min darbui ceche.

Komandinis projektas gali užtrukti iki 2 papildomų valandų, jei komandos nariai susidurs su komandinio darbo sunkumais arba ištrauks pernelyg išplėstą kūrybiškumo lauką.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Projektas skirtas atlikti vertės kūrimo procesą naudojant

„ValueCreation“ ratasmodelis. Platformoje yra projekto šablonas.

Užduotis rengiama kaip komandinis projektas. Prie to turi prisidėti komandos nariai

kiekviena iš užduočių. Šablone pateiktos lentelės turi būti pildomos nuosekliai.

1 užduotisreikalauja, kad jie nustatytų problemos ar iššūkio vertę, kurią jie nori išspręsti vykdydami verslą. Pageidaujamas laiko limitas – 5 min. Problema, kaip susirūpinimas dėl tvarumo, gali būti perkelta iš verslo vizijos.

2 užduotisreikia sukurti daugybę verslo idėjų. Paprašykite komandos narių kūrybiškai mąstyti ir sudaryti verslo idėjų sąrašą. Patarkite jiems turėti bent 5 skirtingų verslo idėjų sąrašą. Nors nėra problemų turėti mažiau skaičių – tokiu atveju 3 užduotis gali būti sumažinta. Laikas - 30 min.

3 užduotisprašo atrinkti geriausias verslo idėjas, jas reitinguojant pagal apibrėžtą galimų kriterijų ar filtrų sąrašą. Galimos partnerystės vertė gali būti svarbus kriterijus. Laiko limitas yra apie 10 min.

4 užduotisreikalauja leisti verslo idėjoms per reitinguotų filtrų kanalą, kol bus rastas galutinis sprendimas. Dalyviai turi pagrįsti galutinę verslo idėjos vertę. Laikas - 15 min. 4 užduotis yra paskutinė, kaip planuota, atlikta seminare.

5 užduotiskviečia ieškoti veiklos vertės versle. Apsvarstykite galimybę 3M (Manpower, Minute & Money) patvirtinti jūsų galutinei verslo idėjai, apibrėžiant veiklas galutiniam sprendimui įgyvendinti. Turėtų būti nurodyta verslo partnerių vertė.

Kaip 5 užduotispaliekamas tobulėjimui už seminaro ribų, įsitikinkite, kad dalyviai supranta užduoties reikalavimus.

Medžiagos / Įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Dalyviai platformoje ras tokį projekto konstrukciją:

1 užduotis. Pateikite savo tvaraus verslo vizijos diagnozę.

VCW etapas	Veiksmai, kuriuos reikia atlikti
Atraskite vertę	Tvarumo iššūkis ar problema, į kurią sutelkiate dėmesį:

2 užduotis. Sukurkite daugybę verslo idėjų. Apibrėžkite kriterijus / filtrus, kad išspręstumėte iššūkį.

VCW etapas	Veiksmai, kuriuos reikia atlikti
Sukurti vertę	Verslo idėjų sąrašas (apie 5-6):

3 užduotis. Iš viso sąrašo pasirinkite idėjas. Įvertinkite kriterijus / filtrus, kad išspręstumėte iššūkį.

VCW etapas	Veiksmai, kuriuos reikia atlikti
Analizuokite vertę	2-3 pasirinktos idėjos: Pasirinkimui naudojami filtrai: Partnerystės galimybės:

4 užduotis. Pasirinktos idėjos praeina per reitinguotų filtrų kanalą, kol randamas galutinis sprendimas.

VCW etapas	Veiksmai, kuriuos reikia atlikti
Žemės vertę	Galutinė verslo idėja: Partnerystės galimybės:

5 užduotis. Apsvarstykite 3M (darbo jėga, minutė ir pinigai) ir partnerystės vertę savo verslo idėjai.

VCW etapas	Veiksmai, kuriuos reikia atlikti
Veikimo vertę	Darbo jėga: Laikas: Pinigai: Partneriai:

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Nuspręskite komandų sudarymo principą. Rekomenduojama juos sugrupuoti pagal jų verslo problemą/rūpestį, kurį jie imasi spręsti. Galimi ir kiti metodai.

Prieš pradėdami projekto veiklas, priminkite dalyviams, kad verslo sėkmės pagrindas yra vertės kūrimo trikampis: vertė savininkams, vertė darbuotojams, vertė klientams.

Jei reikia, būkite pasirengę paaiškinti 3M (manpower, Minute, Money) vaidmenį verslo valdyme.

PASTABA: Idėjos vertybės turi atitikti galimybių vertybes.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyviai turi priimti sprendimą – galutinę verslo idėją.

Baigiamajame projekto etape turėtų būti pateiktas inovatyvus verslo vertės kūrimo modelis. Turi būti apibrėžtos konkrečios vertybės, įskaitant partnerystės vertę.

Rezultatai gali suteikti dalyviams savo verslo modelio eskizą, nors tai būtina šiame modulyje.

Šablonas: komandos projektas KŪRYBINIŲ IDĖJŲ SĄRAŠAS

Komandos projekto nariai turi prisidėti prie kiekvienos užduoties.

Visas 5 užduotis reikia atlikti nuosekliai. Sekite skyrius, užpildykite eilutes.

Taikyti kritinio ir kūrybinio mąstymo įgūdžius.

1 užduotis. Pateikite savo tvaraus verslo vizijos diagnozę.

VCW etapas	Veiksmai, kuriuos reikia atlikti
Atraskite vertę	Tvarumo iššūkis ar problema, į kurią orientuojatės:

2 užduotis. Sukurkite daugybę verslo idėjų. Apibrėžkite kriterijus / filtrus, kad išspręstumėte iššūkį.

VCW etapas	Veiksmai, kuriuos reikia atlikti
Sukurti vertę	Verslo idėjų sąrašas (apie 5-6):

3 užduotis. Iš viso sąrašo pasirinkite idėjas. Įvertinkite kriterijus / filtrus, kad išspręstumėte iššūkį.

VCW etapas	Veiksmai, kuriuos reikia atlikti
Analizuokite vertę	<p>2-3 pasirinktos idėjos:</p> <p>Pasirinkimui naudojami filtrai:</p> <p>Partnerystės galimybės:</p>

4 užduotis. Pasirinktos idėjos praeina per reitinguotų filtrų kanalą, kol randamas galutinis sprendimas.

VCW etapas	Veiksmai, kuriuos reikia atlikti
Žemės vertė	<p>Galutinė verslo idėja:</p> <p>Partnerystės galimybės:</p>

5 užduotis. Apsvarstykite 3M (darbo jėga, minutė ir pinigai) ir partnerystės vertę savo galutinei verslo idėjai.

VCW etapas	Veiksmai, kuriuos reikia atlikti
Veikimo vertė	<p>Darbo jėga:</p> <p>Laikas:</p> <p>Pinigai:</p> <p>Partneriai:</p>

Kiti komentarai

Mentoriams turėtų rūpėti komandinio darbo procesas, pagalba sprendžiant problemas.

Rekomenduojama laikytis laiko intervalo ir proceso metu įspėti dalyvius.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Lages, Luis Filipe (2016), „VCW vertės kūrimo ratas: inovacijos, technologijos, verslas ir visuomenė“, *Verslo tyrimų žurnalas*, 69(11).

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Vertinimo kintamieji (jo svoris nuo bendros):

- 1) argumentų pagrįstumas - 20 %;
- 2) kriterijų rinkinys, kuris išfiltruoja verslo idėjas iki galutinio – 20 %;
- 3) gebėjimas generuoti verslo idėjas - 30 %;
- 4) konkrečių verslo idėjos vertybių nustatymas – 30 proc.

METODIKOS APRAŠYMAS

Interviu metodas gali būti suprantamas kaip „pokalbis tarp žmonių, kuriame vienas asmuo atlieka tyrinėtojo vaidmenį“ (Arksey ir Knight, 1999).

Smegenų šturmas kaip mokymo metodas gali būti suvokiamas kaip „vieno ar kelių asmenų idėjų svarstymas, bandant sugalvoti ar rasti problemos sprendimą“. Naudokite šį metodą verslo idėjų generavimui.

Komandinis darbas kaip metodas turėtų būti įgyvendinamas pagal jo esmę kaip „darbas, kurį atlieka žmonės, kurie dirba kartu kaip komanda, kad ką nors padarytų“.

Šaltiniai / nuorodos

Lages, Luis Filipe (2016), „VCW vertės kūrimo ratas: inovacijos, technologijos, verslas ir visuomenė“, *Verslo tyrimų žurnalas*, 69(11).

Arksey, Hilary ir Peter Knight (1999). Interviu socialiniams mokslininkams: įvadinis šaltinis su pavyzdžiais. Londonas: SAGE., <https://methods.sagepub.com/book/interviewing-for-social-scientists>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/brainstorming>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/teamwork>

VEIKLA 3. Mano verslo vizija: kritinis tyrimas

1. Pilka skiltis skirta jūsų abejonėms, ar verslo vizija gali būti įgyvendinta. Apsispręskite dėl visų kylančių abejonų, paminėkite argumentus, kuriais įtikinate save.

2. Rožinėje skiltyje reikia įrašyti asmens vardą, kuris yra autoritetas šiuo klausimu, kad galėtumėte surinkti jos argumentus tais pačiais klausimais. Paprašykite jų būti sąžiningiems.
3. Žalioji zona skirta priimti patikrintus sprendimus, kurie gali paaiškinti jūsų verslo viziją.
4. Užpildykite tuščias lentelės vietas. Jei reikia, pataisykite savo verslo vizijos pareiškimą.

Mano požiūriu		Kaip kiti tai mato		Patikrinimas
Problemos/Klausimai	Mano argumentai	Autoritetas, kuriuo pasitikiu	Argumentai iš valdžios	Paskutinis sprendimas
1.				
2.				
3.				
...				
...				
Mano tvaraus verslo vizija:				

1.3 MODULIS. KAS YRA ŽIEDINĖ EKONOMIKA

Koks sesanso tikslas? Bendras aprašymas

Per didelis gamtos išteklių, reikalingų ekonomikos augimui ir vystymuisi, naudojimas neigiamai paveikė aplinką ir neigiamai paveikė jų prieinamumą bei kainą.

Sesijos tikslas:

Pradžioje, suprasti skirtumą tarp linijinės ir žiedinės ekonomikos;

Sesijos metu

- ✓ verslo ir ekonomikos požiūriu apibrėžti tvarumą ir jo ryšį su pertekliniu vartojimu ir perprodukcija;
- ✓ apibrėžti žiedinės ekonomikos pagrindus ir žiedinio verslo modelio ypatybes.
- ✓ apibūdinti perėjimo prie žiedinio verslo modelio naudą verslui.

Pabaigoje

- ✓ Suprataukia kaip sukurti tvarią organizacijos kultūrą, įskaitant tai, kaip į procesą įtraukti kitas verslo strategijas.

Mokymosi tikslai

- ✓ Nurodykite pagrindinius žiedinės ekonomikos elementus
- ✓ Atpažinti pagrindinę CE terminiją ir jų ryšį su vairotojų – įgalintuvais ir greitintuvais
- ✓ Žinokite, kas yra žiedinis mąstymas, ir išvardykite jo naudą „sistemai“
- ✓ Atpažinti ir pritaikyti verslo modelį ir padaryti jį „apvalų“
- ✓ Koks yra žiedinės ekonomikos poveikis ir nauda
- ✓ Susiekite savo verslo idėją ir planus su „uždarojo ciklo“ sistema
- ✓ Sukurkite savo verslo ar produktų tobulinimo planą, pagrįstą CE požiūriu

Trukmė: 4 valandos.

Ką turi padaryti pedagogai, kad pasiruoštų užsiėmimui

Jie turi būti išnaginę teorinę dalį; aiškiai žinoti, kokie yra pagrindiniai žiedinės ekonomikos elementai.

Apie mentorius

Dabartinė Covid 19 situacija ir jos apribojimai reikalauja, kad FIT projekto mentorius pamokų metu atidžiai sektų dalyvius.

Mentoriai, kuriuos pasirenka projekto išorės arba vidaus partneriai, privalo:

- Išstudijavo „kas yra žiedinė ekonomika“;
- ✓ Pamokos pradžioje su klausimais ir pasiūlymais jie sukūrė gerus santykius mentorius/mentuojamasis asmeniškai geriausiu būdu;

- ✓ Žodiniai klausimai ir pasiūlymai padės suprasti dalyvių poreikius;
- ✓ Siūlykite dalyviams tikrą paramą, padėdami jiems suprasti ir bent jau aiškiai paaiškinti
- ✓ Perduoti minčių augimo modelius, lyginant savo asmeninę patirtį;
- ✓ Bendradarbiauja su kitais;
- ✓ Pamokos metu galima pasidalinti savo patirtimi asmeniniais klausimais ir siūlymu

1 VEIKLA „Tiesinė ir žiedinė ekonomika“

Trukmė 45 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

n priedas. 1)

<p>Activity 1</p> <p>45 mn.</p> <p>Work in pairs</p>	<p><u>“Write a short and interesting report on the difference between linear and circular economics”</u></p> <p><u>Your sector is:</u></p>
--	--

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Už veiklos vykdymą;

- ✓ Skaidrių pristatymas;
- ✓ Mokytojo paaiškinimas
- ✓ Perskaitykite vadovo dalį;
- ✓ Pritaikytas porų formatas (1 priedas)

Mentorius po užsiėmimo surengs grįžtamojo ryšio sesiją su dalyviais.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dokumentas su porų parengtos idėjos aprašymu/vizualizacija ant drobės, su jų individualiais lūkesčiais. Tai padeda pašalinti neatitikimus ir rasti bendrą supratimą.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

<https://www.circulardesignguide.com/methods>

<https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>

2 VEIKLA „Tiesinė ir žiedinė ekonomika jūsų būsimai veiklai“

Trukmė 45 mln.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Tai individualus darbas. „Parašykite kitą trumpą ir įdomų pranešimą apie skirtumą tarp linijinės ir žiedinės ekonomikos sektoriui, kuriame atidarysite savo veiklą“

Annex n. 2

<p>Activity 2</p> <p>45 mn. Individual work</p>	<p>“Write another short and interesting report on the difference between linear and circular economics for the sector you will open the own activity”</p>
---	--

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

n priedas. 1

<p>1 veikla</p> <p>45 mln.</p> <p>Dirbti porose</p>	<p>„Parašykite trumpą ir įdomų pranešimą apie skirtumą tarp linijinės ir žiedinės ekonomikos“</p> <p>Jūsų sektorius yra:</p>
---	---

n priedas. 2

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

2 užsiėmimas	„Parašykite kitą trumpą ir įdomų pranešimą apie skirtumą tarp linijinės ir žiedinės ekonomikos sektoriui, kuriame atidarysite savo veiklą“
45 mln. Individualus darbas	

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyviai turės pateikti patikimus žiedinės ekonomikos rezultatus savo būsimam verslui

Veikla n. 1 e n. 2 padės jums susipažinti su skirtingais ekonomikos modeliais (linijine ir žiedine).

Mokymosi kontroliniai taškai / Vertinimas

- ✓ Elgesio stebėjimas;
- ✓ Mentorius įvertinimas: Mentorai galės užpildyti formatą – remdamiesi jais – kiekvienam kurso dalyviui, kad galėtų įvertinti jo pažangą „kelionėje“
- ✓ Sesija baigsis vertinimo testu įsivertinimo forma. Kiekvienas dalyvis pats įvertins, kiek išaugo jos kompetencijos: užpildykite pridedamą Įsivertinimo vertinimą (jį rasite šio seminaro vadovo pabaigoje).

Operacijos dalyviui padės paprasta graduota skalė.

Taikytos metodikos

Šiame modulyje naudojama metodika vadinama moksliniais tyrimais grįstu mokymusi (RBL); ji susideda iš sistemos, kuri padeda parengti studentus būti visą gyvenimą besiklausančiais ir besimokančiais. Sąvoka „tyrimai“, dažnai sukuriama studentų, rašančių tyrimų ataskaitas, vaizdą, čia apibrėžiama kaip mąstymo apie mokymą ir mokymąsi būdas, perspektyva, paradigma.

Tai specifinis požiūris į mokymą klasėje, kuriame mažiau dėmesio skiriama į mokytoją orientuotam turinio ir faktų mokymuisi ir daugiau dėmesio skiriama studentams kaip aktyviems tyrinėtojams.

CHART ONE

Teacher's Role	Classroom Activities	Student Outcomes
Identify and clarify issues and questions with students.	Use engaging activities to introduce key questions and develop curiosity and interest.	Student involvement and engagement. Ownership of questions.
Help students find and process information.	Conduct research, use search engines, read and examine a variety of texts to use as research materials.	Learn research and note-taking skills. Learn how to read for understanding and find key information and ideas.
Help students to think critically and creatively.	Use activities that support evaluation, interpretation, analysis, compare and contrast, creative thinking.	Learn to detect misinformation, to be more creative, think outside the box, think logically, write effectively.
Help students apply knowledge and ideas and draw conclusions	Use activities that help students synthesize information, write summaries, work on an authentic task, solve problems and make decisions.	Learn to synthesize and summarize, write and organize information, use problem solving skills, complete tasks and projects.
Help students communicate results	Use activities that support the development of summary products, student presentations, writing papers, oral presentations.	Learn to make presentations, communicate results orally, and write and organize papers.

Jie mokosi skaityti, kad suprastų, formuoti interpretacijas, kurti ir vertinti hipotezes, mąstyti kritiškai ir kūrybiškai. Jie mokosi, kaip spręsti problemas, iššūkius ir dilemas. Galiausiai jie lavina bendravimo įgūdžius rašydami ir diskutuodami.

Mokytojai, įtraukdami ir įtraukdami mokinius į informacijos rinkimą ir apdorojimą, atlieka pagrindinį vaidmenį siekiant sėkmingo moksliniais tyrimais pagrįsto mokymo. Nors mokytojai kartais gali pateikti informaciją per paskaitas, o vadovėliai naudojami kaip informacijos šaltinis, pabrėžiama, kad studentai mokytusi patys ieškoti ir apdoroti išteklių.

1.4 MODULIS NAUJI VERSLO MODELIAI

Koks seanso tikslas? Bendras aprašymas

Užsiėmimo tikslas – apmąstyti naujas gamybos teorijas, siekiant sukurti galimybes ir ekonominę vertę. Be to, bus kuriamos idėjos, apimančios jau rinkoje esančius sprendimus ir naujus iššūkius.

Mokymosi tikslai

- ✓ Tikėkite savo gebėjimu daryti įtaką įvykių eigai, nepaisant netikrumo, nesėkmių ir laikinų nesėkmių. Kurti idėjas ir galimybes kurti vertę, įskaitant geresnius esamų ir naujų iššūkių sprendimus.
 - ✓ Būkite pasiryžę idėjas paversti veiksmais ir patenkinti savo poreikį pasiekti.
 - ✓ Nustatykite ir įvertinkite savo individualias ir grupės stipriąsias ir silpnąsias puses
 - ✓ Apmąstykite ilgalaikių socialinių, kultūrinių ir ekonominių tikslų tvarumą ir pasirinkite veiksmų kryptį.
- Būkite atsparūs spaudimui, sunkumams ir laikinoms nesėkmėms.
- ✓ Naudokite apskrito verslo modelio sudarymo įrankį, kad galėtumėte vizualizuoti produkto gyvavimo ciklo planavimą ir įvertinti, kaip žiedinis pasiūlymas pasikeis per kiekvieną naudojimo ciklą

Trukmė 4 valandos

Ką turi padaryti pedagogai, kad pasiruoštų užsiėmimui

- ✓ Pedagogai bus studijavę linijinę ir žiedinę ekonomiką;

Apie mentorius

- ✓ Mentorai studijavo linijinę ir žiedinę ekonomiką;
- ✓ Mentorai padeda dalyviams atsižvelgiant į jų verslo idėjos specifiką: akompanuodami pateikia idėjų ir pasiūlymų, išaiškina abejones ar sudėtingas vietas, padeda dalyviui suprasti, kaip ir ką daryti;
- ✓ Mentorius veikla lydės atskirą dalyvį (ar grupes, jei tokios sudaromos) modulio kūrimo metu ir atlieps jo metu išskylančius poreikius.

1 VEIKLA „Seni ir nauji verslo modeliai“

„Parašykite keletą senų ir naujų verslo modelių pavyzdžių“

Trukmė 20 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas_highresolution.jpg

The Sustainable Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On:
Version:

<p>Key Partners </p> <p>Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform?</p> <p>MOTIVATION FOR PARTNERSHIPS: Optimization and economy Reduction of risk and uncertainty Acquisition of particular resources and activities</p>	<p>Key Activities </p> <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p>CATEGORIES: Production Problem Solving Platform/Network</p>	<p>Value Propositions </p> <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying?</p> <p>CHARACTERISTICS: Novelty Performance Customization "Getting the Job Done" Design Brand Status Price Cost Reduction Risk Reduction Accessibility Convenience/Usability</p>	<p>Customer Relationships </p> <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?</p> <p>EXAMPLES: Personal Assistance Dedicated Personal Assistance Self Service Automated Services Communities Co-Creation</p>	<p>Customer Segments </p> <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p> <p>POSSIBILITIES: Mass Market Niche Market Segment of One Diversified Multi-sided Platform</p>
<p>Key Resources </p> <p>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p>TYPES OF RESOURCES: Physical Intellectual (brand patents, copyrights, data) Human Financial</p>		<p>Channels </p> <p>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are we reaching them next? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines?</p> <p>CHANNEL PHASES: 1. Awareness 2. Evaluation 3. Purchase 4. Delivery 5. After Sales (post-purchase customer support) ... of products & services and Value Proposition</p>		
<p>Cost Structure </p> <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are the most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p>IS YOUR BUSINESS MODEL: Cost Driven (lowest cost structure, low price value proposition, maximum automation, extensive outsourcing) Value Driven (focused on value creation, premium value proposition)</p> <p>SAMPLE CHARACTERISTICS: Fixed Costs (salaries, rents, utilities) Variable Costs Economies of Scale Economies of Scope</p>		<p>Revenue Streams </p> <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?</p> <p>FIXED PRICING: List Price Product feature dependent Customer segment dependent Volume dependent</p> <p>DYNAMIC PRICING: Usage-based (pay-per-use) Yield management Real-time Market</p> <p>TYPES: Asset Sale Subscription Fees Licensing Usage Fee Leasing/Renting/Leasing Royalties/ Fees</p>		
<p>Eco-Social Costs </p> <p>What ecological or social costs is our business model causing? Which Key Resources are non-renewable? Which Key Activities use a lot of resources?</p> <p>EVALUATION INSTRUMENTS: Life Cycle Assessment of products and services Common Good Balance Sheet</p>		<p>Eco-Social Benefits </p> <p>What ecological or social benefits is our business model generating? Who are the beneficiaries? Are they potential customers? Can we transform the benefits into a Value Proposition? If yes, for whom?</p> <p>INSTRUMENTS: Social Reporting/Standard Common Good Balance Sheet</p>		

Based on: www.businessmodelgeneration.com

- ✓ Kiekvienas dalyvis gali naudotis priedu Nr. 3 trumpai apibūdinę keletą „Senosios ir naujosios ekonomikos“ pavyzdžių (galite naudoti kompiuterį ir bet kokią turimą medžiagą).
- ✓ Priedas Nr. 3 yra formatas, kurį kiekvienas dalyvis visada turi turėti su savimi, norėdamas jį integruoti ar taisyti.
- ✓ Šis dokumentas gali būti naudojamas atskirai arba kartu su kitais dalyviais, siekiant pažymėti pažangą ar skirtumus

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

- ✓ Skaidrių pristatymas;
- ✓ Perskaitykite vadovo dalį;

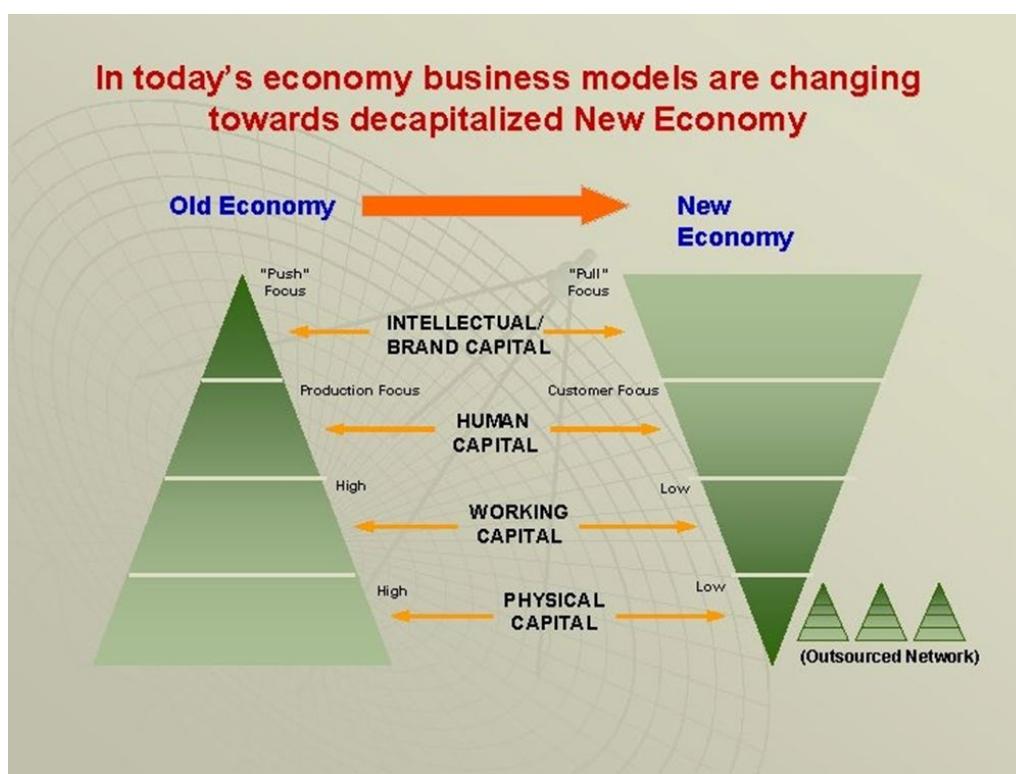
n priedas. 4

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokią jame esančios informacijos naudojimą.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

- ✓ Inovatyvus verslo modelis turi gebėti apibrėžti ir nustatyti inovacijų galimybes.
- ✓ Dalyviai, remdamiesi tuo, ko išmoko klasėje, turi atlikti namų darbus, kuriuose išryškinami keli (2 arba 3) novatoriškų verslo modelių pavyzdžiai.
- ✓ Popieriaus forma laisva: gali būti gaminama rankomis arba kompiuteriu; dalyvių bus paprašyta paaiškinti klasei, ką jie rado.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://morethandigital.info/en/9-disruptive-business-models-new-opportunities-for-companies/>

<https://bernardmarr.com/the-9-most-successful-business-models-of-today/>

<https://connects.world/business-model/>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016IP0007>

https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas_highresolution.jpg

2 VEIKLA „Aptarkite tai su savo stalo draugu“

Trukmė 20 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

- ✓ Dabar, po ankstesnės veiklos, svarbu pasidalyti rezultatais su savo stalo draugu
- ✓ Perskaitykite savo formatą ir aptarkite jį.
- ✓ Palyginkite senosios ir naujosios ekonomikos skirtumus: pažymi surinktus taškus stalo draugui.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

- ✓ Skaidrių pristatymas;
- ✓ Perskaitykite vadovo dalį
- ✓ Tiesiog atlikite užduotį prieš jus (1 veikla)

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

- ✓ Perskaitėte teorinę dalį;

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

- ✓ Atkreipkite dėmesį į tikrus palyginimo metu rastus skirtumus ir įvertinkite jų svarbą;

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://morethandigital.info/en/9-disruptive-business-models-new-opportunities-for-companies/>

<https://bernardmarr.com/the-9-most-successful-business-models-of-today/>

<https://connects.world/business-model/>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016IP0007>

3 VEIKLA „Išvardykite naujų verslo modelių pranašumus ir trūkumus“

Trukmė 20 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

„Pagalvokite ir parašykite, kokie yra tų modelių pranašumai ir trūkumai“

- ✓ Dalyviai kviečiami raštu detalizuoti naujų verslo modelių privalumus ir trūkumus;
- ✓ Dalyviai lygina savo darbus;
- ✓ Klasės diskusija;

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

- ✓ Dalyviai gali peržiūrėti ką tik atliktas veiklas ir, jei reikia, atlikti tyrimus kompiuteriu;

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

- ✓ Žinojimas, kaip atpažinti trikdančias technologijas, besikeičiantys vartotojų pageidavimai ir besikeičiantys konkurenciniai scenarijai sukuria nuolatinį spaudimą įmonės verslo modeliams.
- ✓ Žinojimas, kaip atpažinti, kad sėkmingo verslo modelio inovacijų kliūtys yra susijusios su sąmoningumu, tyrimų, sistemos, logikos ir kultūros barjeriais. Labai dažnai šios kliūtys nėra pripažįstamos.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://morehandigital.info/en/9-disruptive-business-models-new-opportunities-for-companies/>

<https://bernardmarr.com/the-9-most-successful-business-models-of-today/>

<https://connects.world/business-models/>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016IP0007>

Testas klasėje; ĮVESTIS / IŠVESTIS (priedas Nr. 5–6) <https://study.com/academy/practice/quiz-worksheet-characteristics-of-traditional-economies.html>

n priedas. 5 ĮĖJIMO TESTAS

<http://study.com/academy/practice/quiz-worksheet-characteristics-of-traditional-economies.html>

Quiz & Worksheet - Characteristics of Traditional Economies

1. Which one is not a characteristic of a traditional economy?

- They rely on hunting and fishing
- They use barter and trade
- They often live in tribes
- They have a strong money system

2. Which one is not an advantage of a traditional economy?

- They know their role in the economy
- There is less destruction to the environment
- They know how resources will be distributed
- They are unaware of what they will receive in exchange for their job

3. Which one is a disadvantage of a traditional economy?

- There are too many animals to hunt
- Children do not want to learn how to hunt
- The change in weather
- They do not know how to fish for survival

Create your account to access this entire worksheet

A Premium account gives you access to all lessons, practice exams, quizzes & worksheets



Access to all
video lessons



Quizzes, practice exams
& worksheets



Access to experts for
homework questions

© copyright 2003-2020 Study.com. All other trademarks and copyrights are the property of their respective owners. All rights reserved.

n priedas. 6 BAIGIAMASIS BANDYMAS

1) Paskatinimas

A) yra kompromiso priešingybė.

B) gali būti atlygis, bet negali būti nuobauda.

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

- C) gali būti atlygis arba bauda.
- D) gali būti nuobauda, bet negali būti atlygis.

2) Esminė ekonominė problema yra

- A) saugumas.
- B) faktas, kad JAV perka daugiau prekių iš užsieniečių, nei mes parduodame užsieniečiams.
- C) sveikata.
- D) trūkumas.

3) Trūkumas reikalauja, kad žmonės privalo

- A) prekyba.
- B) konkuruoti.
- C) bendradarbiauti.
- D) daryti pasirinkimą.

4) Atskirų sprendimus priimančių vienetų elgesio analizė yra apibrėžimas

- A) mikroekonomika.
- B) makroekonomika.
- C) teigiama ekonomika.
- D) normatyvinė ekonomika

5) Sąvoka „alternatyvi kaina“ nurodo, kad

- A) gali būti toks dalykas kaip nemokami pietūs.
- B) vadovai ne visada pripažįsta galimybes pasipelnyti taip greitai, kaip turėtų.
- C) bet koks sprendimas dėl išteklių naudojimo reikalauja brangaus pasirinkimo.
- D) ne visi žmonės maksimaliai išnaudos gyvenimo galimybes, nes kai kuriems nepavyks

METODIKOS APRAŠYMAS

Paslaugų mokymasis: Mokymasis tarnyboje yra ugdymo metodas, kuriame mokymosi tikslai derinami su bendruomenės darbu, siekiant suteikti pragmatišką, progresyvų mokymosi patirtį, tenkinant visuomenės poreikius. Nacionalinė jaunimo lyderystės taryba apibrėžia mokymąsi tarnyboje kaip „filosofiją, pedagogiką ir bendruomenės ugdymo modelį, kuris naudojamas kaip mokymo strategija siekiant mokymosi tikslų ir (arba) turinio standartų“.

<https://www.learnlife.com/methodologies/service-learning>

Tyrimais pagrįstas mokymasis:Šio sąrašo kontekste moksliniais tyrimais pagrįstas mokymasis reiškia tiesioginį besimokantųjų įtraukimą į autentiškus tyrimų projektus. Tai turi įtakos įvairiems lygiams. Besimokantysis gali įgyti didelę motyvaciją dalyvaudamas realiame tyrime.

Tai buvo katalizatorius, skatinantis besimokančiuosius gilintis į temas.

Be to, dalyvaudami faktiniuose tyrimuose, besimokantieji sužino apie tyrimų pobūdį ir savo, kaip tyrėjo, vaidmenį. Besimokantieji supažindinami su tyrimo metodais kuo įvairesniuose kontekstuose, siekiant lavinti jų interpretavimo, analizės ir taikymo įgūdžius.

<https://www.learnlife.com/methodologies/research-based-learning>

Mokytiis darantTradiciškai darbuotojų mokymas vyksta pagal griežtą struktūrą. Darbuotojai susirenka konferencijų salėje, klauso paskaitos ir išeina atlikti naujos užduoties arba atlikti naują procedūrą. Mokymai yra būtini norint suformuoti lūkesčius ir diegti įmonės kultūrą, tačiau ne visi tinka šiam mokymosi stiliui. Štai kodėl daugelis organizacijų naudoja patirtinį mokymąsi – procesą, kurio metu darbuotojai atlieka naują užduotį realioje aplinkoje ir skiria šiek tiek laiko apmąstyti savo veiklą. Šis metodas turi daug privalumų, įskaitant patrauklesnės mokymo aplinkos kūrimą ir stipresnių ryšių bei prisiminimų, susijusių su dėstomąja medžiaga, kūrimą. „Patirtinis mokymasis suteikia galimybę nuolat mokytis ir tobulėti.

<https://www.the-learning-agency-lab.com/the-learning-curve/learning-by-doing/#:~:text=What%20is%20learning%20by%20doing,gain%20alone%20in%20the%20studija>

Mokymasis tarp lygiųMokinių mokymasis iš bendraamžių gali pagerinti požiūrį ir labiau suasmenintą, patrauklų ir bendradarbiaujančią mokymosi patirtį, o visa tai gali lemti aukštesnius pasiekimus. Bendraamžių mokytojams ši patirtis gali pagilinti jų supratimą apie dalyką ir suteikti pasitikėjimo.

<https://www.summertech.net/benefits-of-peer-teaching/#:~:text=For%20students%2C%20peer%20learning%20can,the%20subject%20and%20impart%20pasitikėjimas>

KoučingasKoučingo tikslas – išlaisvinti žmonių potencialą maksimaliai padidinti savo veiklą. Tai padeda jiems mokytis, o ne moko ar pasakoja. Paimkite mokymąsi vaikščioti kaip pavyzdį – dauguma žmonių nemoko vaikščioti pagal nurodymus.

Koučingas padeda klientui išsipareigoti imtis veiksmų ir būti jo patirties įgarsinimo lenta, suteikia jam asmeninę erdvę ir paramą, kurios jam reikia augti ir tobulėti. Pagrindinis trenerio vaidmuo dažnai yra padėti klientui išlaikyti motyvaciją ir išsipareigojimą, reikalingą jo tikslams pasiekti


<https://new.coachingnetwork.org.uk/information-portal/what-are-coaching-and-mentoring/>

(priedas Nr. 3)

Šaltinis



https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas_highresolution.jpg

(vadovaujantis 3 priedu)

PAGRINDINĖS PARTNERYSTĖS	PAGRINDINĖ VEIKLA	VERTĖ PASIŪLYMAS	KLIENTAS SANTYKIAI	KLIENTŲ SEGMENTAI
<p>Kaip galėtumėte sustiprinti partnerystę su organizacijomis visoje grandinėje, kad gautumėte naudos iš cirkuliacijos (medžiagų, informacijos ir kapitalo srautų) sistemoje?</p> <p>Kokias naujas ar netikėtas partnerystes galite užmegzti, kad padidintumėte cirkuliaciją savo organizacijoje ir sistemoje?</p>	<p>Kokia veikla galėtų geriausiai padėti pasiekti jūsų vertės pasiūlymą?</p> <p>Kokie gali būti jūsų veiklos teigiami išoriniai padariniai (ty jūsų veiksmų pasekmės kitiems)? Ir kaip galėtumėte stebėti ir suplanuoti bet kokius neigiamus išorinius padarinius?</p> <p>Kaip galėtumėte sukurti naujas žmogiškojo, gamtinio ar finansinio kapitalo formas?</p> <hr/> <p> PAGRINDINIAI IŠTEKLIAI</p> <p>Kaip galėtumėte sukurti daugiadisciplinę komandą organizacijose ar tarp jų, kad</p>	<p>Pradėkite klausdami savęs: kokius poreikius siekiate patenkinti? Ar tai produktas, ar paslauga reikalinga šiems poreikiams patenkinti?</p> <p>Ar yra kažkas, kas susiję su jūsų produktu/paslauga, galinčio turėti vertės kitiems?</p> <p>Kaip sukursite įtikinamą istoriją apie savo vertės pasiūlymą?</p> <p>Kaip galėtumėte nuo pat pradžių pagerinti savo vertės pasiūlymą, kurdami prisitaikymą ir nuolatinę raidą?</p>	<p>Kokias grįžtamojo ryšio linijas sukursite su savo klientais, kad taptumėte vikresni ir lengviau prisitaikytumėte prie jų atsiliepimų?</p> <p>Kaip galėtumėte sujungti klientus su kitomis jūsų produkto / paslaugos ar medžiagų kelionės dalimis?</p> <hr/> <p>KANALAI</p> <p>Kaip galėtumėte pertvarkyti savo santykius su tiekimo grandine?</p> <p>Kaip galėtumėte sukurti grįžtamąjį ryšį tiesiai į savo produktą / paslaugą,</p>	<p>Kas bus pagrindiniai jūsų produkto/paslaugos klientai ar vartotojai?</p> <p>Kas dar gali gauti naudos iš jūsų medžiagų/produkto/paslaugos arba turės jų poveikį? Taip pat apsvarstykite naudos gavėjus už tiesioginės vertės grandinės ir pramonės ribų.</p>

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

	<p>sukurtumėte vertę žiedinėje ekonomikoje? Kaip galėtumėte priimti ryšį?</p> <p>Kokių galimybių reikia, kad įgalintumėte cirkuliacinius srautus ir grįžtamojo ryšio mechanizmus bei sėkmingai valdytumėte savo organizaciją trumpuoju ir ilguoju laikotarpiu?</p> <p>Iš kur bus gauti jūsų ištekliai (atsinaujinantys ar riboti šaltiniai) ir kas atsitiks su jais panaudojus?</p>		<p>kad galėtumėte nustatyti naujas galimybes?</p> <p>Kokių galėtumėte atvirkštinėje grandinėje vaidmenį atlikti logistikos?</p>	
<p> IŠLAIDOS</p> <p>Kokias išlaidas būtų galima pasidalyti arba sumažinti per kitus naudotojus ir partnerius?</p> <p>Ar galėtumėte pereiti nuo nepakankamai panaudoto turto nuosavybės modelio prie mokėjimo už prieigą ir naudojimą?</p> <p>Kaip galėtumėte sumažinti sąnaudų nepastovumą ir priklausomybę nuo ribotų išteklių naudojimo? Ką galite padaryti, kad sumažintumėte riziką?</p>	<p> PAJAMOS</p> <p>Kaip galėtumėte įvairinti galimybes didinti atsparumą, augimą ir inovacijas?</p> <p>Kaip „pyrago auginimas“ (kuriant vertę kitur sistemoje) gali turėti teigiamos įtakos jūsų būsimai sėkmei?</p> <p>Kaip jūsų verslo modelis galėtų padėti sukurti kitų rūšių vertę? Žmogiškasis, socialinis ar gamtinis kapitalas?</p> <p>Kaip naujos paslaugos gali padidinti pajamas iš esamų produktų, turto ar pristatymo sistemų?</p>			

Šaltiniai / nuorodos

<https://www.americanexpress.com/en-us/business/trends-and-insights/articles/7-ways-to-build-a-strong-network/>

<https://www.linkedin.com/learning/professional-networking/how-to-build-a-meaningful-connection>

<https://www.businesknowhow.com/marketing/better-networking.htm>

<https://startupnation.com/grow-your-business/offline-networking-essential-entrepreneurs/>

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

https://www.ted.com/talks/tanya_menon_the_secret_to_great_opportunities_the_person_you_haven_t_met_yet

<https://study.com/academy/practice/quiz-worksheet-characteristics-of-traditional-economies.html>

2 SKYRIUS DARNUS VERSLAS



Sustainable Business:

- ✓ CONSCIENT LEADERSHIP
- ✓ BE INCLUSIVE
- ✓ TAKE SMART DECISIONS

2.1 MODULIS. ĮVADAS Į DARNŲ VALDYMĄ

Koks sesanso tikslas? Bendras aprašymas

Šios sesijos tikslas – supažindinti besimokančiuosius su pažangaus ir tvaraus valdymo klausimais, turinčiais didžiulę įtaką šalies, Europos ir pasaulio ekonominei raidai. Todėl bus sprendžiami klausimai, supažindinantys ir paaiškinantys valdymo esmę. Pradžioje dalyviai bus supažindinami su vadybos tema apskritai, su organizacijos kultūros samprata ir valdymo stilių tipais. Tada bus imamasi verslo etikos problemos, kuri atspindi tokią verslo veiklą, kuri neša sąžiningumą ir sąžiningumą visiems rinkos dalyviams. Galiausiai bus nagrinėjama tvaraus ir efektyvaus išteklių naudojimo bei darnaus vystymosi planavimo tema.

Išspręstos problemos bus aptariamoms teoriškai, o dalyviai taip pat turės galimybę įgyti praktinių įgūdžių. Tai padės tinkamai suprasti pateiktas mokymo problemas.

Mokymosi tikslai (susiję su mokymo programa / teorine dalimi)

Teorinė dalis apima šiuos tikslus:

- ✓ Susipažinimas su vadybos dalyku,
- ✓ Mokymosi problemos, susijusios su organizacijos kultūros samprata
- ✓ Suprasti valdymo stilių tipus.

- ✓ Verslo etikos žinių plėtimas tokia verslo veikla, kuri suteikia sąžiningumo ir sąžiningumo visiems rinkos dalyviams.
- ✓ Su tvariu ir efektyviu išteklių naudojimu bei darnaus vystymosi planavimu susijusių klausimų studija.

Trukmė

4 valandos

Ką turi padaryti pedagogai, kad pasiruoštų užsiėmimui

Mokytojams reikia:

- ✓ Esminis pasiruošimas
- ✓ Nešiojamas kompiuteris su interneto ryšiu
- ✓ Projektorius ir ekranas
- ✓ Konferencinis bloknatas

Apie mentorius

Mentoriai, kaip ekspertai, atsakingi už tai, kad kiti dalyviai tinkamai priimtų mokymų klausimus, dalyvaus visuose mokymuose. Jų užduotis bus stebėti mokymų dalyvius, jų pasisakymus ir užduočių atlikimo teisingumą. Jie taip pat pasitarnaus kaip ekspertai, turintys praktinės patirties, kad apibendrintų kiekvieną mokymų paketą tiek teorinėje, tiek praktikoje.

Projektas taip pat turi naudoti mentoriams. Dalyvaudami mokymuose jie turės naudoti iš bendravimo su kitais pedagogais iš šalių partnerių ir su tiksline dalyvių grupe.

1 VEIKLA Sužinokite, kokia yra įmonė po jos veikimo

Dalyviai yra suskirstyti į mažas grupes, nuo 3 iki 5 žmonių. Svarbu, kad kiekvienoje grupėje būtų bent vienas mentorius. Kiekviena grupė gauna tekstą su įmonės veiklos aprašymu. Perskaitę tekstą, dalyviai nustato, kokia yra įmonės valdymo stiprybė ir silpnybė. Jie tai užrašo ant lapų. Po 20 min. darbas grupėse, kiekvienos grupės atstovas pristato darbo rezultatus kitiems dalyviams, kurių užduotis – įvardinti, koks valdymo stilius dominuoja atitinkamoje įmonėje. Suvestinėje dalyviai nustato, kuri iš pateiktų įmonių efektyviausiai siekia savo tikslų.

Trukmė

30 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

1. Dalyvių suskirstymas į grupes.
2. Teksto su įmonės aprašymu priskyrimas kiekvienai grupei (kiekviena grupė turi skirtingą atvejį).
3. Paašškinti grupėms užduotį: nustatyti įmonės stipriąsias ir silpnąsias puses.

4. Tinkamas darbas grupėse su užrašais ant popieriaus lapų apie įmonės stipriąsias ir silpnąsias puses (20 min.).
5. Atskirų grupių darbo ataskaitos.
6. Santrauka: diskusija: kuri iš pateiktų įmonių yra efektyviausia verslo požiūriu.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Valdymo stilių aprašymas

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Norėdami atlikti pratimą, jums reikia:

- ✓ Instruktoriai, turintys esminių kompetencijų, ty išmanantys valdymo klausimus, įskaitant organizacijos kultūrą ir valdymo stilius, ir atviri, draugiški požiūrio į dalyvius.
- ✓ Techniškai įrengta mokymo patalpa: kompiuteris, projektorius, ekranas, lenta, popieriaus lapai, markeriai, stalai, kėdės.
- ✓ Didesnė patalpa, kurioje galima laisvai dirbti kelioms grupėms vienu metu.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Tikimasi, kad dalyviai, naudodami SSGG analizę, pasieks rezultatus, fiksuodami įmonės stipriąsias ir silpnąsias puses.

2 VEIKLA Vaidmenų žaidimas: verslo etika

Dalyviai yra suskirstyti į dvi dideles grupes. Vienai grupei duota užduotis parengti scenarijų ir etiškai elgtis versle, o kitai grupei – priešingai. Tada kiekviena grupė bus suskirstyta į mažesnes grupes (5-6 žmonės), kuriose dalyviai parengs scenarijus, o tada kiekviena grupė atliks savo vaidmenis. Vaidmenų žaidimo temos yra susijusios su pagrindine dalimi ir yra:

- ✓ **Sąžiningumas**- jokie nesąžiningi veiksmai nėra pagrindas kurti pasitikėjimu grįstus santykius. Sąžininga darbinė atmosfera yra vienas iš svarbiausių verslo veiksnių;
- ✓ **skaidrumas**- tiek gavėjų, tiek įmonės darbuotojų atžvilgiu itin svarbu aiškiai ir aiškiai informuoti apie svarbiausias veiklas. Tai leidžia jums patikrinti aukščiau minėtą sąžiningumą;
- ✓ **sąžiningumas**- kiekvienas gavėjas ir kiekvienas įmonėje dirbantis asmuo turi turėti vienodas galimybes patekti į visus veiklos sektorius. Čia niekas negali būti palankesnis ar diskriminuojamas. Tai dar viena verslo etikos apraška;
- ✓ **atsakomybė**– turėtumėte žinoti savo veiksmus. Jei reikia, turėtumėte juos apginti arba atsiprašyti už klaidas. Šis verslumo metodas leidžia lengviau juo pasitikėti;
- ✓ **pagarbuturtui** - teisė turėti nuosavybę turi būti gerbiama tiek įmonės viduje, tiek klientų atžvilgiu. Tai apima materialius ir nematerialius daiktus (pvz., asmens duomenis);
- ✓ **įstatymų laikymąsi**- joks subjektas neturėtų pažeisti įsakymų ar draudimų. Jie įsteigti siekiant palengvinti funkcionavimą visuomenėje. Nesilaikant reikalavimų, gali būti išstumtas ir gali būti taikomos teisinės sankcijos.

Vaidmenų žaidimai bus išsaugoti kameroje ir atkuriami. Įrašai skirti sukurti galimybę įveikti atstumą prieš analizuojant įrašytą medžiagą. Baigus šią mokymo dalį, duomenų apsaugos sumetimais įrašas bus ištrintas.

Po peržiūros dalyviai apibrėžs vertybes, su kuriomis susiję vaidmenys.

Trukmė

45 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

1. Dalyvių suskirstymas į dvi grupes.
2. Kiekvienos grupės uždavinio apibrėžimas: abi turi kurti įdomius scenarijus ir atlikti savo vaidmenis, tačiau viena grupė turi pateikti tinkamą verslo elgesį, o kita – neetišką.
3. Abiejų grupių viduje vyksta tolesnis skirstymas į mažesnes grupes (5-6 žmonės).
4. Kiekviena grupė gauna 20 min. sukurti scenarijų ir pasiruošti vaidinti.
5. Grupės atlieka savo vaidmenis.
6. Santrauka: teisingo ir neteisingo verslo elgesio atpažinimas pateiktuose scenarijuose.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Verslo vertybės su jų aprašymu.

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Norėdami atlikti pratimą, jums reikia:

- ✓ Instruktoriai, turintys esminių kompetencijų, ty verslo etikos srities vadybos klausimų išmanymą, vaidmenų žaidimo metodą ir atvirą, draugišką požiūrį į dalyvius.
- ✓ Techniškai įrengta mokymo patalpa: kompiuteris, projektorius, ekranas, popieriaus lapai, markeriai, stalai, kėdės, scenos rekvizitas pagal trenerio sumanymą.
- ✓ Didesnė patalpa, kurioje galima laisvai dirbti kelioms grupėms vienu metu.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyviai turėtų gebėti atpažinti teisingą ir netinkamą elgesį versle ir nedviprasmiškai juos įvertinti.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Barbara Broszkiewicz/ Jerzy Jarek: „Warsztaty Edukacji Teatralnej“, wyd. Europa 2001 Wrocław 2. Zofia Wójcik: „Zabawa w teatr“, wyd. Didesko, Varšuva 2002 m

3 VEIKLA Žiedinė ekonomika – galimybės ir grėsmės (diskusija)

Dėstytojas gali būti pats diskusijos moderatorius arba tam gali paskirti kitą asmenį.

Prieš pradėdant diskusiją, reikia nusistatyti taisykles, kurios turėtų apimti: pagarbų elgesį su savimi, kitų išklausymą, perteklinių emocijų valdymą, pašnekovo nepertraukimą ir pan.

Diskusija turi būti susijusi su suformuluota tema, o moderatorius turėtų ją stebėti. Pasibaigus diskusijai, ji apibendrinama. Tai gali padaryti moderatorius arba jo paskirtas asmuo.

Trukmė

15 – 20 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

1. Pasiruošimas diskusijai, temos ir diskusijos principų pristatymas: trenerio pranešimas.
2. Nurodymas, kas yra diskusijos moderatorius.
3. Diskusijos pradžia moderatoriaus: pradėdami diskusiją turime remtis pagrindine tema, o jei įmanoma - ir tikslu, kurį išsikeliame sau. Prisiimant atsakomybę už diskusijos vedimą, geriausia tikslą ir temą suformuluoti kaip pasiūlymą kitiems susitikimo dalyviams, pvz.:
4. „Norėčiau, kad šiandien pakalbėtume apie žiedinės ekonomikos galimybes ir grėsmes.
5. Pokalbio skatinimas: temos įvedimas yra pokalbio stimuliavimo pradžia, dažniausiai nepakanka norint pradėti efektyvią diskusiją. Kitas žingsnis – pasiūlyti, kaip turėtų vykti diskusija. Pavyzdžiui: „Siūlau kiekvienam iš mūsų skirti „3 minutes savo pozicijai pristatyti. Rašysime pastabas lentoje, o tada balsuodami priimsime sprendimą“. Konkretesnis įgūdis... paskatinti pokalbį yra paklausti arba paklausti nuomonės tam tikra tema.
6. Dalijimasis savo nuomone: diskusijos metu dalyviai turėtų atvirai pasidalyti savo nuomone. Tai galioja ir diskusijos vedėjui.
7. Apibendrinant išvadas: šis diskusijos vedimo elementas, kai aptariama viena tema, dažniausiai derinamas su diskusijos užbaigimu. Dėl kelių iškilusių temų ar ilgesnio pokalbio metu svarbus diskusijos vedėjo elgesys yra sistemingas susitarimų apibendrinimas.
8. Diskusijos pabaiga: diskusija turėtų baigtis padėka už dalyvavimą diskusijoje ir teigiamų aspektų išryškinimą, net jei šalys nepasiekė susitarimo nė vienu iš iškeltų klausimų. Tuo reikėtų pasirūpinti, be kita ko, siekiant palaikyti gerus santykius ir paruošti teigiamą dirvą tolimesnėms diskusijoms.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Žiedinės ekonomikos taisyklės

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Dėl temos specifikos lektorius ar jo paskirtas moderatorius turėtų turėti išsamių žinių apie žiedinę ekonomiką. Be to, jie privalo žinoti efektyvaus bendravimo principus.

Mokymo patalpoje turėtų būti lenta diskusijos rezultatams įrašyti. Tačiau stipriausias veiksnys atliekant šį pratimą yra žmogiškasis faktorius.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyviai nagrinėja žiedinės ekonomikos problemą, apmąsto jos privalumus ir trūkumus.

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Sesija baigsis vertinimo testu įsivertinimo kortelės pavidalu. Kiekvienas dalyvis keturių balų sistemoje įvertins, kiek išaugo jo kompetencijos tam tikra tema: labai daug, pakankamai, prastai. Patikrinkite šabloną šio vadovo pabaigoje.

METODIKOS APRAŠYMAS

- ✓ mini paskaitos PowerPoint: skirtos problemos aptarimui, įskaitant būdus ir galutinį šios problemos sprendimą. Jai būdingas platesnis kontakto tarp dėstytojo ir klausytojų užmezgimas, kuris atsispindi jų „vidiniame dialoge“, kurį sudaro kruopštus ir aktyvus dėstytojo argumentų ir samprotavimų sekimas lygiagrečiai su juo. Treneris mąsto garsiai, taip leisdamas klausytojams dalyvauti renkant patalpas, sekti jo mąstymo eigą: nuo problemos esmės suvokimo iki jos sprendimo. „PowerPoint“ pristatymas yra perteikiamo turinio pastiprinimas.
- ✓ **grupė**, poriniai ir individualūs pratimai: grupinio darbo technika, leidžianti mokytis bendradarbiaujant. Tai palanku savarankiškam mokymuisi. Metodas reikalauja solidaus darbo grupėje, nes nuo to priklauso, ar ji sugebės kaip ekspertas perduoti žinias kitiems grupės nariams. Tai palanku formuoti atsakomybės požiūrį.
- ✓ **diskusija**: susideda iš laisvo keitimosi nuomonėmis tarp tarpininko ir dalyvių bei tarp dalyvių. Jai būdinga saviraiškos laisvė. Dalyviai keičiasi nuomonėmis ir patirtimi, pateikia vieni kitiems paaiškinimus, kuriuos prireikus papildo ir pataiso moderatorius. Diskusijai pasibaigus, instruktorius arba dalyvis apibendrina diskusiją. Geros diskusijos pagrindas – gana prieštaringa tezė ir labai geras jos dalyvių pasirėngimas.
- ✓ **žaidimas vaidmenimis**: pagrindinis būdas dirbti klasėje – vaidinti konkrečių personažų vaidmenis. Vaidmenų žaidimas nėra pastatymas. Dalyvis ne ką nors vaidina, o yra jis pats naujose situacijose. Lengviausias būdas atlikti tam tikrą vaidmenį yra kalbėtis ar interviu konkrečia tema dviejose komandose. Pantomimos etiudas gali būti vaidmens elementas. Maždaug keliolikos žmonių grupė gali parodyti taip vadinamą ryškų vaizdą.
- ✓ **dirbti su fotoaparatu**ir gautos medžiagos analizė: susideda iš treniruočių dalyvių įrašymo į kamerą pratimų metu. Tada įrašyta medžiaga aptariama ir analizuojama, kad kiekvienas asmuo galėtų tobulinti savo įgūdžius.

Šaltiniai / nuorodos

https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9_metody-dydaktyczne.pdf

Opracowanie zbiorowe pod redakcją Marii Jadczyk „Interaktywne metody nauczania“, Toruń 2001 m.

Wincenty Okoń „Wprowadzenie do dydaktyki ogólnej“, PWN Warszawa 1987 m.

2.2 MODULIS VADOVAVIMAS IR VADOVAVIMO STILIAI

Koks seanso tikslas? Bendras aprašymas

Šios sesijos tikslas – supažindinti dalyvius su šiuolaikinės lyderystės organizacijoje problemomis.

Atsižvelgiant į tai, kad tema yra plati, šioje dalyje dėmesys bus skiriamas valdymo pagal tikslus idėjai, moters asmeninei verslumo atsakomybei, motyvuotai komandai, garantuojančiai efektyvų valdymą ir efektyvų vadovavimą. Be to, dalyviai bus supažindinti su įmonių socialine atsakomybe (ISA) kaip valdymo strategija. Nagrinėjamos temos kontekste taip pat yra metodų, susijusių su tarpasmeninėmis kompetencijomis, komandiniu darbu ir dalyvavimu.

Išspręstos problemos bus aptariamoms teoriškai, o dalyviai taip pat turės galimybę įgyti praktinių įgūdžių. Tai padės tinkamai suprasti pateiktas mokymo problemas.

Mokymosi tikslai

- ✓ Susipažinimas su šiuolaikinės lyderystės tema,
- ✓ Mokymosi problemų, susijusių su valdymo pagal tikslus idėja,
- ✓ Pastebėdamas verslo moterų ir vyrų asmeninės atsakomybės skirtumus,
- ✓ Plėsti žinias apie komandos darbą,
- ✓ Su įmonių socialine atsakomybe (ISA) susijusių klausimų nagrinėjimas,
- ✓ Plėsti žinias apie metodus, susijusius su tarpasmeninėmis kompetencijomis, komandiniu darbu ir dalyvavimu.

Trukmė 4 val

Ką turi padaryti pedagogai, kad pasiruoštų užsiėmimui

Čia ypač pravers vadybos, sociologijos, psichologijos ir koučingo kompetencijos. Taip pat svarbi šios srities mokymų vedimo patirtis bei verslo valdymo praktika.

Visų pirma, mokytojai turėtų aiškiai suformuluoti mokymo tikslus, kurie atitiktų mokymų dalyvių poreikius. Todėl jie turėtų žinoti gavėjo profilį, kad galėtų kuo labiau atliepti klientų lūkesčius edukacine veikla. Sužinoję apie užsibrėžtus tikslus ir numatomus mokymų rezultatus, turi atsakyti į klausimą, kokiais metodais ir priemonėmis gali pasiekti šiuos tikslus ir rezultatus, taip pat atsižvelgiant į mokymų metu pristatomą turinį. Po to tampa lengviau išdėstyti turinį ir koreguoti pratimus. Toks mokytojo pasiruošimas prieš pamoką turėtų pateisinti dalyvių lūkesčius ir viltis, ką turi patvirtinti galutinis mokymų įvertinimas.

Apie mentorius

Mentorių dalyvavimas šioje mokymų dalyje turės dvigubą dimensiją. Pirma, jie veiks kaip patarėjai, konsultuodamiesi su instruktoriais, ir, antra, jie veiks kaip vertintojai.

Dėstytojai turėtų suplanuoti tokias mokymų dalis, kuriose pirmiausia leistų mokymų dalyviams pakomentuoti įvairius sprendimus, o vėliau prašytų patarimo ir mokymuose dalyvaujančių mentorių. Dėstytojas, kaip ekspertas, pateiktos dalies santraukoje nurodys abiejų grupių darbą. Priešingai, mentoriai, kaip vertintojai, įvertins kiekvieną pamokos dalį.

1 VEIKLA Verslios moters stipriosios ir silpnosios pusės

Trukmė 30 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Pratimas vyksta dviem etapais. Pirmajame etape dalyvės skatinamos laisvai pranešti apie stipriąsias ir silpnąsias verslininkų puses. Treneris arba jo paskirtas asmuo visas idėjas surašo ant lentos. Antrame etape į darbą įtraukiami mentoriai, kurių užduotis – peržiūrėti įrašą ir nustatyti tiksliausius pastebėjimus bei juos aptarti, susijusius su asmenine moterų ir vyrų atsakomybe versle.

1. Mokytojas detalai pristato užduotį. Jis kalba apie mentorių, kaip patarėjų, vaidmenį.
2. Dalyviai pateikia savo idėjas ir jos užrašomos lentoje (15 min.).
3. Mentoriai prisijungia ir atrenka surinktą medžiagą.
4. Mentorių komentarai apie pasirinktą medžiagą ir moterų bei vyrų asmeninės atsakomybės versle problemą.
5. Santrauka: diskusija: moterų lyderystės versle galimybės ir grėsmės.
6. Vertinimas: mentoriai aptaria pratybų poveikį.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

5 valdymo pagal tikslus žingsnių aprašymas.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasirošti

Tikimasi, kad dalyvės, naudodamos SSGG analizę, pasieks rezultatus, kaip užfiksuoti moterų verslininkės stipriąsias ir silpnąsias puses.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Amstrong M. (2000), Zarządzanie zasobami ludzkimi, Krokua.

B. Łapiński, M. Gołaszewski, Przywództwo a zarządzanie – różnice, http://coachu.pl/669-Przywodztwo_a_zarzadzanie_roznice.htm

Baskiewicz N. (2013), Kobiety w zarządzaniu organizacjami, „Studia Ekonomiczne“, Nr 161.

Fastnacht D., Miękkie kompetencje w zarządzaniu, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania Ochroną Pracy w Katowicach“, Nr. 1(2)/2006.

2 VEIKLA Tylus minčių šturmas: šiukšlių atskyrimas

Trukmė 20 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Tai protų šturmo SESIJA, kuri moko dėmesingumo ir komandinio darbo.

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Dalyvius suskirstome į grupes po 4-5 žmones. Kiekvienai grupei duodame po lapelį ir rašiklį ir paprašome tyliai, be kalbų atlikti užduotį išspręsti problemą, pavyzdžiui, įtikinti žmones rūšiuoti šiukšles. Kiekvienas grupės narys įveda 3 savo pasiūlymus, perduodamas vienas kitam popieriaus lapą pagal laikrodžio rodyklę. Negalima kalbėti ar dubliuoti jo pirmtakų idėjų. Užduočiai atlikti skiriamas maždaug 15 minučių laikas. Tada mentoriai aptaria darbo rezultatus ir galiausiai atlieka vertinimą – kas padėjo dalyviams, o kas trukdė atlikti užduotį.

1. Dalyvių suskirstymas į grupes po 4-5 žmones.

2. Treneris paaiškina, apie ką yra užduotis. Kiekviena grupė turi tą pačią užduotį: tyliai, nekalbant atlikti problemos sprendimo užduotį: įtikinti žmones rūšiuoti šiukšles. Kiekvienas grupės narys įveda 3 savo pasiūlymus, perduodamas vienas kitam popieriaus lapą pagal laikrodžio rodyklę. Nekalbėkite ir nedubliuokite savo pirmtakų idėjų (15 min.).

3. Vykdam užduotį kiekvienai grupei priskiriamas mentorius (gali būti 2-3 mentoriai). Jų užduotis – sekti užduoties vykdymą

4. Išvada: mentoriai kiekvienoje grupėje aptaria užduoties atlikimą. Jie vertina komandinį darbą.

5. Mentorių vertinimas: dalyvių veiklos darbo metu ir pratybų efektyvumo įvertinimas.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Informacija apie efektyvios komandos sukūrimą ir erdvės bei sąlygų kūrimą efektyviam ir efektyviam komandiniam darbui.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyviai turėtų žinoti komandos formavimo etapus ir nustatyti komandos įgūdžius.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Od jednostki po sprawny zespól – rola przywódcy w tworzeniu się grupy: <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-jak-byc-dobrym-przywodca-cz-7-od-jednostki-po-sprawny-zespol-rola-przywodcy-w-tworzeniu-sie-grupy>

Puszcz H., Zaborek M., Efektywność zespołu. Analiza jakości działania grupy pracowniczej. „Personel i Zarządzanie“, Nr. 10/2016.

VEIKLA 3. Socialinė kampanija vietos aplinkoje už ekologiją

Trukmė 20-30 min

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Treneris suskirsto dalyvius į komandas po 6-7 žmones ir paskelbia pratimą, kurio metu ruošiamas socialinės kampanijos projektas socialiai atsakingai įmonei, norinčiai atkreipti nedidelės vietinės aplinkos, kurioje ji veikia, dėmesį į socialinę problemą, susijusią su ekologija. Tai gali būti atliekų rūšiavimas, rūpinimasis miškais, švairiu oru ir kt. Akcija gali būti pristatoma vietos žiniasklaidoje: vietiniame radijuje, vietiniame laikraštyje, svetainėje, Facebook, plakatuose informacinėse lentose.

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

Komandų darbo metu mentoriai veiks kaip patarėjai. Atlikę pratybas įvertins: Kaip sekėsi komandos darbas ir ar socialinė kampanija bus efektyvi?

1. Suskirstymas į grupes.
2. Nurodymas, kas yra kiekvienos grupės mentorius.
3. Išsamus pratimų aptarimas. Kiekviena grupė apibrėžia kampanijos tikslus, gavėjus ir savarankiškai pasirenka, kokia forma kampanija bus vykdoma ir kokioje žiniasklaidoje. Jei grupė pasirenka radiją ar socialinius tinklus, scenarijų turi parengti pati grupė. Kai ji pasirenka plakatą ar laikraštį, ji turėtų pristatyti jų dizainą.
4. Mentorių vaidmens aptarimas: konsultavimas ir pratybų vertinimas.
5. Komandos atstovai aptaria savo darbo pasekmes.
6. Trenerio apibendrinimas: kiek pristatomi kampanijos projektai atitinka socialinių kampanijų reikalavimus.
7. Mentorių vertinimas: kaip dirbo komanda ir ar socialinė kampanija bus efektyvi?

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Socialinių kampanijų ypatybės

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyviai nagrinės socialinių kampanijų problemą ir galvos apie jų efektyvumą.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Czubała A., Jonas A., Wojnarowska H. (2017) Marketing społeczny przedsiębiorstw komercyjnych, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków,

Herbuś I. (2016) Działania reklamowe - od komercji do kampanii społecznych, Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.

Kamiński J. (Luty 2015) Jak bardzo społeczny jest marketing społeczny, cz.I, Marketing i Rynek.

Kamiński J. (Marzec 2015) Jak bardzo społeczny jest marketing społeczny, cz. II, Rinkodara ir Rynek.

Szostek D. (Wrzesień 2014) Błędy i trudności w stosowaniu marketingu społecznego na przykładzie kampanii społecznych w Polsce, Marketing i Rynek.

Tarczydło B. Kampania społeczna w teorii i praktyce, AGH, Krokua.

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Sesiją sistemingai vertina mentoriai, kaip aprašyta aukščiau.

METODIKOS APRAŠYMAS

Protų šturmas- siekia tobulinti grupės sprendimus; neabejotinas pranašumas yra galimybė per trumpą laiką gauti daugybę įvairių konkrečios problemos sprendimų, taip pat paskatinti dalyvius kūrybiškai mąstyti.

Pirmajame etape dalyviai skatinami laisvai teikti idėjas ir keistis nuomonėmis, nesulaukiant jokios kritikos. Visos idėjos išsaugomos arba seansas įrašomas į juostelę. Antrajame etape ekspertas arba ekspertų grupė, nedalyvaujantys pirmajame etape, peržiūri rezultatus ir bando išfiltruoti geriausias idėjas.

Kiti metodai aprašyti Pažangaus ir tvaraus valdymo skyriuje.

Šaltiniai / nuorodos

https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9_metody-dydaktyczne.pdf

Opracowanie zbiorowe pod redakcją Marii Jadczyk „Interaktywne metody nauczania“, Toruń 2001 m.

Wincenty Okoń „Wprowadzenie do dydaktyki ogólnej“, PWN Warszawa 1987 m.

2.3 MODULIS ŽMOGIŠKŲJŲ IŠTEKLIŲ VALDYMAS

Koks sesanso tikslas? Bendras aprašymas

Šios sesijos tikslas – supažindinti auditoriją su žmoniškųjų išteklių valdymo klausimais. Pradžioje bus aptariamas organizacijos valdymo stiliaus įtakos jos struktūrai klausimas. Tuomet darbo sutartis bus aptariama darbuotojo ir darbdavio požiūriu svarbių nuostatų kontekste. Galiausiai bus aptartos pasirinktos įmonės struktūros bei tipiškiausi vaidmenys ir atsakomybės.

Išspręstos problemos bus aptiriamos teoriškai, o dalyviai taip pat turės galimybę įgyti praktinių įgūdžių. Tai padės tinkamai suprasti pateiktas mokymo problemas.

Mokymosi tikslai (susiję su mokymo programa / teorine dalimi)

Teorinė dalis apima šiuos tikslus:

- ✓ Vadybos temos pažinimas valdymo stiliaus įtakos organizacijos struktūrai kontekste
- ✓ Žinių apie svarbiausias darbo sutarties nuostatas įgijimas
- ✓ Plėsti žinias apie pasirinktas įmonės struktūras ir atlikti tipinius vaidmenis jose

Trukmė 3 val

Ką turi padaryti pedagogai, kad pasiruoštų užsiėmimui

Užsiėmimams vesti pedagogai, kuriems reikia:

- ✓ tinkamos kvalifikacijos. Čia ypač pravers vadybos ir psichologijos srities kompetencijos
- ✓ patirtis vedant šios srities mokymus, taip pat verslo valdymo praktika
- ✓ nešiojamas kompiuteris su interneto prieiga
- ✓ ekranas
- ✓ projektorius
- ✓ Vaizdo kamera

Taikomų metodikų sąrašas

- ✓ mini paskaitos PowerPoint
- ✓ pratimai grupėse, porose ir individualiai
- ✓ diskusija
- ✓ žaidimas vaidmenimis
- ✓ darbas su kamera ir gautos medžiagos analizė
- ✓ mini mokymo vaizdo įrašai

Apie mentorius

Mentoriai mokymuose dalyvaus kaip ekspertai. Prieš mokymus jų užduotis bus išsamiai susipažinti su tema, o mokymų metu jie kalbės ir dalinsis savo patirtimi su treneriais. Jų vaidmuo taip pat bus patariamasis pratybų metu.

Pasibaigus mokymams, dalyviai galės susitarti dėl konsultacijų su mentoriais. Kiekvienas dalyvis turi teisę į 1 konsultaciją 1 val.

1 VEIKLA Diskusija apie valdymo stiliaus įtaką organizacijos struktūrai

Dėstytojas gali būti pats diskusijos moderatorius arba tam gali paskirti kitą asmenį.

Prieš pradėdamas diskusiją, reikia nusistatyti taisykles, kurios turėtų apimti: pagarbų elgesį su savimi, kitų išklausimą, perteklinių emocijų valdymą, pašnekovo nepertraukimą ir pan.

Diskusija turi būti susijusi su suformuluota tema, o moderatorius turėtų ją stebėti. Pasibaigus diskusijai, ji apibendrinama. Tai gali padaryti moderatorius arba moderatoriaus paskirtas asmuo.

Trukmė 20 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

1. Pasiruošimas diskusijai, temos ir diskusijos principų pristatymas: trenerio pranešimas.
2. Nurodymas, kas yra diskusijos moderatorius.
3. Diskusijos pradžia moderatoriaus: pradėdami diskusiją turime remtis pagrindine tema, o jei įmanoma - ir tikslu, kurį išsikeliamė sau. Prisiimant atsakomybę už diskusijos vedimą, geriausia suformuluoti tikslą ir temą kaip pasiūlymo dalį kitiems susitikimo dalyviams, pvz.:
4. „Norėčiau, kad šiandien pakalbėtume apie valdymo stiliaus įtaką organizacijos struktūrai. Pokalbio skatinimas: temos įvedimas yra pokalbio stimuliavimo pradžia, dažniausiai to nepakanka norint pradėti efektyvią diskusiją. Kitas žingsnis – pasiūlyti, kaip turėtų vykti diskusija. Pavyzdžiui: „Siūlau kiekvienam iš mūsų skirti „3 minutes savo pozicijai pristatyti. Rašysime pastabas lentoje, o tada balsuodami priimsime sprendimą“. Konkretesnis pokalbio skatinimo įgūdis yra paklausti arba paklausti nuomonės tam tikra tema.
5. Dalijimasis savo nuomone: diskusijos metu dalyviai turėtų atvirai pasidalyti savo nuomone. Tai taip pat taikoma pagalbininkui ir, svarbiausia, mentoriams.

6. Diskusijos pabaiga: vedama diskusija turi baigtis • padėkoti už dalyvavimą diskusijoje ir teigiamų aspektų išryšklinimą, net jei šalis nepasiekė susitarimo nė vienu iš iškeltų klausimų. Tuo reikėtų pasirūpinti, be kita ko, siekiant palaikyti gerus santykius ir paruošti teigiamą dirvą tolimesnėms diskusijoms.
7. Mentorių diskusijos rezultatų vertinimas: kokie svarbiausi pastebėjimai apie valdymo stiliaus įtaką organizacijos struktūrai.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Valdymo stilių įtakos organizacijos struktūrai aprašymas.

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Norėdami atlikti pratimą, jums reikia:

- ✓ Instruktoriai, turintys esminių kompetencijų, ty išmanantys valdymo klausimus, įskaitant valdymo stilius, organizacines struktūras ir atvirą, draugišką požiūrį į dalyvius.
- ✓ Techniškai įrengta mokymo patalpa: kompiuteris, projektorius, ekranas, lenta, popieriaus lapai, markeriai, stalai, kėdės.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Tikimasi, kad dalyviai suvoks, kad valdymo stilius turi didelę įtaką visai organizacijai, įskaitant jos struktūrą.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Golany B., Shtub A., (2001), darbo suskirstymo struktūra, Izraelio technologijos institutas.

Griffin RW (2017), Podstawy zarządzania organizacjami, Varšuva.

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-umowa-o-prace>.

<https://www.netinbag.com/pl/business/what-is-a-hybrid-organizational-structure.html>.

Jemielniak D., Latusek D. (2005), Zarządzanie – teoria i praktyka od podstaw, Warszawa.

Jemielniak D., Latusek-Jurczak D. (2014). Klasyka teorii zarządzania. Ćwiczenia, przykłady, testy.

Korzeniowski LF(2011), Podstawy zarządzania organizacjami, Warszawa.

Michalski E.(2013), Zarządzanie przedsiębiorstwem, Warszawa.

Nalepka A. (2001), Struktura organizacyjna, Krokua.

2 VEIKLA Svarbios nuostatos darbo sutartyje

Dalyviai skirstomi į grupes pagal šalį, kurioje dirba ar gyvena. Paskirti mentoriai iš kiekvienos mokymuose dalyvaujančios šalies turi iš anksto paruoštus darbo sutarčių šablonus, su kuriais susiduriama jų šalyje. Jais remdamiesi, grupėse dalyviai išskiria turinį į svarbius darbdavio ir darbuotojo požiūriu. Ir jie atmeta tuos,

kurie nė vienai šaliai nieko vertingo neduoda. Mentorai dirba su dalyviais ir atsako į visus klausimus, taip pat rūpinasi, kad diskusijos nenukryptų nuo užduoties esmės.

Pratimo pabaigoje kiekviena grupė pristato darbo rezultatus. Kitos grupės atkreipia dėmesį į įdomiausias kitų šalių darbo sutarčių nuostatas, o pabaigai apibendrina, ar verta jas pristatyti savo šalyje, ar nuo ko galima atsisakyti savo šalyje.

Trukmė 20 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

1. Dalyvių suskirstymas į grupes pagal kilmės šalį.
2. Užduoties apibrėžimas grupėms: remiantis pavyzdinės darbo sutarties nuostatomis, jos turi apibrėžti, kurios nuostatos yra svarbios darbdavio, o kurios iš darbuotojų požiūriu.
3. Grupės dirba su mentoriais.
4. Dalyviai pristato savo darbo rezultatus grupėse.
5. Išvada: mentoriai atsiskaito apie grupės darbą pagal tai, kas sukėlė daugiausiai sunkumų.
6. Laisvi dalyvių pasisakymai apie tai, ką jų šalyje naudinga taikyti darbo sutarties nuostatomis ir kas jiems atrodo nereikalinga.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Darbo sutarčių šablonai.

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

- ✓ Norėdami atlikti pratimą, jums reikia:
- ✓ Instruktoriai, turintys esminių kompetencijų, ty išmanantys valdymo klausimus darbo sutarčių srityje (HR specialistas).
- ✓ Techniškai įrengta mokymo patalpa: kompiuteris, projektorius, ekranas, popieriaus lapai, markeriai, stalai, kėdės.
- ✓ Didesnė patalpa, kurioje galima laisvai dirbti kelioms grupėms vienu metu.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyviai turi turėti galimybę nustatyti atitinkamas nuostatas darbo sutartyje, kad būtų užtikrinta tiek darbuotojo, tiek darbdavio gerovė.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Żukowski P. (2001), Podstawowe metody i techniki organizacji i zarządzenia: style kierowania. Varšuva; Zieleniewski J. (1982), Organizacja zespołów ludzkich: wstęp do teorii organizacji i kierowania, Warszawa; 1982 m. <http://mfiles.pl/pl/index.php/>

Umowa o pracę, <https://kadry.infor.pl/zatrudnienie/umowa-o-prace/2864422,Umowa-o-prace-2019-wzor.html>

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Sesija baigsis vertinimo testu įsivertinimo kortelės pavidalu. Kiekvienas dalyvis keturių balų sistemoje įvertins, kiek išaugo jo kompetencijos tam tikra tema: labai daug, pakankamai, prastai.

METODIKOS APRAŠYMAS

Metodai aprašyti skyriuje Sumanus ir tvarus valdymas.

Šaltiniai / nuorodos

https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9_metody-dydaktyczne.pdf

Opracowanie zbiorowe pod redakcją Marii Jadcak „Interaktywne metody nauczania“, Toruń 2001 m.

Wincenty Okoń „Wprowadzenie do dydaktyki ogólnej“, PWN Warszawa 1987 m.

2.4 MODULIS RINKODAROS SAMPRATA

Koks sesanso tikslas? Bendras aprašymas

Šios sesijos tikslas – suprasti rinkodaros koncepciją. Marketingo koncepcija yra susirūpinusi idėja patenkinti kliento poreikius per produktą kaip kliento problemos (poreikių) sprendimą.

Marketingo koncepcija yra esminis šiandieninės įmonės orientacijos pokytis, suteikiantis pagrindą siekti konkurencinio pranašumo.

Trumpai tariant, rinkodaros koncepcija yra svarbi, nes ji apibrėžia, kaip jūsų įmonė skatins verslą ir klestės. Jame teigiama, kad pagrindinis įmonės darbas yra patenkinti kliento poreikius.

Tai pasiekama nustatant, ko nori rinka, ir tada geriausiai pritaikant produktą ar paslaugą, kad ji atitiktų.

Mokymosi tikslai

- ✓ Sužinokite APIE rinką;
- ✓ Išmokti rinkos dalyvius, konkurentus;
- ✓ Kodėl rinka svarbi versle;
- ✓ Išmokite SWAT analizę;
- ✓ Rinkodaros mišinys.

Šiam užsiėmimui kiekvienam dalyviui reikia:

- ✓ Įgyti ir valdyti bet kuriame etape reikalingas kompetencijas, įskaitant technines, teises, mokesčių ir skaitmenines kompetencijas;
- ✓ Apmąstyti ir mokytis iš sėkmės ir nesėkmės (savo ir kitų);
- ✓ Mokykitės su kitais, įskaitant bendraamžius ir mentorius.

Trukmė 4 val

Ką turi padaryti pedagogai, kad pasiruoštų užsiėmimui

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

- ✓ Pedagogai išstudijavo teorinę dalį;

Apie mentorius

- ✓ Mentorai išstudijavo teorinę dalį apie „Rinkodarą“
- ✓ Mentorai per koučingą (individualus ir komandinis) padeda dalyviams suprasti rinkos dinamiką; tai tam, kad dalyvis susidarytų aiškia ir aiškiai apibrėžtą savo projekto idėjos viziją.
- ✓ Mentorai šioje konkrečioje programos dalyje padeda apibrėžti užduotis, tikslus. palaikyti dalyvio motyvaciją, skatinti dalyvius atrasti savo asmeninius ir profesinius siekius.

Mentoriams rekomenduojama kiekvienam dalyviui sukurti formą, kurioje jie pažymėtų savybes, įgūdžius, motyvaciją ir pan. (priedas Nr. 1)

1 VEIKLA Kas yra rinka?

Trukmė 40 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

- ✓ Dalyviai, suskirstyti į grupes nuo 3 iki 5 žmonių, turi užpildyti žemiau pateiktą formatą (priedas Nr. 2) su tuo, ką išmoko klasėje ir studijuodami teorinę dalį.
- ✓ Kiekvienas grupės dalyvis turi prisidėti prie formato rengimo.
- ✓ Grupės lydi mentorius, kuris pateikdamas klausimus ir pasiūlymus padės suprasti darbo turinį ir jo rengimą.
- ✓ Elgesio stebėjimas;
- ✓ Mentorius vertinimas (priedas Nr. 1)
- ✓ Tinkamai atlikta veikla;
- ✓ Klasės diskusija;

n priedas. 1

Activity n. 1 Groups from 3 to 5 people One mentor for each group .	“What is a market? ”
30 mn.	You can use theoretical part, pc and internet connection,, access to the e-learning module “2.4 - Marketing concept and its importance in business” (in the e-learning platform)

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

- ✓ Skaidrių pristatymas;
- ✓ Veiklos formatas;

- ✓ Ideali vieta skirstyti grupes;
- ✓ Pabaigoje mentorių grįžtamasis ryšys.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

- ✓ Dalyviai galės parengti rinkodaros plano šabloną, kuris yra dokumentas, kurį asmuo gali naudoti rinkodaros planui kurti.
- ✓ Rinkodaros plano šablone bus visi svarbūs elementai ir įvairi reikalinga kalba su tuščiais skyreliais.



<https://www.iedunote.com/marketing-plan>

Specific	<i>What do you want to achieve? Who needs to be involved to accomplish this goal? When do you want to have your goal finished? Why should you achieve this goal exactly?</i>	
Measurable	<i>How can you measure progress and know if you've successfully met your goal?</i>	
Achievable	<i>Are you capable of achieving the goal? Do you have the needed skills? If you haven't, how can you build them?</i>	
Relevant	<i>Why should you achieve this goal? What is the impact?</i>	
Timely	<i>What is the due date of your goal? Can the goal be achieved until this date?</i>	
SMART Goal		

<https://www.addthis.com/academy/the-ultimate-marketing-plan-template-7-useful-examples/>

- ✓ Vartotojas gali įterpti savo informaciją, susijusią su savo verslu, į tuščius skyrius, kad galiausiai sukurtų savo rinkodaros planą.

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/marketing-definition-meaning/>

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2018/11/21/strategic-marketing-tactical-marketing-definitions-differences/>

<https://www.iedunote.com/marketing-plan>

<https://www.addthis.com/academy/the-ultimate-marketing-plan-template-7-useful-examples/>

2 VEIKLA Kas yra rinkodara?

Trukmė 40 minučių

Žingsnis po žingsnio aprašymas

- ✓ Mentoriams trumpai apsvaustę, dalyviai turi užpildyti pridedamą formą, nurodydami savo asmeninį apibrėžimą ir idėją.

n priedas. 3

Activity n. 2	“What is the marketing?”
Individual job	
40 mn.	You can use theoretical part, pc and internet connection,, access to module “2.4 – Marketing concept and its importance in business” (in FIT- e-learning platform)

- ✓ Darbas individualus.
- ✓ Mentorai yra prieinami paaiškinimams ir (arba) išvalgoms
- ✓ Elgesio stebėjimas;
- ✓ Mentorius vertinimas (priedas Nr. 1)
- ✓ Tinkamai atlikta veikla;
- ✓ Klasės diskusija;

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

- ✓ Skaidrių pristatymas;
- ✓ Veiklos formatas;
- ✓ Ideali vieta;
- ✓ Pabaigoje mentorių grįžtamasis ryšys

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

- ✓ Rinkodaros planas padeda plėtoti verslą, nurodant tinkamas rinkodaros strategijas, tokias kaip klientų bazės didinimo planai.
- ✓ Nurodykite ir peržiūrėkite rinkodaros rinkinį pagal 7 rinkodaros kryptis – produktą, kainą, vietą, reklamą, žmones, procesą ir našumą.
- ✓ Rinkodaros plane išsamiai aprašoma strategija, kurią įmonė naudos reklamuodama savo produktus klientams.
- ✓ Plane nurodoma tikslinė rinka, prekės ženklo ar produkto vertės pasiūlymas, inicijuojamos kampanijos ir metrika, pagal kurią bus vertinamas rinkodaros iniciatyvų efektyvumas.
- ✓ Ko tikėtis be rinkodaros plano? Be rinkodaros plano jūsų įmonės augimas sulėtės ir gali net sustoti. Atsiras labai mažai naujų klientų, o esami klientai gali nežinoti apie naujus produktus ar būsimus išpardavimus, todėl sumažės jų galimybės tapti nuolatiniais klientais.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/marketing-definition-meaning/>

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2018/11/21/strategic-marketing-tactical-marketing-definitions-differences/>

3 VEIKLA Kodėl tokia svarbi SSGG analizė?

Trukmė 60 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

- ✓ Atlikęs pirmąsias dvi veiklas, dalyvis turi aiškesnę verslo idėją.
- ✓ Dalyvis naudodamasis priedu Nr. 4 dabar galės įvertinti keturių kvadrantų turinį, visada nurodydami savo verslo idėją.
- ✓ Mentorai yra pasirengę dalyviui pateikti instrukcijas ir patarimus, kaip parengti formatą.
- ✓ Elgesio stebėjimas;
- ✓ Mentorius vertinimas (priedas Nr. 1)
- ✓ Tinkamai atlikta veikla;
- ✓ Klasės diskusija;

n priedas. 4

Activity n. 3 Individual job	“Why is so important the S.W.A.T. Analysis?” <table border="1" data-bbox="403 371 1262 703"> <tr> <td data-bbox="403 371 831 539"> STRENGTH </td> <td data-bbox="831 371 1262 539"> WEAKNESSES </td> </tr> <tr> <td data-bbox="403 539 831 703"> OPPORTUNITIES </td> <td data-bbox="831 539 1262 703"> THREATS </td> </tr> </table>	STRENGTH	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
STRENGTH	WEAKNESSES				
OPPORTUNITIES	THREATS				
60 mn.	You can use theoretical part, pc and internet connection,, access to module “2.4 - Marketing concept and its importance in business” (in FIT- e-learning platform)				

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Vienas iš tikrųjų SSGG analizės pranašumų yra tai, kad ją lengva atlikti.

Viskas, ko jums tikrai reikia, yra būdas užsirašyti idėjas ir noro pažvelgti tiesiai į savo verslą:

- ✓ Nuspręskite dėl SSGG analizės tikslo
- ✓ Tyrinėkite savo verslą, pramonę ir rinką.
- ✓ Išvardykite savo verslo stipriąsias puses (ką darote gerai? Kokiais unikaliais ištekliais galite pasinaudoti? Ką kiti laiko jūsų stipriosiomis pusėmis?)
- ✓ yra jūsų verslo trūkumai (ką galėtumėte patobulinti? Kur turite mažiau išteklių nei kiti? Ką kiti gali laikyti trūkumais?)
- ✓ Išvardykite potencialias savo verslo galimybes (Kokios galimybės jums atsiveria? Kokiomis tendencijomis galėtumėte pasinaudoti? Kaip savo stipriąsias puses paversti galimybėmis?)
- ✓ Išvardykite galimas grėsmes jūsų verslui (Kokios grėsmės gali jums pakenkti? Ką daro jūsų konkurentai? Kokias grėsmes jums kelia jūsų silpnybės?)
- ✓ Iš SSGG nustatykite prioritetus
- ✓ Sukurkite strategiją, kaip spręsti SSGG problemas
- ✓ Peržiūrėkite 4 prioritetinius sąrašus paklausdami:
 - Kaip galime panaudoti savo stipriąsias puses, kad pasinaudotume nustatytomis galimybėmis?
 - Kaip galime panaudoti šias stiprybes, kad įveiktume nustatytas grėsmes?

- Ką turime padaryti, kad įveiktume nustatytas silpnības, kad galėtume pasinaudoti galimybėmis?
- Kaip sumažinsime savo silpnąsias vietas, kad įveiktume nustatytas grėsmes?

Betono rezultatus dalyviai turėtų pasirošti

- ✓ SSGG analizė padeda nustatyti jūsų organizacijos stipriąsias, silpnąsias puses, galimybes ir grėsmes.
- ✓ Tai padės jums remtis tuo, ką darote gerai, spręsti tai, ko jums trūksta, pasinaudoti naujomis galimybėmis ir sumažinti riziką.
- ✓ Prieš priimant sprendimą dėl naujos strategijos, verta naudoti ir taikyti SSGG analizę, kad įvertintumėte savo organizacijos padėtį.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2016/05/26/undertaking-a-swot-analysis/>

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2020/06/24/finding-the-right-customers-with-stp-model/>

<https://www.business.qld.gov.au/starting-business/planning/market-customer-research/swot-analysis/conducting>

METODIKA

- **Individualus/komandinis koučingas**

Koučingo tikslas – išlaisvinti žmonių potencialą maksimaliai padidinti savo veiklą. Tai padeda jiems mokytis, o ne moko ar pasakoja. Paimkite mokymąsi vaikščioti kaip pavyzdį – dauguma žmonių nemoko vaikščioti pagal nurodymus.

Koučingas padeda klientui išsipareigoti imtis veiksmų ir būti jo patirties įgarsinimo lenta, suteikia jam asmeninę erdvę ir paramą, kurios jam reikia augti ir tobulėti. Pagrindinis trenerio vaidmuo dažnai yra padėti klientui išlaikyti motyvaciją ir išsipareigojimą, reikalingą jo tikslams pasiekti

<https://new.coachingnetwork.org.uk/information-portal/what-are-coaching-and-mentoring/>

- **Mokymasis tarp lygių**

Mokinių mokymasis iš bendraamžių gali pagerinti požiūrį ir labiau suasmenintą, įtraukiantį ir bendradarbiaujantį mokymosi patirtį, o visa tai gali lemti aukštesnius pasiekimus. Bendraamžių mokytojams ši patirtis gali pagilinti jų supratimą apie dalyką ir suteikti pasitikėjimo.

<https://www.summertech.net/benefits-of-peer-teaching/#:~:text=For%20students%2C%20peer%20learning%20can,the%20subject%20and%20impart%20pasitikėjimas>

n priedas. 2

Veikla n. 1	„Kas yra turgus?“
Grupės nuo 3 iki 5 žmonių	

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

Kiekvienai grupei vienas mentorius.	
30 mln.	Galite naudotis teorine dalimi, kompiuteriu ir interneto ryšiu, prieiga prie modulio „2.4 – Marketingo samprata ir jos reikšmė versle“ (FIT – el. mokymosi platforma)

n priedas. 3

Veikla n. 2 Individualus darbas	"Kas yra rinkodara?"
40 mln.	Galite naudotis teorine dalimi, kompiuteriu ir interneto ryšiu, prieiga prie modulio „2.4 – Marketingo samprata ir jos reikšmė versle“ (FIT – el. mokymosi platforma)

n priedas. 4

Veikla n. 3 Individualus darbas	„Kodėl SSGG analizė tokia svarbi?“				
	<table border="1"> <tr> <td>STIPRUMAS</td> <td>TRŪKUMAI</td> </tr> <tr> <td>GALIMYBĖS</td> <td>GRĖSMĖS</td> </tr> </table>	STIPRUMAS	TRŪKUMAI	GALIMYBĖS	GRĖSMĖS
STIPRUMAS	TRŪKUMAI				
GALIMYBĖS	GRĖSMĖS				
60 mln.	Galite naudotis teorine dalimi, kompiuteriu ir interneto ryšiu, prieiga prie modulio „2.4 – Marketingo samprata ir jos reikšmė versle“ (FIT – el. mokymosi platforma)				

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Sesijos pabaigoje rekomenduojama naudoti įšivertinimo formatą. Kiekvienas dalyvis įšivertins savo kompetencijas paskirtomis temomis.

Kiti šaltiniai / nuorodos

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2018/11/21/strategic-marketing-tactical-marketing-definitions-differences/>

2.5 MODULIS RINKODAROS MIX STRATEGIJOS

Koks seanso tikslas? Bendras aprašymas

Sesijos tikslas – padėti suprasti, ką jūsų produktas ar paslauga gali pasiūlyti jūsų klientams.

Padėkite suplanuoti sėkmingą produktų pasiūlą.

Pagalba planuojant, kuriant ir įgyvendinant veiksmingas rinkodaros strategijas.

Padėkite sužinoti, kada ir kaip reklamuoti savo produktą ar paslaugą savo klientams.

Rinkodaros komplekso elementų nustatymas ir išdėstymas leidžia verslui priimti pelningus rinkodaros sprendimus visais lygmenimis. Šie sprendimai padeda verslui:

- ✓ Plėtokite jo stipriąsias puses ir apribokite jos trūkumus
- ✓ Tapkite konkurencingesni ir labiau prisitaikę savo rinkoje
- ✓ Pagerinti pelningą skyrių ir partnerių bendradarbiavimą

Šis SEMINARAS padės dalyviams suprasti, kaip pradėti savo verslo idėją. Taip pat svarbu pasirinkti geriausius būdus patenkinti savo poreikius ir sutelkti dėmesį į juos, kad plėtotumėte savo verslą.

Galutinis šio modulio tikslas yra padaryti didžiausią poveikį jūsų verslui arba pradedančiajam įmonei ir susisiekti su klientais, klientais ir suinteresuotosiomis šalimis per pritaikytą sąveiką ir aktyvius atsakymus.

Mokymosi tikslai

- ✓ Žinokite, kas yra rinkodaros komplekso koncepcija;
- ✓ Žinokite, kas yra rinkodaros rinkinio „7 P“;
- ✓ Žinokite, kas yra rinkodaros strategija;
- ✓ Žinokite, kas yra įmonės konkurencinis pranašumas;
- ✓ Žinoti, kokios yra konkurencinio pranašumo įgyjimo strategijos;

Trukmė

Šis modulis užtruks 4 valandas.

Ką turi padaryti pedagogai, kad pasiruoštų užsiėmimui

Norėdami užbaigti šį modulį, jums reikės šių dalykų:

- ✓ Pedagogai bus išklause teorinę dalį (užsiėmimą vesti turi būti kviečiami pedagogai, turintys atitinkamą kvalifikaciją);

Apie mentorius

- ✓ Mentorai išstudijavo teorinę dalį apie „Rinkodarą“;
- ✓ Mentorai padės dalyviams atsižvelgiant į jų verslo idėjos specifiką;
- ✓ Mentorių veikla gali būti atliekama individualiai arba dalyvių grupėmis.

Projekto metu dalyvius lydės mentorai, kad užtikrintų, jog jie bus vadovaujami viso kurso metu.

Kiekvienas mentorius ir auklėtinis aptars geriausią būdą užmegzti mentoriaus/mentuojamo santykius ir pagal savo poreikius parengs tinkamiausią planą.

Mentoriaus tikslas yra padėti jums augti kaip asmenybei ir tapti geriausia savo versija. Tai gali apimti padėti jums pasiekti asmeninius ar karjeros tikslus, supažindinti jus su naujais mąstymo būdais, mesti iššūkį jūsų ribojančioms prielaidoms, dalytis vertingomis gyvenimo pamokomis ir dar daugiau.

1 VEIKLA Kas yra rinkodaros komplekso koncepcija? Apibūdinkite „7 P“ ir jų svarbą

Trukmė 60 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

- ✓ Dalyviai išmoko teorinę dalį;
- ✓ Jie gali užduoti klausimus savo mentoriams, kai abejoja arba nežino;
- ✓ Dalyviai pasirenka savo darbo draugą;

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

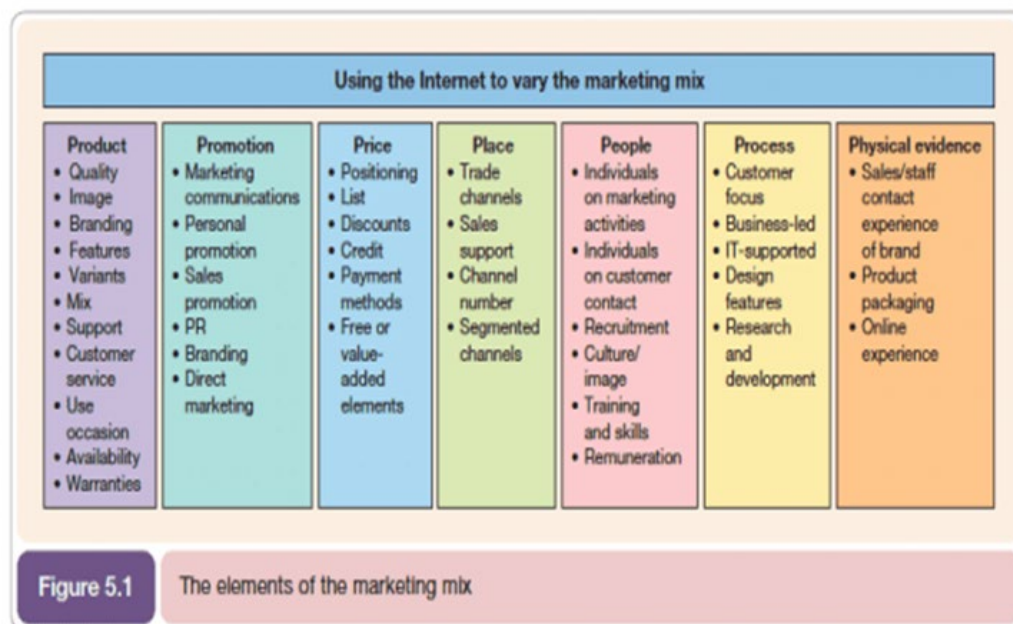
Po šios veiklos mentoriai surengs grįžtamojo ryšio sesiją (2 veikla)

Activity n. 1	“What is a marketing mix concept? Describe the “7 P” and their importance”
Work in pairs	
60 mn.	Is it possible use the theoretical part - Access to Module 2.5 “Marketing Mix strategies” on FIT e-learning platform

Aukščiau rasite lentelės, kuri bus užpildyta jūsų nuomone, pavyzdį. lentelė (2 priedas) pridedama prie medžiagos, kuri jums pristatoma.

Per nurodytą laiką, lygindami save, atsakykite, ko prašoma pavadinime.

Rinkodaros komplekso elementus galite peržiūrėti toliau pateiktoje lentelėje:



Po šios veiklos mentoriai organizuos grįžtamojo ryšio sesiją: mentoriai tiksliniais klausimais apie ką tik vykdomą veiklą padės priartėti prie veiklos n. 2

Betono rezultatus dalyviai turėtų pasiruošti

- ✓ Konkretūs duomenys leidžia sutelkti dėmesį į realias galimybes ir padėti išvengti neproduktyvių pastangų.
- ✓ Kai suprantate savo klientus, galite naudoti savo išteklius, kad juos pasiektumėte veiksmingiau ir sumažės rizika, kad gausite laiką, pinigus ir pastangas rinkodaros iniciatyvoms, kurios neveikia.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2020/06/24/finding-the-right-customers-with-stp-model/>

<https://fingerprintmarketing.com/why-is-marketing-important/#:~:text=Marketing%20is%20important%20because%20it,how%20you%20can%20help%20them.&text=Without%20marketing%2C%20jūsų%20verslas%20ne%20neturi%20a%20balso.>

2 VEIKLA Klasės diskusija: Rinkodaros privalumai ir trūkumai

Trukmė 45 min.

- ✓ 15 minučių apžvelgti ankstesnę veiklą ir pažymėti privalumus ir trūkumus;
- ✓ 30 mln. klasės diskusijai su auklėtojais ir mentoriais;

Žingsnis po žingsnio aprašymas

- ✓ Dabar visi dalyviai dirba kartu.
- ✓ Jie galės palyginti savo idėjas ir pasiūlymus.

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

- ✓ Jie galės naudoti atverčiamąją lentelę, norėdami pažymėti, kas išėjo iš konfrontacijos.
- ✓ Lenta bus palikta dalyviams, kad galėtų tęsti veiklą.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Žemiau rasite lentelės, kuri bus užpildyta jūsų svarstymais, pavyzdį. lentelė (4 priedas) pridedama prie medžiagos, kuri jums pristatoma.

Activity n. 2	“Class discussion: Advantages and disadvantages of marketing”				
All together	Sharing of previous work done in pairs.				
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">ADVANTAGES</th> <th style="width: 50%;">DISADVANTAGES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 150px;"></td> <td style="height: 150px;"></td> </tr> </tbody> </table>	ADVANTAGES	DISADVANTAGES		
ADVANTAGES	DISADVANTAGES				
45 mn. thus divided:	Use your previous format done in pairs;				
- 15 mn. to review the previous activity and mark the advantages and disadvantages;	Mark the advantages and disadvantages of marketing in the table above				
- 30 mn. for class discussion with educator and mentors					

Betono rezultatus dalyviai turėtų pasirošti

- ✓ Tinkamai ištirta ir tikslinga rinkodara pritrauks naujų ir sugrįžtančių klientų.
- ✓ Esamų ir buvusių klientų nuomonės gali nustatyti tobulinimo sritis.
- ✓ Prekės ženklo žinomumo didinimas.
- ✓ Leidžia užmegzti asmeniškiausius santykius tarp įmonės ir kliento.
- ✓ Padidėjusi rinkos dalis.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://smallbusiness.chron.com/advantages-disadvantages-marketing-strategy-53961.html>

3 VEIKLA Apibūdinkite rinkodaros konkurenciją, įmonės konkurencinį pranašumą ir konkurencinio pranašumo įgijimo strategijas

Trukmė 45 minutės

Žingsnis po žingsnio aprašymas

- ✓ Dalyviai, naudojantys n priede nurodytą formatą. 5 galės individualiai atsakyti į pavadinimo klausimus.
- ✓ Mentorai galės atsakyti į jiems rūpimus klausimus, išsiaiškinti kilusias abejones, pagilinti sąvokas.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Annex n. 5

<p>Activity n. 3</p> <p>Individual work</p>	<p>“Describe what are the marketing competition, the company competitive advantage and the competitive advantage gaining strategies”</p>
<p>45 mn.</p>	<p>If necessary, review the theoretical part</p>

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

- ✓ Sesijos pabaigoje dalyviai galės atpažinti ir panaudoti rinkodaros strategijų pozicionavimo ir konkurencingumo pranašumus.
- ✓ Įmonės turi konkuruoti dėl klientų, o tai lemia žemesnes kainas, aukštesnę prekių ir paslaugų kokybę, didesnę įvairovę ir daugiau naujovių.
- ✓ Konkurencija tarp įmonių gali paskatinti naujų ar geresnių produktų išradimą arba efektyvesnius procesus.
- ✓ Įmonės gali lenktyniauti, kad būtų pirmosios, kurios parduos naują ar kitokią technologiją.
- ✓ Naujovės taip pat naudingos vartotojams su naujais ir geresniais produktais, padeda skatinti ekonomikos augimą.
- ✓ Konkurencinės jėgos daro įtaką strategijai, nes jūsų konkurentai reaguoja į jūsų strateginius veiksmus rinkoje, o jūsų įmonė turi reaguoti į jų strateginius žingsnius.

Papildoma informacija

- ✓ Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas
- ✓ Elgesio stebėjimas;
- ✓ Mentorius vertinimas.

METODIKOS APRAŠYMAS

Tyrimais pagrįstas mokymasis:

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

Šio sąrašo kontekste moksliniais tyrimais pagrįstas mokymasis reiškia tiesioginį besimokantųjų įtraukimą į autentiškus tyrimų projektus. Tai turi įtakos įvairiems lygiams. Besimokantysis gali įgyti didelę motyvaciją dalyvaudamas realiame tyrime.

Tai buvo katalizatorius, skatinantis besimokančiuosius gilintis į temas.

Be to, dalyvaudami faktiniuose tyrimuose, besimokantieji sužino apie tyrimų pobūdį ir savo, kaip tyrėjo, vaidmenį. Besimokantieji supažindinami su tyrimo metodais kuo įvairesniuose kontekstuose, siekiant lavinti jų interpretavimo, analizės ir taikymo įgūdžius.

<https://www.learnlife.com/methodologies/research-based-learning>

Mokymasis tarp lygių

Mokinių mokymasis iš bendraamžių gali pagerinti požiūrį ir labiau suasmenintą, patrauklų ir bendradarbiaujančią mokymosi patirtį, o visa tai gali lemti aukštesnius pasiekimus. Bendraamžių mokytojams ši patirtis gali pagilinti jų supratimą apie dalyką ir suteikti pasitikėjimo.

<https://www.summertech.net/benefits-of-peer-teaching/#:~:text=For%20students%2C%20peer%20learning%20can,the%20subject%20and%20impart%20pasitikėjimas>

Koučingas

Koučingo tikslas – išlaisvinti žmonių potencialą maksimaliai padidinti savo veiklą. Tai padeda jiems mokytis, o ne moko ar pasakoja. Paimkite mokymąsi vaikščioti kaip pavyzdį – dauguma žmonių nemoko vaikščioti pagal nurodymus.

Koučingas padeda klientui įsipareigoti imtis veiksmų ir būti jo patirties įgarsinimo lenta, suteikia jam asmeninę erdvę ir paramą, kurios jam reikia augti ir tobulėti. Pagrindinis trenerio vaidmuo dažnai yra padėti klientui išlaikyti motyvaciją ir įsipareigojimą, reikalingą jo tikslams pasiekti

<https://new.coachingnetwork.org.uk/information-portal/what-are-coaching-and-mentoring/>
<https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/#:~:text=The%207Ps%20helps%20companies%20to,for%20the%20digital%20marketing%20mix.>

n priedas. 4

<p>Veikla n. 2</p> <p>Visi kartu</p>	<p>„Klasės diskusija: rinkodaros pranašumai ir trūkumai“</p> <p>Dalijimasis ankstesniais darbais, atliktais poromis.</p> <table border="1" data-bbox="472 302 1428 815"> <tr> <td data-bbox="472 302 951 815">PRIVALUMAI</td> <td data-bbox="951 302 1428 815">TRŪKUMAI</td> </tr> </table>	PRIVALUMAI	TRŪKUMAI
PRIVALUMAI	TRŪKUMAI		
<p>45 mln. taip padalinta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 15 mln. apžvelgti ankstesnę veiklą ir pažymėti privalumus bei trūkumus; - 30 mln. klasės diskusijai su auklėtoja ir mentoriais 	<p>Naudokite ankstesnį formatą, atliktą poromis;</p> <p>Aukščiau esančioje lentelėje pažymėkite rinkodaros pranašumus ir trūkumus</p>		

n priedas. 5

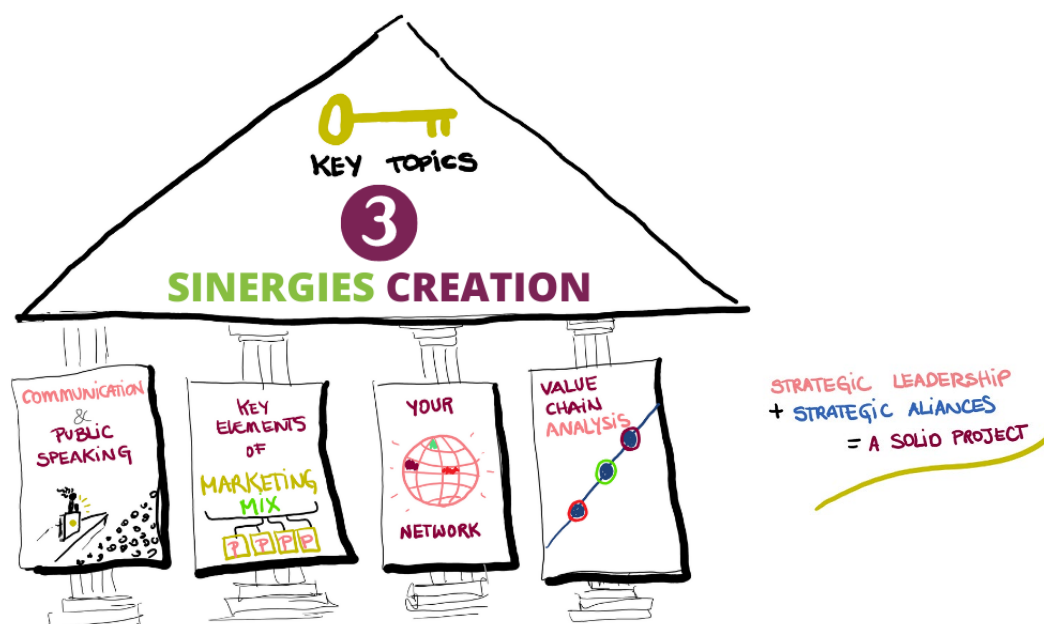
<p>Veikla n. 3</p> <p>Individualus darbas</p>	<p>„Apibūdinkite, kas yra rinkodaros konkurencija, įmonės konkurencinis pranašumas ir konkurencinio pranašumo įgyjimo strategijos“</p>
<p>45 mln.</p>	<p>Jei reikia, peržiūrėkite teorinę dalį</p>

Šaltiniai / nuorodos

<https://eu.patagonia.com>

Tinklalapis: „Logistikos vaidmuo didinant konkurencinį pranašumą: vertės grandinės sistema pasaulinėms tiekimo grandinėms“ International Journal Of Physical Distribution & Logistics Management 39(3): 202-226

3 SKYRIUS SINERGIJŲ KŪRIMAS



3.1 MODULIS EFEKTYVIUS RYŠIUS

Koks seanso tikslas? Bendras aprašymas

Užsiėmimo tikslas – išmokyti pagrindinių bendravimo, derybų, istorijų pasakojimo sąvokų, įvairių komunikacijos formų panaudojimo siekiant laukiamų rezultatų versle. Praktiškai efektyvios komunikacijos elementai bus taikomi trijų tipų seminaruose: viešai kalbant, sprendžiant klausimą ir pasakojimą.

Mokymosi tikslai (susiję su mokymo programa / teorine dalimi)

- ✓ Įkvėpkite ir sužavėkite atitinkamas suinteresuotąsias šalis
- ✓ Gaukite pagalbos, reikalingos norint pasiekti vertingų veiksmingo bendravimo rezultatų
- ✓ Demonstruokite efektyvų bendravimą: kalbėkite viešai, įtikinėkite, derėkitės ir pasakokite istorijas.

Trukmė 4 valandos

Ką pedagogai turi padaryti, kad pasiruoštų užsiėmimui

Pedagogai turi būti pasirengę pristatyti ir atspindėti teorinius bendravimo modelius. Siūloma turėti sėkmingos kalbos šablonus, derybų veiksmų planą seminarams vykdyti.

Pasirūpinkite aplinkos veiksniais, įtakojančiais ugdomųjų dėmesį, atvirumą, nuoširdumą. Išnaudokite visas galimybes, kad jie pasitikėtų savimi ir būtų socialiai saugūs.

Apie mentorius

Mentoriai turėtų turėti praktinės viešojo kalbėjimo ir derybų patirties. Jie turėtų žinoti pagrindinius skirtingų bendravimo formų principus ir elementus, kad galėtų vesti seminarus, teikti grįžtamąjį ryšį ir įvertinti stažuotojų rezultatus.

1 VEIKLA Pateikite savo verslo idėją

Trukmė Visiškai- 70 min; 30 min., skirta žodinės kalbos apybraižai, 30 min. praktikuoti žodinį pristatymą; 10 min – pasiektų rezultatų ir išminktų pamokų apžvalga.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Užsiėmimas skirtas praktiniams viešojo kalbėjimo įgūdžiams įgyti. Kalbos metmenų sudarymo, kalbėjimo viešai, rezultatų įvertinimo etapai yra veiklos dalys.

Užduotis 1. Apibrėžkite savo kalbos tikslą.

Paprašykite dalyvių užrašyti pagrindinį kalbos tikslą ir papildomą vertę. Rekomenduojame pateikti savo verslo idėjos pristatymą, kad įkvėptumėte ir sužavėtumėte galimas suinteresuotąsias šalis.

Kokių tikimasi šio veiksmo rezultatų? Nurodykite konkrečius sėkmingos kalbos santykius.

2 užduotis. Garso kalbos metmenys.

Sėkmingoje kalboje turi būti šios dalys: dėmesio pritraukimas; artumas prie auditorijos; kalbėtojo patikimumas; pagrindinės temos teiginys; pagrindinės žinutės turinys; išvada, pabrėžianti pagrindinę mintį; stipri baigiamoji frazė. Tikimasi, kad dalyviai pasakys visą kalbą, įskaitant konstrukcijos dalis.

Lentelės skyriuose pateikiamos kalbos konstrukcijos dalys su trumpais kiekvienos jų paaiškinimais.

3. Užduotis.

Praktinis užsiėmimas, skirtas pajusti viešąjį kalbėjimą, organizuojamas kaip žodinis pristatymas, dalyvaujant žmonių grupei, pageidautina tos pačios mokymo grupės nariams. Svarbu, kad vedėjo dvasia išliktų savęs atradimo dvasia kartu su malonumo ir žiūrovų palaikymo nuotaika.

Verslo aikštelės pristatymą žodžiu rekomenduojama organizuoti dviejų pranešėjų ir klausytojų vaidmenimis. 60 min viso šio pratimo laiko galima suskirstyti į: 5 min pristatymą, 10 min - klausytojo atsiliepimą. Tada apsikeiskite vaidmenimis ir paprašykite ankstesnio klausytojo pasakyti savo kalbą. Dvigubas būdas dalyviams suteiks aiškumo, kaip duoti ir įgyti skirtumų, kurių jie išmoks ateityje.

Norėdami padėti dalyviams tapti geresniais klausytojais ir sutelkti dėmesį į pristatymą, galite palengvinti procesą naudodami pagrindinių efektyvios komunikacijos elementų šabloną. Jį rasite IED Academy platformoje. Šablone rodomi žodinio bendravimo elementai: pagarba, artumas auditorijai, pasitikėjimas, kalbos ir pranešimo glaustumas, kūno kalba. Šis lapas skirtas užrašams daryti.

Esant ribotam laikui ir poreikiui vadovauti didesnei dalyvių grupei, užduotį galima atlikti vienu metu poromis. Šioje formoje bus paprašyta protingo būdo rinkti rezultatus iš grupės narių.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Norint atlikti 2 užduotį, platformoje yra stalas dalyviams. Jie turi parengti dalykinės kalbos metmenis, vadovaudamiesi nurodyta struktūra, parašydami tekstą pilnais sakiniais dešiniajame lentelės stulpelyje.

1 lentelė.

Kalbos konstrukcija	
Atrakcija	Raskite tašką, kaip įtraukti auditoriją į temą, kad ji pajustų palankumą ir susidomėjimą kalba. Tai galima padaryti remiantis statistiniais faktais, humoru, nuoroda į progą, asmenybę, įvykį ar bet kokia kita nuoroda.
Artumas auditorijai	Suteikite klausytojams priežastį klausytis jūsų kalbos, padidinkite motyvaciją dėl galimo meilės jiems.
Patikimumas	Pateikite savo žinių, patirties ir kompetencijos, susijusios su tema, įrodymus.
Temos pareiškimas	Vienas pilnas sakiny, nurodantis auditorijai jūsų kalbos temą.
Pranešimo korpusas	Pagrindiniai punktai, pranešimo naudos, poreikio ir svarbos užtikrinimas.
Išvada	Pabrėžkite pagrindinę savo kalbos mintį.
Baigiamoji frazė	Su baigiamąja fraze nurodykite išangą arba įkvepiančio patrauklumo klausimą.

Atliekant 3 užduotį viešosios kalbos sakymo seminare, dalyviams rekomenduojama naudoti šabloną, kai jie atlieka klausytojo vaidmenį.

2 lentelė.

Komunikacijos elementai	Pastabos
Artumas publikai, pagarba, pasitikėjimas	
Kalbos struktūra: pridedamas dėmesys, pagrindinė žinutė, pabaiga	

Kalbos glaustumas: artikuliacija, tempas, pauzės, tonas	
Kūno kalba: poza, gestai, judesiai	
Kūno kalba: akių kontaktas, veido išraiška	

Pedagogo vaidmuo yra suteikti asmeniui ar grupei grįžtamąjį ryšį, priklausomai nuo grupės dydžio ir laiko grafiko.

Užsiėmimas turi būti užbaigtas akcentuojant naudingų efektyvaus viešojo kalbėjimo įgūdžių ugdymo svarbą įvairiose situacijose ir įvairiuose kontekstuose.

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Mentoriai turi mokėti patys pasakyti kalbą, pademonstruoti kai kuriuos jos elementus, rašyti ir analizuoti kalbos konstrukciją. Rekomenduojama iš anksto pasitikrinti platformoje esančias lenteles ir pratimų reikalavimus.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyviai įgis savo verslo aikštelių konstravimo įgūdžių, įgis praktikos kalbėti glaustai, užtikrintai, pagarbiai, gestais, draugišku tonu, atskleidžiant atsipalaidavusią kūno poziciją ir kt.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Breeze, MH, Rudd, RD, Gifford, GT, Shoulders, CW (2011) Ugdykite savo viešojo kalbėjimo įgūdžius: patarimai pradedantiesiems pranešėjams, kalbos treneriams ir teisėjams.

Jia-Jones, Kathy Keyi. 10 patarimų, kaip padėti tarptautinį išsilavinimą turintiems specialistams tobulinti viešojo kalbėjimo įgūdžius (2012 m.). Žurnalas „HR Professional“.

2 VEIKLA Išspręskite savo verslo problemą

Trukmė

Visiškai- 70 min; 60 min., skirta suvaidinti pateiktą scenarijų derybų rėmuose; 10 min – užsiėmimo apžvalga.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Sesijoje pristatoma derybų struktūra ir pobūdis. Rasti racionalų bendravimo būdą situacijose, kai dėl dalykų ginčijamasi ar net aiškiai nesutariama, yra esminis įgūdis versle siekiant savo tikslų. Siūlomi vaidmenų žaidimo scenarijai ir taisyklės, kad dalyviams būtų suteikta galimybė patirti derybų meną.

Vaidmenų žaidimas yra tinkamas eksperimentuoti su derybų procesu pagal pasirinktą scenarijų.

1 užduotis. Dalyviai turi prisiminti teorinėje dalyje pateiktus derybų etapus: pasirengimą deryboms; santykių kūrimas, tikslų išsiaiškinimas, pirmojo pasiūlymo pateikimas; derėtis siekiant abipusiai naudingo rezultato, pasiekti susitarimą. Paaiškinkite, kad jie supranta, kada vienas etapas baigtas, kad pereitų į kitą.

Siūloma atskirti paskirstymo strategijos taikymo praktikas ir integracinę strategiją, pabrėžiančią tinkamumą skirtingomis sąlygomis. Paskirstymo strategija naudojama, kai derybininkas turi didesnę pranašumą (BATNA) nei kitas partneris arba sandoris yra trumpalaikis ir neturi galimybės pratęsti. Kai abi pusės turi vienodas galias ir lūkesčius dėl būsimo bendradarbiavimo, paprašykite jų naudoti integracinę strategiją.

Atkreipkite dėmesį į tai, kaip svarbu, kad dalyviai dirbtų tol, kol jie susitars. Jie turi būti pasirengę paaiškinti patirtus laimėjimus ir pralaimėjimus.

2 užduotis turėtų būti pirmasis vaidmenų žaidimo etapas – pasiruošimas derybų procesui.

Spręskite dėl faktinių verslo reikalų, kurie paprastai apima derybas. Siūlome dirbti su pardavimo, pirkimo, įdarbinimo ir partnerystės sprendimais. Įdėkite dalyvius į bet kurio vadovo vietą ir nustatykite tikslus, kuriuos jie turi pasiekti.

Naudokite scenarijus iš banko, padaryto iš anksto iki seminaro. Labai rekomenduojama scenarijus pritaikyti prie dalyvių fono ir konteksto. Jei grupės dydis mažas, galima išbandyti įvairias problemas, atsižvelgiant į sudėtingumo lygį.

Mentoriai taip pat gali slapta nurodyti konkrečius tikslus abiem derybų šalims arba bet kuriam konkrečiam nariui, kad žaidimas būtų intriguojantis. Tai būdas įgudusiems dalyviams įgyti papildomos patirties.

Mentoriai dažniausiai turi sekti derybų eigą, pastebėti klaidas ir sėkmes, kad būtų pasiruošę visiems pateikti grįžtamąjį ryšį.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Priklausomai nuo mokymo aplinkos, grupės nuorodų ir mentoriaus patirties, galima nuspręsti: ar įdėti derybų scenarijų banką į platformą, ar ne. Medžiaga platformoje gali padėti mokiniams pasiruošti prieš seminarą. Priešingu atveju gali likti netikėtumo akimirka.

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Įvairių verslo situacijų ir reikalų bankas padės pasirinkti klausimą deryboms. Jei seminaro dalyviai kuria savo verslus skirtinguose verslo sektoriuose, ruoškite juostoms pritaikytas šioms sritims.

Derybininkai visada turėtų nepamiršti, kad BATNA plėtra yra svarbus tikslas, nes tai padidina galią derybose. Nuspręskite BATNA diegimo atvejus kai kuriuose verslo pavyzdžiuose.

Reikia įvertinti ir atsižvelgti į derybų proceso sudėtingumo lygį. Mentoriai turi pritaikyti derybų turinį arba naudoti skirtingus lygius, kad atitiktų scenarijus pagal dalyvių poreikius.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyviai turi gauti:

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

- ✓ derybų proceso planavimo ir valdymo patirtis;
- ✓ suprasti BATNA vaidmenį derybų sėkmei;
- ✓ susitarimų, sudarytų naudojant paskirstymo ir (arba) integravimo strategiją, naudingumą.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Beenen, G., Barbuto, JE Sudaryk sandorį: dinamiškas derybų įgūdžių lavinimo pratimas. Edukologijos žurnalas verslui, 89: 149–155, 2014 m.

Tiesioginė drobė. ES projektas:<http://live-canvas.eu/en/learning-area/full/24/6/1/stages-in-negotiation>.

3 VEIKLA Įsivaizduokite savo išmaniojo verslo istoriją

Trukmė

Visiškai- 70 min; 20 min. skirta darbui, kaip gauti raktinius žodžius iš verslo misijos; 40 min. skirtas istorijai sudaryti, siekiant pritraukti tikslinę auditoriją; 10 min – užsiėmimo apžvalga.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Šiame skyriuje pateikiama užduotis sukurti vertingą verslo istoriją, atspindinčią bet kurios verslo moters poreikį stiprinti savo ar verslo patikimumą. Pasakojimo būdas yra veiksmingas raktas pasiekti mūsų auditoriją, nesvarbu, ar tai kolega, komanda, įdarbinantis darbuotojas ar tikslinis klientas. Poreikis perteikti pagrindines verslo vertybes taip pat yra labai svarbus protingo ir tvaraus verslo kontekste.

1 užduotis. Veikla pradama peržiūrint verslo misiją, nurodytą ankstesniuose moduluose. Jei misija dar neparengta, vadovaukitės toliau pateiktu komentaru šiame skyriuje.

Dalyviai turi sutelkti dėmesį į savo verslo misiją naudodami lentelę, kurią jie gali rasti IED akademijos platformoje. Paprašykite jų užsirašyti ir atlikti analizę. Pagrindinė užduotis – pagal pateiktus klausimus ir jų plėtinius perrašyti misijos formuluotės frazes į tris dalis:

KODĖL? Priežastys užsiimti verslu, siekiai, dvasia, svajonės ir kt.

KAIP? Darbų atlikimo būdas, asmeniniai rūpesčiai, stilius, unikalumas, tvarumas ir kt.;

KA? Rezultatai, vertybės, produktai, poveikis ir kt.

Jie turi pasirinkti pagrindines frazes, kurios perteikia vertingiausią teiginio prasmę į dešiniojo lentelės stulpelio skyrius. Jie turėtų užbaigti užduotį suskirstydami rezultatus į dvi dalis: loginius ir emocinius, nuspalvindami juos skirtingomis spalvomis. Užduotis bus sėkmingai atlikta, jei jie ras bent 1 loginį ir 1 emocinį užuominą savo verslo tikslui pagrįsti.

Pastaba: Mentorai turi žinoti, kad misijos teiginiai gali būti paprasti ir aiškūs, bet taip pat gali būti išreikšti patikimais frazeologiniais būdais. Leiskite dalyviams jaustis patogiai abiem būdais.

2 užduotis išplečia 1 užduoties rezultatus: loginius ir emocinius užuominus, kuriuos norėtų perteikti verslo lyderiai. Logiški argumentai priverčia susimąstyti auditoriją, todėl svarbu taip bendrauti su

suinteresuotosiomis šalimis. Kaip pasakojimo metodas reikalauja įgalinti emocines užuominas, kad būtų galima sutelkti auditoriją veiksmui ir indėliui.

Paprašykite dalyvių sudaryti unikalią istoriją, atskleidžiančią jų „Kodėl-kaip-ką“ verslo bruožus, kad jie galėtų bendrauti su bet kuria susijusia auditorija. Istorija yra vertinga ir sėkminga, jei turi šias savybes ir gali būti naudojama kaip vertinimo kriterijai:

- ✓ Istorija yra skirta auditorijai;
- ✓ Nurodo atitinkamą kontekstą;
- ✓ Istorija yra humanizuota;
- ✓ Išlaiko nuolankumą;
- ✓ Juda už veiksmą.

Prieš formuluojant istoriją svarbu pabrėžti būtinybę parodyti empatiją tikslinei auditorijai, pabandyti vaikščioti jų batais. Auditorija turi jausti, kad problema jiems aktuali, aktuali.

Užduotį galima atlikti bet kokia rašytine forma.

Pedagogams siūloma vadovautis žiedinės ekonomikos principais – ilgaamžiškumu, lizingu, pakartotiniu panaudojimu, perdirbimu ar kitais būdais, kaip įnešti vertybes į visuomenę savo verslo vertybių sąrašė, o vėliau ir pasakojimuose.

Veikla gali būti vykdoma dviem būdais:

- 1) kaip aprašyta aukščiau – pradedant nuo verslo misijos peržiūros ir baigiant sudaryta istorija, siekiant informuoti apie tvarų verslą;
- 2) jei verslo misija dar nepasidėjo, veikla gali prasidėti nuo verslo vertybių identifikavimo, todėl baigiamasis etapas yra skirtas galutiniam verslo misijos pareiškimui sukurti.

Medžiagos / Įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Platformoje yra speciali lentelė, padedanti dalyviams dirbti su savo verslo misija. Norint užbaigti darbą, reikia naudoti skirtingas spalvas.

Nurodykite savo verslo misiją:	
KODĖL? Priežastys užsiimti verslu, siekiai, dvasia, svajonės...	
KAIP?	

Veikimo būdas, rūpesčiai, stilius, unikalumas	
KĄ? Rezultatai, vertybės, produktai, poveikis	

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Kai kurie aktualūs pavyzdžiai gali padėti dalyviams išgauti protingo ir tvaraus verslo vertybes. Rekomenduojame naudoti sėkmingo verslo misijų įgyvendinimo atvejus pasakojimo būdu, siekiant iširti rinkodaros komunikaciją su savo klientais.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Rezultatus sudaro:

- ✓ Patikslintas ir užbaigtas verslo misijos pareiškimas;
- ✓ Istorija, sudaryta siekiant pasiekti atitinkamą tikslinę auditoriją, pavyzdžiui, istorija, siekiant suformuoti verslo įvaizdį įmonės svetainėje.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Esmee Digt, <https://urbact.eu/storytelling-powerful-tool-quest-circular-economy>

Gothelf, J. Istorijų pasakojimas gali sustiprinti arba sulaužyti jūsų lyderystę. <https://hbr.org/2020/10/storytelling-can-make-or-break-your-leadership>.

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Šiame seminare pasiektų rezultatų įvertinimas susideda iš šių kintamųjų:

- ✓ Visų žodinio pristatymo savybių rodymo lygis:
 - 1) artumas publikai, pagarba, pasitikėjimas;
 - 2) kalbos struktūra: priskiriamas dėmesys, pagrindinė žinutė, pabaiga;
 - 3) artikuliacija, tempas, pauzės, tonas;
 - 4) kūno laikysena, gestai, judesiai;
 - 5) akių kontaktas, veido išraiška. Tai suteikia 40 procentų viso įvertinimo.
- ✓ Derybų įgūdžių demonstravimo lygis:
 - 1) santykių kūrimas, tikslų deklaravimas, pasiūlymo teikimas;
 - 2) derybų pareiškimai dėl rezultato, kuris naudingas visiems,

- 3) susitarimo gavimas;
 - 4) konstruktyvaus rezultato etapų, tempo ir dvasios išlaikymas. Tai suteikia 30 procentų viso įvertinimo.
- ✓ Verslo istorijos patrauklumas:
- 1) patikslinta verslo misija, deklaruojanti tvarias vertybes;
 - 2) istorija perteikti verslo vertybes per emocinį įtikinimo poveikį. Tai suteikia 30 procentų viso įvertinimo.

METODIKOS APRAŠYMAS

Žodinis pristatymas reiškia informacijos pateikimo balsu būdą tikslinei auditorijai. Galima derinti kai kurių kitų tipų informaciją (pvz., skaidrių demonstraciją ar scenarijus). Šioje sesijoje rekomenduojame naudoti žodinius pristatymus akis į akį.

Žaidimas vaidmenimis yra „technika, leidžianti studentams tyrinėti realistiškas situacijas valdomu būdu bendraujant su kitais žmonėmis, siekiant įgyti patirties ir išbandyti įvairias strategijas palaikomoje aplinkoje. Dalyviams suteikiami tam tikri vaidmenys, kuriuos jie turi atlikti pokalbio ar kitokio bendravimo metu. Jiems gali būti duoti konkretūs nurodymai, kaip elgtis ar ką pasakyti, arba gali būti reikalaujama, kad jie veiktų ir reaguotų savaip, atsižvelgiant į pratybų reikalavimus. Tada dalyviai suvaidins scenarijų, o vėliau bus apmąstyti ir diskutuoti apie sąveiką, pavyzdžiui, alternatyvius situacijos sprendimo būdus. Tada scenarijus vėl gali būti įgyvendintas su pakeitimais, atsižvelgiant į apmąstymų ir diskusijų rezultatus“ (Gloveris, I.).

Pasakojimas linksmina skaitytoją / žiūrovą / klausytoją, pelnydamas jų susidomėjimą. Įtikinamos istorijos sausą nuobodų turinį paverčia vertingomis laiko sąnaudomis. Yra daug požiūrių į pasakojimą. Personifikacija, trečiojo asmens pasakojimas, įterptoji žurnalistika ir metaforos yra tik keturi būdai pagyvinti turinį (Livingston, G.).

Šaltiniai / nuorodos

Beenen, G., Barbuto, JE Sudaryk sandorį: dinamiškas derybų įgūdžių lavinimo pratimas. Edukologijos žurnalas verslui, 89: 149–155, 2014 m.

Breeze, MH, Rudd, RD, Gifford, GT, Shoulders, CW (2011) Ugdykite savo viešojo kalbėjimo įgūdžius: patarimai pradedantiesiems pranešėjams, kalbos treneriams ir teisėjams.

Esmee Dijt, <https://urbact.eu/storytelling-powerful-tool-quest-circular-economy>

Glover, I. Vaidmenų žaidimas: požiūris į mokymą ir mokymąsi. <https://blogs.shu.ac.uk/shutel/2014/07/04/role-play-an-approach-to-teaching-and-learning/>

Gothelf, J. Istorijų pasakojimas gali sustiprinti arba sulaužyti jūsų lyderystę. <https://hbr.org/2020/10/storytelling-can-make-or-break-your-leadership>.

Jia-Jones, Kathy Keyi. 10 patarimų, kaip padėti tarptautinį išsilavinimą turintiems specialistams tobulinti viešojo kalbėjimo įgūdžius (2012 m.). Žurnalas „HR Professional“.

Tiesioginė drobė. ES projektas: <http://live-canvas.eu/en/learning-area/full/24/6/1/stages-in-negotiation>.

Livingston, G. Keturi istorijų pasakojimo metodai. <https://geofflivingston.com/2011/04/12/four-storytelling-methods/>

4 VEIKLA Šablonas: pristatykite savo verslo idėją

2 užduotis. Pagal pateiktą struktūrą paruoškite verslo pokalbio metmenis. Dešiniajame lentelės stulpelyje parašykite tekstą visais sakiniais.

Dalys	Tavo tekstas
PATRAUKCIJA Raskite tašką, kuriuo auditoriją įtrauktumėte į temą, kad ji pajustų palankumą ir susidomėjimą kalba. Tai galima padaryti remiantis statistiniais faktais, humoru, nuoroda į progą, asmenybę, įvykį ir pan.	
ARTUMAS AUDITORIJAI Suteikite klausytojams priežastį klausytis jūsų kalbos, padidinkite motyvaciją dėl galimos meilės jiems.	
PATIKIMUMAS Pateikite savo žinių, patirties ir kompetencijos, susijusios su tema, įrodymus.	
TEMOS PAREIŠKIMAS Vienas pilnas sakiny, nurodantis auditorijai jūsų kalbos temą.	
PRANEŠIMO Kūnas Pagrindiniai punktai, pranešimo naudos, poreikio ir svarbos užtikrinimas.	

IŠVADA Pabrėžkite pagrindinę savo kalbos mintį.	
BAIGIAMOSIOS FRAZĖ Su baigiamąja fraze nurodykite įžangą arba įkvepiančio patrauklumo klausimą.	

3 užduotis. Naudokite šabloną viešosios kalbos dirbtuvėse, kai atliekate klausytojo vaidmenį.

Komunikacijos elementai	Pastabos
Artumas publikai, pagarba, pasitikėjimas	
Kalbos struktūra: pridedamas dėmesys, pagrindinė žinutė, pabaiga	
Kalbos glaustumas: artikuliacija, tempas, pauzės, tonas	
Kūno kalba: poza, gestai, judesiai	

Kūno kalba: akių kontaktas, veido išraiška	
--	--

5 VEIKLA Peržiūrėkite savo verslo misiją

1 užduotis. Paimkite savo verslo misijos pareiškimą. Užpildykite tuščią stulpelį savo tekstine medžiaga. Jūsų misijos teiginys gali būti paprastas ir aiškus, bet taip pat gali būti išreikštas patikimu frazeologiniu būdu.

Perrašykite teiginių frazes į tris dalis pagal pateiktus klausimus ir jų plėtinius. Paimkite pagrindines frazes, perteikiančias vertingiausią reikšmę, iš teiginio į dešiniojo lentelės stulpelio skyrius.

Užbaikite užduotį suskirstydami rezultatus į dvi dalis: loginius ir emocinius, nuspalvindami juos skirtingomis spalvomis.

Nurodykite savo verslo misiją:	
KODĖL? Priežastys užsiimti verslu, siekiai, dvasia, svajonės...	
KAIP? Veikimo būdas, rūpesčiai, stilius, unikalumas	
KĄ? Rezultatai, vertybės, produktai, poveikis	

3.2 MODULIS TINKLO STRATEGIJA

3.2.1. VEIKSMINGŲ IR STABIŲ TINKLO KŪRIMAS

Koks sesanso tikslas? Bendras aprašymas

Verslo santykiai gali būti kuriami tam tikroje verslo aplinkoje ir kontekste, plėtojami pagal specialius verslo poreikius, taigi, tai trumpesnis ar ilgesnis efektyvus ir stabilus verslo tinklo kūrimo procesas.

Šios sesijos praktinės dalies užduotis apima nuoseklaus tvaraus verslo tinklo strategijos, įskaitant neprisijungusio tinklo ir socialinės žiniasklaidos tinklų strategijų kūrimą, sudarymą.

Mokymosi tikslai (susiję su mokymo programa / teorine dalimi)

- ✓ Išsiaiškinti priežastis, kodėl tinklas yra neprisijungęs, kaip esminis bet kokio verslo plėtros pobūdis ir uždavinys.
- ✓ Norėdami nustatyti visą savo verslo tinklo strategiją.
- ✓ Sukurti prasmingų verslo ryšių planą.
- ✓ Sukurti socialinės žiniasklaidos tinklo strategiją.

Trukmė

Iš viso – 3 valandos 30 minučių (neįskaitant teorinės dalies):

- ✓ 1 veikla – Verslo tinklų kūrimo strategijos žemėlapis – 70 min. trukmė;
- ✓ 2 veikla – Verslo tinklas neprisijungus – 70 min.;
- ✓ 3 užsiėmimas – Socialinių tinklų strategija – 70 min. trukmė.
- ✓ Užbaigimas - 10 min.

Ką pedagogai turi padaryti, kad pasiruoštų užsiėmimui

Pedagogai turi išmanyti tinklų teorijas ir praktikas, suprasti socialinių tinklų veiklos principus ir ypatumus. Jei pedagogai aptarnauja specialios verslo srities/sectoriaus jaunuosius verslininkus, būtų naudinga supažindinti dalyvius su veikėjais, atliekančiais svarbų vaidmenį konkrečioje verslo srityje.

Verslo tinklo strategijų nustatymo sesijos yra ribotos. Užsiėmimų metu leiskite dalyviams suprasti, kad verslo gyvenime jų strateginės tinklo struktūros kūrimas yra gana daug laiko ir niekada nebūna iki galo užbaigtas, nes nauji partneriai ateina ir išeina.

Taikomų metodikų sąrašas

Minčių sudarymas, duomenų rinkimas.

Apie mentorius

Sėkmingai kuruojant bus panaudota reali praktinė įmonių patirtis. Dalijimasis pamokomis ir sprendimais kuriant verslo partnerystę yra vertinga, kad sesijose būtų sukurta pridėtinė vertė. Sesijos kuravimas taip pat turėtų apimti dalyvius, kad jie pasirinktų partnerystę pagal savo tvarų verslo profilį.

1 VEIKLA Verslo tinklų kūrimo strategija

Tinklų kūrimas yra jūsų verslo strategijos dalis. Ši sesija padės dalyviams susidėlioti visą savo verslo tinklų kūrimo strategiją, pradėdant nuo šandieninio tinklo, o vėliau planuoti ketinimus judėti link to, kur jie norėtų strategijos laikotarpiu.

Trukmė

Bendras laikas – 70 min.: 60 min trukmės minčių kartografavimo seminaras, 10 min apžvalgai.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Norint sudaryti visos verslo tinklų strategijos žemėlapi, reikia atsižvelgti į įvairius veiksmus, pvz., tinklų kūrimo tikslus ir tikslus, tinklo tipą ir struktūrą, sprendimus dėl narystės, valdymo stilių, laiko juostos nustatymą ir kt. Šie svarstymai padeda sudaryti išsamų planą.

Leiskite dalyviams suprasti šiuos tinklo strategijos kūrimo veiksmus:

1. Tikslai ir tikslai, atitinkantys tinklo tipus. Partnerystės su kitomis organizacijomis kūrimas leidžia verslui dalytis savo ištekliais, žiniomis, patirtimi, koordinuoti įvairius veiksmus, panaudoti įtaką ir atneša kitokią vertę.

Užduotis yra nustatyti verslo tikslus ir apibrėžti skirtingų tinklų kūrimo organizacijų tipus, geriausiai tinkančius skirtingiems tikslams ir tikslams. Šie skirtingi tipai gali apimti asociacijas, koalicijas, aljansus, kohortas, bendruomenes ir kt.

2. Sprendimai dėl narystės tinkle. Nuspręsti, kas yra ir kas turėtų būti tinklo narys, gali būti labai sudėtinga užduotis. Kai kuriuose tinkluose yra neoficiali narystė, o partneriai ateina ir išeina be didelio valdymo. Kiti turi formalius narystės procesus su taisyklėmis, kas gali prisijungti, procesą, kaip tai padaryti, ir ankstesnes pareigas, kurios gali apimti narystės mokesčius ir būtiną dalyvavimą susirinkime. Svarbiausias klausimas – sugebėti aiškiai apibrėžti, kas yra tinklo narys ir kas nėra.

3. Tinklo struktūra. Ryšiai su partneriais gali būti dviejų tipų – tiesioginiai ir netiesioginiai. Nurodykite dalyvius pasirinkti, kuris tinklas turėtų būti sudarytas iš glaudžių, tiesioginių partnerių ryšių, o kurie tinklai gali būti reti, sujungti netiesiogiai, gali būti per tarpininkus. Nesikoncentruokite tik į tankų ryšių debesį kaip geriausią sprendimą. Silpnų ryšių, mažiau įtraukiančių partnerių pranašumai taip pat gali būti vertinami kaip naudingi ieškant naujų partnerių su mažesnėmis pinigų ir laiko sąnaudomis.

4. Tinklo laiko juosta. Dalyviai turėtų nuspręsti, kurie bendradarbiavimo su partneriais tinklai yra neapibrėžti, o kurie aiškiai iš anksto apibrėžti. Svarbu įsitikinti, kad partneriai laikosi sąlygų ir siekia išlaikyti tokią pačią tinklo gyvavimo trukmę.

5. Tinklo valdymas. Vieni tinklai yra savivaldos, leidžiantys nariams turėti autonomiją, kiti gali būti valdomi tam tikrų institucijų, valdybos, taisyklių laikymosi, atskaitomybės, paramos. Bendras valdymas taip pat yra būdas.

Šios sesijos dalyviai turi užduotį nubraižyti visos savo verslo tinklų strategijos žemėlapi, vadovaudamiesi užduoties aprašymu platformoje.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Dalyvių prašoma pritaikyti bet kokią minčių sudarymo techniką, pvz., <https://www.mindmaps.app>, ar bet kurią kitą panašią priemonę, kad nubrėžtų išplėstinio verslo tinklo žemėlapi. Pradžioje jie turi sudaryti šiandien turimų partnerių (jeigu) sąrašą, apibūdindami juos atsižvelgdami į tikslų veiksmus, tikslus, santykių tipą, laiko juostą. Antras žingsnis – išplėsti tinklą, nustatant daugiau kitų naudingų partnerysčių, kurios gali padėti sukurti veiksmingą ir stabilų verslo tinklą.

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Mentoriai turi būti pasirengę paaiškinti tinklų tipų skirtumus ir įtakojančius veiksmus. Taip pat gali būti naudingi įgūdžiai naudoti minčių sudarymo metodus. Prašome prisistatyti su platformos dalyvių veiklos aprašymu.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Visas patrauklių ir prieinamų partnerysčių sąrašas turėtų būti sudarytas kaip aiški įgyvendinimo schema. Svarbu sekti, kad išplėtotas santykių tinklas verslui būtų efektyviausias, iš vienos pusės pakankamai platus, iš kitos – ne per išplėstas, atimantis per daug laiko, pastangų ir finansinių išteklių.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

Deras, Aleksas. Kas yra tinklo strategija? <https://visiblenetworklabs.com/2021/03/01/what-is-a-network-strategy/>

<https://www.mindmaps.app/>

2 VEIKLA Neprisijungus tinklo strategija

Organizacijos formuoja įvairių tipų santykius. Verslo tikslai turėti patikimus tiekėjus, tarpininkus, prekybos partnerius yra pagrįsti kruopščiai atrinktų santykių kūrimu ir plėtra, naudojant neprisijungus kontaktus. Ši veikla skirta sukurti vertę kuriantį jūsų verslo kontaktų tinklą neprisijungus.

Trukmė

Bendras laikas- 70 min: 60 min seminaras; 10 min apžvalga.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Neprisijungus veikiančio tinklo planavimo sesija suteikia vadybinį požiūrį į esminių santykių su pagrindiniais partneriais kūrimą.

Pradžioje leiskite dalyviams suprasti asmeninio tinklo privalumus plėtojant ryšius su bendradarbiaujančiomis įmonėmis ir tarp jų.

Reikėtų išnaudoti neprisijungus veikiančių santykių pranašumus, nes:

1. Asmeninį bendravimą su partneriais pradėti ir valdyti daug lengviau nei internetu, be to, jie yra natūralesni. Nežodinis bendravimas, įskaitant kūno kalbą, balso toną, suteikia tam tikros spalvos asmeniniams ketinimams ir jausmams.
2. Ne visi naudojami socialinės žiniasklaidos kanalais, kai kurie nėra tokie aktyvūs, kaip galima tikėtis. Galite pasigesti vertingų ryšių tarp patyrusių verslininkų, kurie linkę likti neaktyvūs socialinėje žiniasklaidoje.
3. Tokie renginiai pagrįsti susitikimai, kaip parodos, pramonės susibūrimai, konferencijos, bendruomenės festivaliai ir kt., užmezga tvirtus vietinius ryšius, išsiskynusius tame pačiame mieste ar regione, atveria naujas galimybes bendradarbiauti. Tai turi didelį pranašumą turėti partnerius arba palyginti trumpą įspėjimą.
4. Žmonės geriau atsimena veidus nei profilio nuotraukas. Vertingas prisiminimas, kai ką nors matėte asmeniškai, yra esminis pranašumas norint padaryti ilgalaikį įspūdį.
5. Subalansuokite savo tinklus ir strategijas, atitolinkite ryšius neprisijungus nuo bendravimo internetu, kad pasinaudotumėte kiekviena galimybe užmegzti geriausius santykius.

1 veiklos užduotis reikalauja sudaryti sąrašą potencialių partnerių, organizacijų ar asmenų, kuriuos dalyviai numato kaip vertingus veikėjus, įgyjančius abipusę vertę verslui. Verslo tikslai yra atspirties taškas kuriant atitinkamus ryšius bendradarbiavimui.

Norėdami rasti atitinkamus verslo partnerius, naudokite išorinius informacijos šaltinius, pvz., duomenų bazines, verslo katalogus, verslo periodinius leidinius ir kt. Mentorių bendra patirtis kuriant verslo tinklus gali būti labai vertinga.

Antrasis žingsnis yra neprisijungus tinklo strategijos plano nustatymas. Ši dalis turėtų padėti dalyviams apibrėžti kiekvieno partnerio, prie kurio jie gali prisidėti prie tinklo, pagrindines galimybes. Paprašykite dalyvių išrašyti Partnerio kortelę, kurioje būtų nustatyti taktiniai veiksmai ir bendradarbiavimo detalės. Kortelių skaičius turi būti toks pat kaip pagrindinių partnerių, pasirinktų neprisijungus santykiams, skaičius. Kruopščiai atrinktų partnerių profilių rinkinys turėtų sudaryti vertą ir veiksmingą jų asmeninių verslo santykių tinklą.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

1 užduoties lentelė yra patalpinta platformoje, kad būtų galima pasirinkti potencialius verslo partnerius bendravimui neprisijungus. Prašomi santykiai turėtų apimti konkrečius jų verslo poreikius. Padėkite dalyviams apibūdinti pagrindinius verslo procesus, kad išlaisvintumėte galimybę gauti naudos iš asmeninių kontaktų.

Prašomi santykiai	Jūsų verslo tikslas	Įstaigų pavadinimai, asmenų vardai ir pavardės	Jūsų prioritetai, dažniausiai prašomi partneriai (vardas 1 arba 2)
	1 tikslas: 2 tikslas: ...	1. 2. 3.	
	1 tikslas: ...	1. 2. 3.	

Techniškai dalyviai turėtų suformuoti 1 lentelę, pateiktą platformoje, įtraukdami arba išbraukdami joje keletą eilučių, atspindinčių specifinį jų verslo poreikį.

2 užduotis toliau plėtoja savo neprisijungimo strategiją, apimančią komunikacijos proceso sprendimus, apibrėžiant pagrindinius gebėjimus sukurti abipusę vertę abiem bendradarbiavimo pusėms.

Padėkite dalyviams sudaryti bendradarbiavimo plėtros planą, nurodant veiksmus, susijusius su šiais veiksniais:

PARTNERIS 1

Pagrindinės partnerio galimybės

Mūsų patrauklumas partneriui

Pagrindiniai asmenys bendradarbiauti

Susitikimo formos (apvalus stalas, verslo pusryčiai,

Susitikimų dažnumas

Kitos detalės

Dalyviai turi nupiešti kiekvieno pasirinkto partnerio kortelę, anketą.

Ką reikia padaryti, kad pasiruošumėte šiai sesijai

Dalyviams būtų naudinga dalytis įvairių verslo organizacijų, pramonės asociacijų, rūmų ir bendruomenių žinytais, kad būtų galima nustatyti galimus savo pramonės veikėjus. Atkreipkite dėmesį į pasirinktų partnerių tinkamumą klientų vertės kūrimo tikslams ir tikslams užimti apginamą konkurencinę poziciją.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Sesijos pabaigoje dalyviai turi turėti kruopščiai atrinktų verslo partnerių, kurie yra labai svarbūs jų verslui ir su kuriais jie turi plėtoti neprisijungusį tinklą, sąrašą.

Kiekvieno iš jų prašomo partnerio kortelės, skirtos bendradarbiavimui neprisijungus, kaip taktinių veiksmų, kurių reikia imtis norint išlaikyti neprisijungus ryšį, žemėlapis yra galutinis seanso rezultatas.

Kiti komentarai

Planuojant susitikimus neprisijungus, svarbu, kad dalyviai nepersistengtų. Vietoj to sutelkite dėmesį į tikslinį požiūrį.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://www.european-business.com/tips/networking-how-to-network-offline>

<https://startupnation.com/grow-your-business/offline-networking-essential-entrepreneurs/>

3 VEIKLA Socialinių tinklų strategija

Internetiniai tinklai suteikia daugybę galimybių užmegzti ryšius, kurių niekada nepavyktų susitikti asmeniškai. Jaunieji verslininkai naudojami šiomis platformomis, kad surastų ir bendradarbiautų su kitais specialistais, kurdami savo tinklus ir sukurdami daugiau galimybių. Socialinių tinklų platformos radikalai pakeitė profesionalių tinklų dinamiką. Sesija kviečia susidėlioti savo verslo socialinių tinklų strategiją.

Trukmė

Bendras laikas- 70 min: 60 min seminaras; 10 min apžvalga.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Socialinė žiniasklaida tapo labai svarbi plėtojant bet kokių verslo produktų ir prekių ženklų rinkodarą. Ši veikla skirta sukurti strateginį planą, kaip užmegzti ryšius su tiksliniais klientais ir galimais nukreipimo šaltiniais.

Įmonės socialinė komunikacija turėtų prasidėti nuo ilgalaikių rinkodaros tikslų atskleidimo, tokių kaip įmonės misijos skatinimas, prekės ženklo žinomumo kūrimas, naujų produktų pristatymas, patirties atskleidimas, dalijimasis tvarumo iššūkiais ir patirtimi, įmonės komandos skatinimas, naujų darbuotojų paieška, ryšių kūrimas su vietos bendruomenėmis ir daugiau kitų.

1 komunikacijos tikslas:

2 komunikacijos tikslas:

3 komunikacijos tikslas:

4 komunikacijos tikslas:

Kai nustatomi socialinių ryšių tikslai, išplėstinis tinklų planas apima šiuos veiksmus:

- ✓ Tinkamų socialinių tinklų pasirinkimas;
- ✓ Turinio kūrimo plano kūrimas;
- ✓ Socialinių tinklų administravimo pareigų nustatymas.

Šioje sesijoje dalyviai turi susieti savo socialinės žiniasklaidos tinklą atlikdami aukščiau nurodytus veiksmus.

Tinkamos socialinės žiniasklaidos svetainės pasirinkimas turėtų atspindėti kanalo tipą, kuris suteiks pridėtinės vertės jūsų įmonės rinkodaros tikslams ir sudomins tikslinius klientus: LinkedIn, Instagram, Facebook, Pinterest, Google+, YouTube, TikTok ir kt.

PASIRINKITE TINKAMAS SOCIALINĖS MEDŽIAGOS SVETAINES, SUSIJUSIAS SU TIKSLAIS: LinkedIn, Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube ir bet kurias kitas.

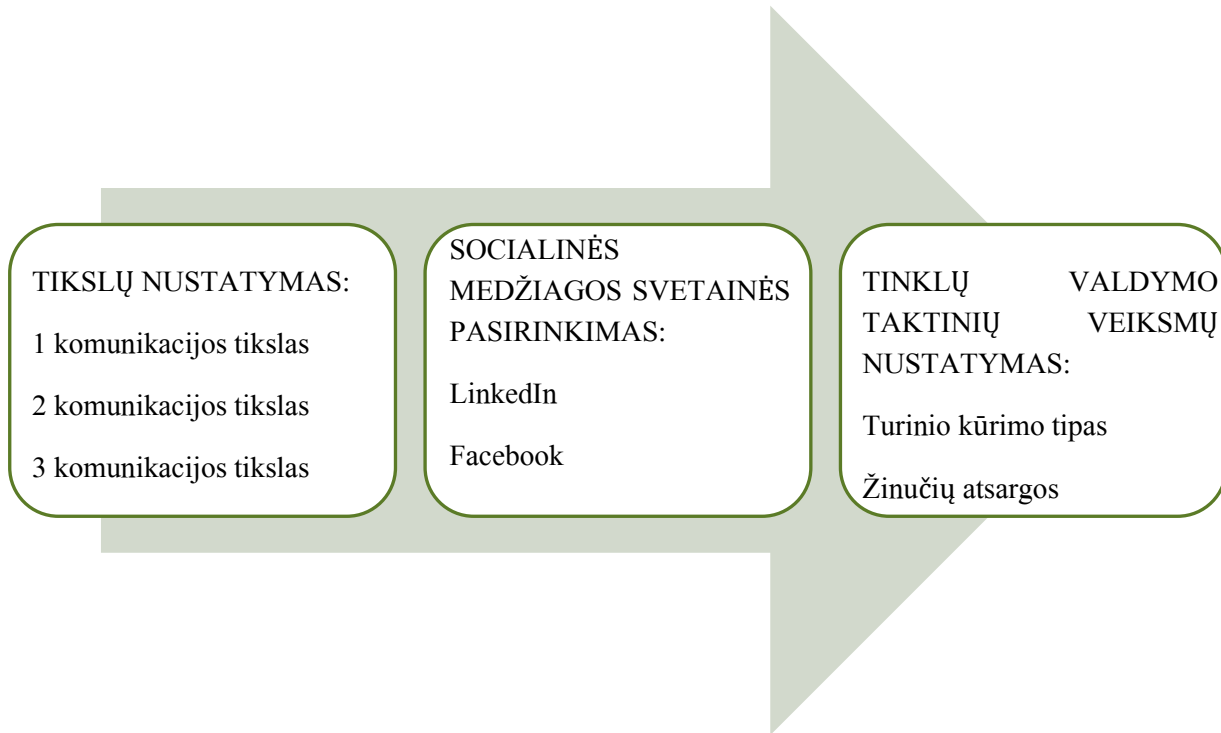
Turinio tipai, kuriuos galima planuoti socialiniam tinklui, gali būti:

- ✓ Artėjantys įmonės ir bendruomenės renginiai;
- ✓ Patarimai ir ekspertų patarimai klientams;
- ✓ Atitinkami / tiesioginiai įvykiai ir vaizdo įrašai;
- ✓ Atstovavimas verslo komandoms ir jų pasiekimams;
- ✓ Naujų prekių/paslaugų skelbimai;
- ✓ Nuorodos į klientus dominančias svetaines ir kt.

Be turinio tipo, dalyviai turi planuoti tinklų valdymo veiksmus. Sprendimai apima pranešimų dažnumo nustatymą, pagrindinius veiklos rodiklius, skirtus įvertinti numatomą vartotojo sąveiką, ir atsakomybės komandoje apibrėžimą.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Socialinėje žiniasklaidoje dalyviai ras paveikslėlių, parodantį strateginio tinklų kūrimo plano sudarymo etapus.



Paprašykite dalyvių pasirinkti jiems tinkamiausią būdą sudaryti strateginių sprendimų ir veiksmų žemėlapi. Galima užpildyti pasirinktas lentelės dalis, kurias verta padaryti nustatant geriausią socialinį tinklą. Jie turėtų suformuoti lentelę pagal jūsų užklausą / poreikį, ištrindami arba pridėdami stulpelius.

Socialinės žiniasklaidos svetainė	LinkedIn	Facebook	Instagramas	Pinterest	...
Bendravimo tikslas:					
Turinio tipas:					

Paskelbimo grafikas:					
Numatoma vartotojo sąveika:					
Atsakingas asmuo:					

Vietoj lentelės dalyviams gali būti pasiūlyta naudoti minčių sudarymo techniką, kad nubrėžtų jūsų valdomos socialinės žiniasklaidos tinklo strategijos žemėlapi.

Ką reikia padaryti, kad pasiruoštumėte šiai sesijai

Rekomenduotina žinoti įvairius socialinės žiniasklaidos kanalus, kad būtų pasiruošę dalyviams patarti, kaip svetainę suderinti su komunikacijos tikslu, ir, jei įmanoma, pasidalinti savo patirties istorijomis.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Visas socialinių tinklų planas turėtų būti parengtas ir pristatytas sesijos pabaigoje. Jis gali būti lentelės ar žemėlapio formos. Strategijos žemėlapis turi pateikti visą vertingų ryšių vaizdą, kad būtų pasiekti protingi verslo tikslai.

Kiti komentarai

Įsitikinkite, kad socialinės žiniasklaidos tinklas visiškai atitinka visą verslo tinklų strategiją ir palaiko verslo sėkmę.

Pabrėžkite, kaip svarbu nustatyti tinkamus ryšius, kad verslui būtų naudinga tvariai ir sumaniai.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://socialnetworking.lovetoknow.com/about-social-networking/five-steps-creating-effective-social-media-content-plan>

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Šiame seminare pasiektų rezultatų įvertinimas susideda iš šių kintamųjų:

- ✓ Gebėjimas taikyti strateginio valdymo įgūdžius, apibrėžiant teisingus verslo komunikacijos tikslus – 40 procentų bendro vertinimo.
- ✓ Įvairių jungčių ir žiniasklaidos kanalų verslo srityje privalumų ir trūkumų kritinis įvertinimas – 40 proc. bendro vertinimo.

- ✓ Pademonstruoti gebėjimai sudaryti pilną verslo komunikacijos veiksmų planą ar vizualizaciją – 20 procentų bendro vertinimo.

METODIKOS APRAŠYMAS

Minčių žemėlapių sudarymo technika reikalauja naudoti kūrybinius metodus, pasirinktus iš daugybės galimybių, įskaitant programėles.

Paieška Praktinėms užduotims atlikti galima naudoti įvairių tipų informaciją internete ar kituose verslo kataloguose.

Visos veiklos yra tarpusavyje susijusios. Visa 1 veikloje nustatyta strategija turi būti sukurta naudojant tinklo nustatymą abiem kryptimis: neprisijungus ir prisijungus. Esant poreikiui, galite atlikti papildomas veiklas, prašydami nustatyti internetinio tinklo strategiją, kaip planuoti įmonės interneto svetainės kūrimą. Labai rekomenduojama pabrėžti, kaip svarbu nustatyti tinkamus ryšius, kad verslas būtų tvarus ir protingas.

Šaltiniai / nuorodos

Deras, Aleksas. Kas yra tinklo strategija? <https://visiblenetworklabs.com/2021/03/01/what-is-a-network-strategy/>

<https://www.european-business.com/tips/networking-how-to-network-offline>

<https://startupnation.com/grow-your-business/offline-networking-essential-entrepreneurs/>

<https://socialnetworking.lovetoknow.com/about-social-networking/five-steps-creating-effective-social-media-content-plan>

3.3 MODULIS SOCIALINĖ MEDŽIAGA IR DALYVAVIMAS INTERNETE

Koks seanso tikslas? Bendras aprašymas

Šis modulis apims šiuos aspektus:

- ✓ savo skaitmeninio pėdsako kūrimą
- ✓ kaip būti atsakingam el
- ✓ įvairiose socialinės žiniasklaidos platformose
- ✓ ką daryti ir ko nedaryti socialiniuose tinkluose
- ✓ internetinės rinkodaros strategijos kūrimas naudojant SMART tikslų koncepciją, kuri padės pradėti verslą internete

Tai padės išvengti spąstų ir sustiprins buvimą internete.

Į šį modulį taip pat įtraukta praktinė sesija, kurios metu dalyviams bus suteikta galimybė susikurti patrauklias socialinių tinklų paskyras savo verslui ar pradžiai. Taip pat bus pateiktas vadovas, kuris padės dalyviams prižiūrėti šiuos portalus, nes jie padidins srautą į savo puslapius. Dalyviai taip pat galės dalyvauti internetinėje savęs vertinimo viktorinoje.

Šiame modulyje taip pat yra su socialine žiniasklaida susijusių terminų žodynėlis.

Mokymosi tikslai (susiję su mokymo programa / teorine dalimi)

Šiame modulyje dalyviai:

- ✓ sukurti skaitmeninį pėdsaką
- ✓ sužinoti apie įvairias socialinės žiniasklaidos platformas ir atitinkamą jų naudojimą
- ✓ sužinoti apie augančią klientų bazę
- ✓ suvokti spąstus, kurių reikia vengti
- ✓ išmokite kurti įdomų žiniasklaidos turinį, kad pritrauktumėte klientus
- ✓ sugebėti sušvelninti internetinius skundus ar nesutarimus

Trukmė

Šis modulis užtruks ne ilgiau kaip 3 valandas.

Taikomų metodikų sąrašas

Šiame modulyje taikoma stebėjimo / dalyvavimo metodas. Kaip teigė Mac an Ghail (1994), dalyvis stebėtojas renka duomenis dalyvaudamas kasdieniame tų, kuriuos studijuoja, gyvenime. „Šis metodas yra artimas kasdienei sąveikai, apimantis pokalbius, siekiant išsiaiškinti, kaip dalyviai interpretuoja situacijas, kuriose jie dalyvauja“ (Becker 1958, p. 652). Dalyvaujančio stebėjimo tikslas yra sukurti „tirpų aprašymą“ apie socialinę sąveiką natūralioje aplinkoje. Tuo pačiu metu informantai skatinami naudoti savo kalbą ir kasdienės sąvokas, kad apibūdintų tai, kas vyksta jų gyvenime. Tikimės, kad proceso metu susidarys adekvatesnis tyrimo aplinkos kaip socialinės sistemos vaizdas, apibūdinamas iš daugelio dalyvių perspektyvų (Geertz, 1973; Burgess, 1984). Kitaip tariant,

Dalyviai stebės, skaitys ir dalyvaus kuriant savo atitinkamas socialinių tinklų paskyras.

Apie mentorius

Projekto metu dalyvius kurs vietinis partneris ir jų komanda, kad jie būtų tikri, jog jie bus vadovaujami viso kurso metu. Turint omenyje dabartinę „Covid 19“ situaciją, kai bendravimas akis į akį gali būti apribotas, mentoriai, o globojamiems asmenims turėtų būti suteikta galimybė bendrauti internetu vienoje iš socialinės žiniasklaidos platformų, pvz., „Facebook Chat“, „LindkedIN“, „WhatsApp“, ar net el. paštu arba el. realiuoju laiku tokiose platformose kaip Zoom, Teams ir Google meet. Mentorius ir globojamo susitikimo metu, atsižvelgiant į jų poreikius, turėtų būti sudarytas planas, kaip tokia mentorystė turėtų vykti. Vietinis partneris taip pat turėtų turėti galimybę paskirti kitus mentorius iš vietos bendruomenės ar vietinių moterų organizacijų, kurie veiktų kaip savo dalyvių mentoriai.

Mentoriaus tikslas – padėti dalyviui augti kaip asmenybei ir tapti geriausia savo versija. Tai gali padėti dalyviams pasiekti savo asmeninius ar karjeros tikslus, kartu supažindinti juos su naujais mąstymo būdais, leisti jiems mesti iššūkį savo ribojančioms prielaidoms, taip pat pasidalinti vertingomis gyvenimo pamokomis, be kita ko.

1 VEIKLA Skaitmeninis pėdsakas

Trukmė

Pateiktų išteklių peržiūrai reikia maždaug 30 min. Nors įsigilinti į kiekvieną įrankį galima skirti daugiau laiko, siūloma skirti kelias minutes kiekvienam įrankiui ir užsirašyti, kas laikoma svarbia.

Žingsnis po žingsnio užduoties aprašymas

Ši veikla vadinama skaitmeninio pėdsako sumažinimu.

Norėdami atlikti šią veiklą:

- ✓ Paklauskite dalyvių, kokiomis socialinės žiniasklaidos platformomis jie naudojami
- ✓ Paklauskite dalyvių, kokios informacijos, jų manymu, apie juos galima rasti internete
- ✓ parodykite trumpą vaizdo įrašo šaltinį šiame modulyje – Jūsų skaitmeninis pėdsakas (<https://www.youtube.com/watch?v=6TUMHplBveo>)
- ✓ Skatinkite dalyvius aptarti savo jausmus, susijusius su asmens duomenų pateikimu internete. Kokiais duomenimis jie norėtų dalytis ir kokie duomenys, jų manymu, yra prieinami nenorėdami?
- ✓ Dalyviai įvertina savo skaitmeninį pėdsaką per šią internetinę viktoriną. Tai turėtų užtrukti maždaug 30 min. Patikrinkite savo skaitmeninį pėdsaką, kurį galite pasiekti šioje nuorodoje: <https://www.proprofs.com/quiz-school/personality/playquiz/?title=your-digital-footprint>

(NB: viktorina dalyviams gali būti prieinama spausdinta arba skaitmenine forma)

Dalyviams turėtų būti skirta apie 30 minučių, kad jie galėtų atlikti viktoriną. Dalyviai turėtų būti skatinami peržiūrėti savo rezultatus ir patariama atkreipti dėmesį į pagrindines išvadas. Po užsiėmimo turėtų vykti grįžtamojo ryšio sesija, kurioje dalyviai dalijasi ir aptaria savo išvadas ir visus viktorinos rezultatus.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://www.proprofs.com/quiz-school/personality/playquiz/?title=your-digital-footprint>

<https://www.proprofs.com/quiz-school/personality/playquiz/?title=your-digital-footprint>

<https://www.cybers3c.pt/a-sua-pegada-digital-atraves-de-osint>

2 VEIKLA: planuokite socialinę žiniasklaidą

Trukmė: nuo 1 iki 2 valandų

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Šios veiklos tikslas yra:





- ✓ suprasti, kaip veikia socialinė žiniasklaida
- ✓ ką gali pasiūlyti platformos
- ✓ kaip platformos gali būti naudojamos siekiant didesnio pelno

- ✓ sukurti planą, kuris padėtų dalyviams nuolat atnaujinti platformas.

Užsiėmimas suskirstytas į skirtingas dalis, kurių kiekviena suteiks dalyviui išsamų vaizdą apie atskiras kiekvieno socialinio tinklo funkcijas.

Dalyviui skirkite 5 minutes pratimui perskaityti, po to 10 minučių kiekvienam punktui atlikti. Po šios veiklos bus sudarytas įvairių platformų kontrolinis sąrašas, į kurį įtrauktos užduotys, kurias gali tekti atlikti kasdien, kas savaitę arba pagal poreikį. Dalyviams skirkite maždaug 60 minučių šiam kontroliniam sąrašui atlikti.

Medžiagos / Įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

<p>Lapai :</p> <p>1</p>	<h2 style="text-align: center;">DEFINE YOUR <i>target audience</i></h2> <div style="border: 1px solid white; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p>Demographics: <input type="checkbox"/></p> <p>Age Range: _____ Income Level: _____ # of Employees: _____</p> <p>Gender: _____ Education Level: _____ Type of Business: _____</p> <p>Occupation: _____ Industry: _____ Revenue: _____</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%; border: 1px solid white; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>Identify the challenges they're struggling with: <input type="checkbox"/></p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> </div> <div style="width: 45%; border: 1px solid white; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>Identify the most common questions they have (your sales team hears them all the time!): <input type="checkbox"/></p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> </div> </div> <div style="border: 1px solid white; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>★ PRO TIP: Focus your content and social posts on information that's relevant to your target audience. This is important: you don't want to annoy people or promote yourself too much!</p> </div> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">  </div>
<p>2</p>	<h2 style="text-align: center;">CREATE <i>interesting content</i> TO SHARE</h2> <div style="border: 1px solid white; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p>Address the pains of your target audience <input type="checkbox"/></p> <p>Answer frequently asked questions about your products, services, or industry <input type="checkbox"/></p> <p>Address common misconceptions about your industry <input type="checkbox"/></p> </div> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">    </div>

3

Facebook

Update Status | **Add Photos/Video**

What's on your mind?
Add a post to your company page _____ times per day

Promote your posts and offers using Facebook Advertising
Identify a monthly budget: \$ _____

- Promote content offers and blog posts to increase traffic to your website
- Promote your company page to increase awareness and fans
- Create an offer (discount, coupon, etc.) to drive sales

★ **PRO TIP:** Don't forget to tag people and pages in your posts

All Invites Saved Hosting **+ Create**

Add your events to your Facebook company page to help boost registration


Write a comment...

Respond to follower comments

Ask people to comment, like, or share posts Like

Use relevant **#hashtags** in your posts

4



Username
@Username

TWEETS **1892** FOLLOWING **453** FOLLOWERS **346**

What's happening?

Post at least _____ tweets per day

- Circulate blog posts
- Circulate content offers
- Include a call to action
- Attach images to tweets

Use Twitter Cards to embed rich media into your tweets and ramp up user interaction

★ **PRO TIP:** Add **#hashtags** so posts appear in trending topics

Retweet posts from influencers and followers

Follow _____ new people or companies weekly Follow

Read _____ articles posted by industry influencers and competitors to stay on top of trends

Monitor mentions and retweets

- Thank others for circulating your content
- Respond to complaints or support requests

Consider using Twitter polls to encourage interaction and learn more about your followers

Use promoted tweets
Identify a monthly budget: \$ _____

5

LinkedIn

Add company updates ___ times per week

- Keep tone professional
- Encourage event registration
- Circulate blog posts
- Circulate job postings
- Promote content offers

Scan industry groups for trends and news ___ times a week

- Respond to questions and comment on discussions
- Post relevant content offers and blog posts from your company and other sources (if group rules allow)

Update your company profile at least ___ times a month

- Upload or link to SlideShare presentations from speaking engagements
- Upload or link to non-confidential work samples
- Update relevant experience and certifications

Republish your original blogs on your personal LinkedIn Pulse

★ **PRO TIP:** Encourage your employees to establish a LinkedIn profile to help circulate company content to their professional network

Each week, review your calendar and connect with people you've met

- Customers
- Partners
- Colleagues
- Prospects

Ask for professional recommendations from customers and colleagues ___ times per month

Give professional recommendations to customers and colleagues ___ times per month

★ **PRO TIP:** Don't forget to use LinkedIn to research prospects and job candidates before meeting with them

6

YouTube

Find ___ new videos each week to share on Facebook, Twitter, and Google+

Subscribe to new channels in your industry ___ times a month

Plan a video that showcases an area of business expertise

★ **PRO TIP:** Keep the videos relevant to your industry, but don't forget to sprinkle in some fun

↑ What to Watch

- My Channel
- My Subscriptions
- History

Engage a videographer for company events—interview loyal customers and enthusiastic employees, and post testimonials to YouTube

Use cards and annotations as powerful calls to action to drive traffic and leads to

7

Pinterest

Get discovered by millions of people looking for things to plan, buy and do.

[Join as a business](#)

Follow ___ new inspiring boards each week from users related to your industry

★ **PRO TIP:** Make sure pins link back to your website to drive traffic

Each week, add ___ new pins and boards to your company page

- Infographics
- Images from blog posts (and link to the posts)
- Behind-the-scenes company photos
- Company videos and demos
- Memes with text displaying your company's philosophy

Always use keywords in your pin descriptions & board titles

Add boards that your clients would be interested in

8

Instagram

USERNAME ⚙️

212
posts

876
followers

149
following

Edit your profile

User Name

Add original content ___ times per week

Promote at least ___ posts from influencers and thought leaders each week

★ **PRO TIP:** Don't forget! Instagram has a native 15-second video component, which is the length of a TV commercial. Consider how you can tell stories and educate followers with this feature.

Add multiple, relevant hashtags to each post (Instagram will let you include up to 30 tags!)

Tell your company's story by posting:

- Images of your office
- Pictures of company events and parties
- Memes with text displaying your company's philosophy

Follow and feature at least ___ customers or followers per week

Follow

Content to add to Instagram:

- Photos
- Memes
- Infographics
- Videos/demos



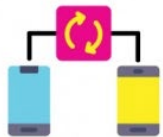
Your Ultimate Social Media Checklist

... tick away and feel proud!



Every day

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Check and update your posting calendar <input type="checkbox"/> Reply to comments and questions <input type="checkbox"/> Monitor your brand mentions online and react to them <input type="checkbox"/> Discover industry-related keywords and threads | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Check what your competitors are posting <input type="checkbox"/> Monitor industry news and hot topics <input type="checkbox"/> Discover trending hashtags <input type="checkbox"/> Monitor and comment on influencers' posts |
|---|--|




Every week




- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Synchronize with other teams' goals and upcoming activities <input type="checkbox"/> Create a posting schedule for the week | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Identify your competitors' best-performing posts <input type="checkbox"/> Track the results of your ongoing ad campaigns |
|---|--|






Every month




- Collect monthly stats*
- Analyze your competitors' social strategies**
- Compare your performance against your competitors'

- Identify your previous month's successes and integrate them into your social strategy
- Define the next month's ratio of educational and entertaining content to product content
- Research upcoming news and events that can be used to promote your product




Every quarter



- Review and evaluate the last quarter's KPIs and see where you stand
- Make sure your brand image is consistent across all social channels

- Conduct audience analysis to see if you are targeting the right people
- Set your goals for the next quarter
- Define your KPIs for the next quarter



* follower/engagement growth, your avg response time, social traffic

** best-performing channels, top posts, posting times

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

- ✓ dalyviai turėtų geriau susipažinti su įvairiomis socialinės žiniasklaidos platformomis
- ✓ dalyviai taip pat užpildys pateiktą kontrolinį sąrašą

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://www.semrush.com/blog/your-ultimate-social-media-checklist-semrush/>

<https://blog.hootsuite.com/social-media-audit-template/>

<https://www.emarketer.com/Chart/Methods-Used-Communicate-with-Customers-According-US-SMB-Professionals-Sep-2017-of-respondents/214982>

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

- ✓ dalyviai geriau susipažins su įvairiomis socialinės žiniasklaidos platformomis ir kaip jomis pasinaudoti
- ✓ dalyviai sukurs socialinių tinklų strategiją savo internetiniam verslui
- ✓ dalyviai sukurs daugybę socialinių tinklų profilių
- ✓ dalyviai sudarys savo kontrolinį sąrašą, kad padėtų jiems išlaikyti savo socialinės žiniasklaidos platformas
- ✓ dalyviai įvertins skaitmeninį pėdsaką naudodami pateiktą viktoriną

Metodikos aprašymas

Seminaras vyks akis į akį ir jame turėtų dalyvauti kuo daugiau dalyvių. Seminare aktyviai dalyvaus dalyviai per keletą diskusijų, taip pat bus naudojamas kontrolinis sąrašas ir kuriami įvairūs socialinės žiniasklaidos profiliai.

Kiti šaltiniai / nuorodos

- ✓ socialinės žiniasklaidos platformos verslui:<https://optinmonster.com/best-social-media-platforms-for-business/>
- ✓ socialinių tinklų rinkodara verslui:<https://www.wordstream.com/social-media-marketing>
- ✓ Socialinės žiniasklaidos patarimai mažoms įmonėms:<https://blog.hootsuite.com/social-media-tips-for-small-business-owners/>
- ✓ socialinė žiniasklaida mažoms įmonėms:<https://dr6j45jk9xcmk.cloudfront.net/documents/443/medi-booklet-social-media-accessible-e-final.pdf>

3.4 MODULIS TINKLŲ KŪRIMAS

Koks seanso tikslas? Bendras aprašymas

Šios sesijos metu sužinosime, kas yra tinklų kūrimas, kaip galime rasti tinklų kūrimo galimybių ir ką daryti ir ko nedaryti, kad būtumėte teisingame kelyje. Nurodysime įvairius tinklų renginių, kuriuose galime dalyvauti, tipus, ką turime pasiruošti prieš šiuos tinklų kūrimo renginius ir kaip elgtis, kai tik dalyvausime. Tai labai praktinis užsiėmimas, kurį reikia daryti ir ko nedaryti, kad galėtumėte kuo geriau išnaudoti savo tinklo patirtį.

Tinklų kūrimas yra socialinė ir ekonominė verslo veikla, kurios metu verslo žmonės ir verslininkai susitinka, kad užmegztų verslo ryšius ir atpažintų, sukurtų arba pasinaudotų verslo galimybėmis, dalintųsi informacija ir ieškotų galimų partnerių įmonėms. Visą gyvenimą užmegsite tinklo kontaktus, kurie išsivystys į santykius, įskaitant draugus, kolegas ir profesines perspektyvas. Norėdami prisijungti prie tinklo, turite eiti ten ir susitikti su žmonėmis.

Atsižvelgiant į tai, kad ne visi gimė ekstravertais ir puikiais bendraujančiais, sukūrėme keletą pratimų, kurie padės įveikti dvejonę pradant pokalbius su visiškai nepažįstamais žmonėmis.

Vaidmenų žaidimas ir verslo idėjos pristatymas kitiems dalyviams yra gera pradžia kovoti su nedrąsumu ir nerimu kalbant su nepažįstamais žmonėmis. Sukursime fiktyvų tinklinio renginio scenarijų, kuriame dalyviai turės galimybę praktiškai išbandyti tai, ko išmoko teorinės sesijos metu.

Mokymosi tikslai (susiję su mokymo programa / teorine dalimi)

- ✓ Sužinokite, koks yra tinklų kūrimo tikslas
- ✓ Sužinokite, kaip tinklų kūrimas gali padėti išplėsti verslo galimybes
- ✓ Raskite būdų, kaip įveikti savo nerimą kalbėdami su nepažįstamais žmonėmis
- ✓ Sužinokite apie įvairius tinklų renginius, kuriuose galite dalyvauti
- ✓ Sužinokite, kaip bendrauti ir jaustis užtikrintai užmegzdami ryšius
- ✓ Susipažinkite su įvairiais moterų tinklais Europoje

Trukmė

Šis seminaras truks 4 valandas.

Ką pedagogai turi padaryti, kad pasiruoštų užsiėmimui

Šiam užsiėmimui turėsite pereiti teorinę šio modulio dalį, kad galėtumėte gauti maksimalią naudą iš šio seminaro

Treneris, kuris yra aistringas tinklų kūrėjas, galės atlikti šį pratimą ir papasakoti anekdotus iš savo tinklų patirties.

Tai nusprendžiama pradžioje. Idealiu atveju šį seminarą vedantis instruktorius turėtų būti verslininkas arba asmuo, turintis didelę tinklų kūrimo patirtį. Tai ne apie teoriją, kaip teisingai užmegzti tinklą, o apie praktinį vadovą realiose tinklo situacijose

- ✓ Nešiojamas kompiuteris su stabiliu interneto ryšiu
- ✓ Popierius ir spalvoti rašikliai
- ✓ Atverčiamoji lenta (pasirenkama)
- ✓ Parengti scenarijai

Apie mentorius

Kiekvienam dalyviui bus paskirtas mentorius, kuris bus vadovaujamas viso kurso metu. Turint omenyje dabartinę „Covid 19“ situaciją, kai bendravimas akis į akį gali būti ribojamas, mentoriai ir auklėtiniai galės bendrauti internetu vienoje iš socialinės žiniasklaidos platformų, pvz., „Facebook Chat“, „LinkedIn“, „WhatsApp“, arba net el. realiuoju laiku tokiose platformose kaip Zoom, Teams ir Google meet. Kiekvienas mentorius ir auklėtinis aptars geriausią būdą užmegzti mentoriaus/mentuojamo santykius ir pagal savo poreikius parengs tinkamiausią planą. Vietinis partneris taip pat gali pasirinkti mentorius iš vietos bendruomenės arba ką nors iš vietinių moterų organizacijų, kurios veiktų kaip savo dalyvių mentorius.

Mentoriaus tikslas yra padėti jums augti kaip asmenybei ir tapti geriausia savo versija. Tai gali apimti padėti jums pasiekti asmeninius ar karjeros tikslus, supažindinti jus su naujais mąstymo būdais, mesti iššūkį jūsų ribojančioms prielaidoms, dalytis vertingomis gyvenimo pamokomis ir dar daugiau.

Kas yra geras mentorius?

Anot „virginstartup.org“, „geri mentoriai tikrai investuoja į verslo, kuriam jie padeda, sėkmę ir daro tai, kad perduotų savo žinias – ne todėl, kad tai duos jiems pelno ar pralenks“.

Kokius metodus ir strategijas gali panaudoti mentorius?

Viena iš veiksmingų strategijų yra „Speed Networking“. Iš ko jis susideda?

Kas yra greitas tinklas?

Kaip rašo „mixerseater.com“, „Speed Networking (Business Speed Dating) yra itin daug laiko taupantis ir efektyvus būdas užmegzti profesionalius kontaktus. Greitojo tinklo tikslas – paskatinti dalyvius užmegzti kuo daugiau ryšių.

Speed Networking idėja kilo 2000-ųjų pradžioje Tom Jaffee, kuris atnešė greitųjų pasimatymų koncepciją į įmonių pasaulį. Tačiau pagrindinis skirtumas tarp greitųjų pasimatymų ir greitųjų tinklų yra tikslas susitikti vienas su kitu. Nors greitųjų pasimatymų metu kiekvienas asmuo ketina sukurti vieną tinkamą ryšį, greitojo tinklo metu tikslas yra užmegzti kuo daugiau atitinkamų ryšių.

Kaip padeda greitas tinklas

„Profesinių ryšių užmezgimas yra nepaprastai svarbus žmonėms, norintiems plėsti savo verslą šiuolaikiniame pasaulyje. Todėl nenuostabu, kad vyksta daug tinklų renginių. Tokie įvykiai labai padeda asmenims, kurie šiaip jaučiasi pernelyg drovūs užmegzti vertingus ryšius. Greitojo tinklo renginio metu visi dalyviai susirinko tam tikram tikslui. Todėl profesinio pokalbio pradžia be malonių dalykų nėra vertinama kaip kažkas neįprasto.

Dalyviams greitųjų tinklų renginiai duoda daug naudos. Norėdami efektyviai valdyti savo karjerą, turite turėti daug profesinių ryšių. Tačiau, nepaisant didžiulio įvairių socialinės žiniasklaidos platformų prieinamumo, vis dar reikia susitikti su žmonėmis akis į akį, kad būtų užmegzti tikrai prasmingi ryšiai.

Greitojo tinklo renginys suteikia asmeniui prieigą prie daugybės asmenų įvairiose srityse. Profesionalai lengvai keičiasi kontaktine informacija per šiuos renginius ir kartais surengia būsimus susitikimus. Tai atveria duris potencialioms augimo galimybėms ir vertingoms partnerystėms. Kadangi visi dalyviai dalyvauja renginyje dėl vienintelio tikslo užmegzti ryšius, nereikia kalbėti. Tokių renginių metu kibti tiesiai į reikalus yra įprastas dalykas, kurį profesionalai vertina labai gerai.

Kaip organizuoti ir valdyti greitojo tinklo renginį

„Jei galvojate apie sėkmingo greičio tinklo renginio organizavimą, pirmiausia turite lavinti save. Planuodami greitojo tinklo renginį organizatoriai naudoja skirtingus metodus. Yra trys greitojo tinklo renginių organizavimo modeliai. Jie apima:

Apvalus Robinas

Tokiame modelyje sąveika vyksta iš anksto nustatyta seka, dėl kurios susitinkate su įvairiais žmonėmis. Susitikimai prasideda skambesiu, o šio pirmojo turo metu dalyviai keičiasi esmine informacija. Pasibaigus pirmam rundui, šeimininkas pradeda antrąjį turą. Vidutinis maksimalus kontaktų skaičius, kurį dalyvis užmezga per valandą trunkančią rato sesiją, yra 10. Tačiau nebūtina, kad visi sutikti dalyviai būtų iš atitinkamos aplinkos.

Stoties pagrindu

Tokio greičio tinklo modelio metu skirtingų dalyvių susitikimai nustatomi prieš renginį. Tai tampa įmanoma iš anksto dalyvių užpildytoje anketoje pasidalinus informacija. Dalyviai taip pat nustato, su kokiais specialistais jie norėtų susitikti per spartųjį tinklą. Vidutinis maksimalus kontaktų skaičius, kurį dalyvis užmezga per valandą trunkantį stoties seansą, yra 10.

Grupės pagrindu

Iš visų trijų modelių grupinis modelis yra efektyviausias. Technologiškai pažangus įrankis, pvz., MixerSeater, sukuria optimalią sėdynių sistemą. Kiekvienas stalas gali būti sudarytas iš 4-10 kėdžių, o dalyviai prie kiekvieno stalo turi tam tikrą laiką prisistatyti. Kadangi įrankis generuoja sėdimų vietų planą, skatinantį užmegzti vertingus ryšius, tikimybė sulaukti sėkmės tokių renginių metu yra labai didelė.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://www.virginstartup.org/>

https://www.mixerseater.com/speed_networking

1 VEIKLA Įveikti tinklų kūrimo baimę

Trukmė 1 val

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Pradėkite nuo šio vaizdo įrašo, pavadinto „Kaip prisijungti prie tinklo kaip profesionalas“, spustelėdami <https://www.youtube.com/watch?v=REA8Ac486O0>

Pasibaigus vaizdo įrašui, tarpininkas perskaitys išgalvotą tinklo renginio scenarijų ir įtrauks išsamią šio įvykio priežastį bei kitą svarbią informaciją.

Dalyviai skirs 10 minučių užrašydami, ką norėtų pasakyti, šmaikščias įžangines eilutes ir suplanuos atitinkamus bei būdus, kaip užmegzti ryšius su būsimais tinklo kontaktais.

Pasibaigus 10 minučių, erdvė bus atkurta taip, kad kuo labiau primintų tinklo renginį, o dalyviai pradės bendrauti ir kalbėtis su kitais kontaktais ir tinklo nariais. Tuo metu tarpininkas taip pat turėtų bendrauti ir pateikti savo indėlį. Šis etapas turėtų trukti apie 30 minučių.

Pasibaigus 30 minučių, dalyviai persigrupuos, sugrąžins į kambarį tvarką ir praleis 10–15 minučių apmąstydami pratimą, užsirašydami, ką išmoko, ir sukurs tolesnę strategiją.

Paskutinė šio pratimo dalis – apskritojo stalo diskusija, kurioje kiekvienas dalyvis papasakos apie savo patirtį atliekant šį pratimą, kiek informacijos jiems pavyko surinkti, taip pat apie savo sukurtą tolesnių veiksmų planą.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

„YouTube“ vaizdo įrašas: <https://www.youtube.com/watch?v=REA8Ac486O0>

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Tikimasi, kad dalyviai užbaigs keturis nuoseklius gero tinklų kūrimo etapus: tyrimą, požiūrį, tolesnę veiklą ir prašymą.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://www.youtube.com/watch?v=REA8Ac48600>

<https://blog.hubspot.com/marketing/networking-connections>

2 VEIKLA Tinklų kūrimo BINGO

Trukmė 1 val

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Išdalinkite čia pridėtą Networking BINGO darbalapį

Dalyviai turi užpildyti kiekvieną langelį parašdami savo atsakymą į raginimą; palaukite apie 2 minutes, kol tai baigsis.

Tada dalyviai užmezga ryšius, kalbasi su žmonėmis, kad atrastų ir dalintųsi abipusiais interesais, ir renka parašus iš žmonių, su kuriais randa bendrų dalykų.

Atsižvelgdami į grupės dydį ir skirtą laiką, informuokite mokinius, kiek minučių jie turi prisijungti prie tinklo. Laimi pirmasis mokinys, užpildęs visas 12 laukelių tinklelyje. Dauguma (jei yra) neužbaigs tinklelio.

- i. Variacijos su parašais: kiekvienam dalyviui leiskite po vieną parašą kvadrato, net jei keli dalyviai turi tą pačią savybę. Leiskite dalyviams gauti tik vieną parašą iš kito dalyvio, net jei jie turi daug bendrų dalykų.
- ii. Struktūros variantai: Dalyviai išsirikiuoja į dvi eiles vienas priešais kitą. Vienas asmuo veiks kaip „inkaras“. Nustatykite laikmatį ir leiskite mokiniams kiekvieną kartą, kai suskamba, pereiti prie kito mokinio, kol mokiniai bendraus su visais klasės draugais.

Apibendrinanti veikla aptariant tokius dalykus kaip:

- ✓ kas surinko daugiausiai parašų;
- ✓ kokį atitikmenį rasti buvo lengviausia;
- ✓ kokį atitikmenį rasti buvo sunkiausia;
- ✓ ar buvo praleistos tinklų kūrimo galimybės;
- ✓ visi BINGO elementai buvo susiję su darbu;
- ✓ kaip šios temos galėtų turėti įtakos ieškant darbo;
- ✓ peržiūrėkite klausimus darbalapio apačioje apie kitus padarinius, įskaitant socialinę žiniasklaidą ir internetinius tinklus / buvimą ir pasekmes

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Būtų idealu, jei dalyviai jau būtų perskaitę teorinę šio modulio dalį, kad galėtų praktiškai pritaikyti tai, ką perskaitė.

TINKLŲ BINGO DARBO LAPAS

Dalyvio vardas ir pavardė: _____

INDIVIDUALIAI

1. Atsakykite į kiekvieną raginimą (kaip tai susiję su jūsų gyvenimu ir patirtimi) kiekviename langelyje užrašydami atsakymą eilutėje „Aš“.

2. Šiai pratimo daliai atlikti turite 5 minutes.

GRUPĖJE

3. Atsistokite, vaikščiokite ir kalbėkite su žmonėmis. Tai vadinama „tinklo kūrimu“. Nustatykite asmenis, kurių atsakymas į kiekvieną langelį yra toks pat. Kai rasite ką nors, kas atitinka jūsų atsakymą, laukelyje parašykite jo vardą. Tinklėlyje to paties asmens vardas gali būti ne daugiau nei VIENĄ kartą.

4. Turite 10 minučių prisijungti prie tinklo ir užpildyti tinklėlį. Sušukite "BINGO!" kai užpildyti visi tuštumai.

BATŲ DYDIS	MEGSTAMIAUSIAS MAISTAS	Mėgstamiausias GYVŪNAS	STIPRIAUSI ĮGŪDŽIAI
Aš:	Aš:	Aš:	Aš:
_____	_____	_____	_____
Vardas:	Vardas:	Vardas:	Vardas:
_____	_____	_____	_____
JŪSŲ IDEALI KARJERA	DIDŽIAUSIA BAIMĖ	GIMTASIS MIESTAS	Silpniausias įgūdis
Aš:	Aš:	Aš:	Aš:
_____	_____	_____	_____
Vardas:	Vardas:	Vardas:	Vardas:
_____	_____	_____	_____
MĖGSTAMIAUSIA SPALVA	Mėgstamiausia MUZIKA	Mėgstamiausias hobis	GIMTADIENIO MĖNESIS
Aš:	Aš:	Aš:	Aš:
_____	_____	_____	_____
Vardas:	Vardas:	Vardas:	Vardas:
_____	_____	_____	_____

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyviai supras, kaip svarbu rasti bendrą kalbą ir remtis jos pagrindu užmegzti ryšius su kitais, siekiant karjeros sėkmės.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

http://www.wrksolutions.com/Documents/WhenIGrowUp/WIGU_PDFS/High-School/Lesson6-Networking-Bingo.pdf

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Ši sesija baigsis viktorina su atsakymų variantais. Teisingi atsakymai pažymėti geltonai.

Viktorina su keliais pasirinkimais

Q1. Tinklas yra:

- Bendravimas su kitais žmonėmis, siekiant keistis informacija ir užmegzti ryšius, ypač siekiant tęsti savo karjerą.
- Komponavimo, kalbėjimo, atlikimo ar aranžavimo veiksmas be išankstinio pasiruošimo.
- Proceso tęsimas be pertraukų.
- Ateities lūkestis. Potencialus klientas, investuotojas, mentorius ir kt

Q2. Improvizacija yra:

- Bendravimas su kitais žmonėmis, siekiant keistis informacija ir užmegzti ryšius, ypač siekiant tęsti savo karjerą.
- Komponavimo, kalbėjimo, atlikimo ar aranžavimo veiksmas be išankstinio pasiruošimo.
- Proceso tęsimas be pertraukų.
- Ateities lūkestis. Potencialus klientas, investuotojas, mentorius ir kt.

Q3. Vienas iš efektyvaus tinklo privalumų yra „patirties stiprintuvas“, o tai reiškia:

- Nors verta mokytis iš savo klaidų, veiksmingiau mokytis iš kitų klaidų.
- Kai sutinkate naujų žmonių, galite susidurti su žmonėmis, kurie galėtų tapti klientais arba pažįsta būsimum klientus
- Asmuo, kurį sutinkate jungdamasis į tinklą, gali nukreipti jus į paslaugų teikėją, kuris juos gerai aptarnavo.
- Kuo daugiau save pristatysite kitiems, tuo labiau pasitikėsite savo iniciatyva.

4 klausimas. Kitas efektyvaus tinklų kūrimo privalumas yra „verslo galimybių radaras“, o tai reiškia

- Nors verta mokytis iš savo klaidų, veiksmingiau mokytis iš kitų klaidų.

- b. Kai sutinkate naujų žmonių, galite susidurti su žmonėmis, kurie galėtų tapti klientais arba pažįsta būsimus klientus
- c. Asmuo, kurį sutinkate jungdamasis į tinklą, gali nukreipti jus į paslaugų teikėją, kuris juos gerai aptarnavo.
- d. Kuo daugiau save pristatysite kitiems, tuo labiau pasitikėsite savo iniciatyva.

Q5. Ką reiškia „profilio plėtiklis“?

- a. Kuo daugiau būsite ten ir susipažinsite su naujais žmonėmis, tuo jūsų įmonė taps žinomesnė.
- b. Kai sutinkate naujų žmonių, galite susidurti su žmonėmis, kurie galėtų tapti klientais arba pažįsta būsimus klientus.
- c. Asmuo, kurį sutinkate jungdamasis į tinklą, gali nukreipti jus į paslaugų teikėją, kuris juos gerai aptarnavo
- d. Kuo daugiau save pristatysite kitiems, tuo labiau pasitikėsite savo iniciatyva.

6 klausimas. Visos šios taisyklės yra veiksmingo tinklo kūrimo taisyklės, išskyrus:

- a. Išėik iš savo komforto zonos.
- b. Dėvėkite atmetimą kaip garbės ženklą.
- c. Tinklų kūrimą vertinkite kaip laisvo stiliaus lobių medžioklę
- d. Verslo pradžia

7 klausimas. Efektyvus tinklo ciklas apima visus šiuos dalykus, išskyrus:

- a. Užmegzkite naujus kontaktus
- b. Įvertinkite kontaktus
- c. Pirmenybę teikite tolesniam darbui
- d. Finansų planavimas

Q8. Jei pradėdate naują verslą ar įmonę, geriausias būdas pradėti yra nuo pagrindinių tinklo persiuntimų.

Tiesa

Netiesa

9 klausimas. Smulkaus verslo lyderiams ir verslininkams malonu kreiptis į verslo lyderius, kuriuos jie gerbia.

Tiesa / Netiesa

Q10. Svarbiausias sėkmingo pažangaus tinklo komponentas yra:

- a. Greitas, iniciatyvus stebėjimas

- b. Susitikimas su investuotojais
- c. Pradedant verslą
- d. Išlipimas iš savo komforto zonos

AŠTODOLOGIJOS APRAŠYMAS

ŽAIDIMAS VAIDMENIMIS

Pagal „yourdictionary.com“: „Vaidmenų žaidimas yra mokymo ar psichoterapijos technika, kai dalyviai prisiima ir atlieka vaidmenis, kad išspręstų konfliktus, praktikuotų tinkamą elgesį įvairiose situacijose ir pan.

Kokia jo nauda?

„Čia yra tik keletas pranašumų, kuriuos suteikiant vaidmenų žaidimui jūsų verslo mokymuose, apie kuriuos pranešta „trainingmag.com“:

- Ugdysite pasitikėjimą: kai jūsų komanda žaidžia vaidmenimis, galite jai mesti bet kokią skaičių situacijų. Vaidmenų žaidimas suteikia saugią aplinką pirmą kartą susidurti su šiais scenarijais, o tai ugdo komandos narių pasitikėjimą, kuris gali padėti jiems atlikti kasdienes vaidmenis.
- Ugdysite klausymo įgūdžius: norint gerai žaisti vaidmenimis, reikia gerų klausymo įgūdžių. Be to, kad suprastumėte kito asmens žodžius, svarbu atkreipti dėmesį į kūno kalbą ir neverbalinius patarimus. Geriau, kad jūsų komanda ugdytų šiuos įgūdžius žaisdama vaidmenimis, nei tada, kai jie bando pasirodyti realiame pasaulyje.
- Kūrybingas problemų sprendimas: kad ir kokią keistą situaciją sukurtumėte kontroliuojamoje aplinkoje, paprastai darbe gali įvykti kažkas dar keistesnio. Vaidmenų žaidimas suteiks jūsų komandai galimybę įgyti patirties sprendžiant sudėtingas situacijas ir ugdant kūrybingus problemų sprendimo įgūdžius.

APVALIOJO STALO DISKUSIJA

Pagal „Merriam Webster's žodyną“, apskritojo stalo diskusija yra „konferencija, skirta diskusijai ar svarstymui, kurioje dalyvauja ir keli dalyviai: tokios konferencijos dalyviai“.

Toliau pateikiami apskritojo stalo diskusijos pranašumai, rašoma „The boss magazine.com“:

- **„Kiekvienas gali mokytis iš savo bendraamžių**

Apskritojo stalo diskusijos yra puikios, nes suteikia galimybę visiems dalyviams – ir auditorijai, jei tokia yra – mokytis iš bendraamžių grupės. Užuoat girdėję vieno, dviejų ar trijų žmonių pokalbius, dalyviai gali keistis informacija su šešiais–dvylika žmonių. Tai reiškia, kad daugiau žmonių gali pateikti naudingų klausimų, anekdotų ir duomenų.

„Vienas vadovas, dalyvavęs apskritojo stalo diskusijose su geriausiais BRO iš visos šalies, pažymėjo, kad dalyviai buvo labai naudingi, nes visi buvo „skaidrūs ir atviri mokymuisi“. Tinkamu požiūriu kiekvienas prie stalo sėdintis žmogus gali pasiūlyti vertingų įžvalgų ir įgyti perspektyvos iš savo bendraamžių. Tai puikus būdas įveikti iššūkius, susijusius su pagrindine tema, todėl visi pasitraukia praplėtę savo supratimą.

- **„Moderatoriai gali užtikrinti, kad viskas vyktų**

Apskritojo stalo diskusijos turi patrauklų pokalbio pobūdį. Jei pokalbis vyksta sklandžiai, tarp dalyvių kils daug vertingų pasidalijimų. Kaip pažymi „Pol Everywhere“, geri apskritojo stalo diskusijų moderatoriai gali mandagiai atkirsti žmones, jei reikia, ir taip pat atkreipia dėmesį į mažiau dėmesio sulaukiančius žmones.

Kai pokalbis vyksta sklandžiai, tai yra nuostabus dalykas ir suteiks dinamiškumo bet kokiam renginiui ar konferencijai.

- **„Apskritieji stalai leidžia pažvelgti į skirtingus požiūrius**

Tam tikri dalykai gali būti ginčytini. Labai retai, jei ne visiškai neįmanoma, visi tam tikrame renginyje dalyvaujantys tam tikra tema jaučiasi taip pat. Tačiau apskritojo stalo susitikimai gali palengvinti sąžiningas diskusijas tarp dalyvių, turinčių skirtingą patirtį ir požiūrį.

Kaip rašo žurnalas „Darling Magazine“, apskritojo stalo diskusijos gali leisti mums išgirsti iš žmonių, „kurius iš pradžių laikome neprilygstamais“. kažkas, kas susiję su pagarbiu dalykų sumaišymu prie stalo, labiau sujungia pozicijas nei, tarkime, įtempta klausimų ir atsakymų sesija arba konfrontuojanti žmonių grupė, nesutinkanti vieni su kitais.

- **„Apskritasis stalas suardo hierarchijas**

Pagalvokite apie tipišką stalą vadovų posėdžių salėje. Tikriausiai įsivaizduojate ilgą stalą su kėdėmis. Yra akivaizdus kambario, kuriame sėdi oficialus ar neoficialus vadovas, vadovas. Žmonės netgi gali sėdėti mažėjančia svarbos tvarka.

Dalyvių susodinimas prie apskrito stalo suteikia kambariui labai skirtingą pojūtį. Tai teisingiau. Nėra lyderio. Šis pristatymo formatas skatina visus kalbėti, nepaisant jų pavadinimo. Jei esate pakviestas prie stalo, esate toks pat svarbus kaip ir bet kuris kitas ten sėdintis asmuo. Įprastos hierarchijos suskaidymas gali labai padėti palengvinti įdomų pokalbį, paversti naujus akmenis, kai žmonės jaučiasi patogiai prisidėdami prie bendradarbiavimo diskusijos

Galite sustiprinti savo kitą renginį planuodami sveiką paskaitų, diskusijų ir apskritojo stalo derinį. Kiekvienas skirtingas formatas dalyviams ir auditorijos nariams suteikia unikalių pranašumų, todėl nepamirškite įtraukti jų, kai sudarote savo sudėtį.

ŽAIDIMAS.

Anot „biworldwide.com“, „žaidimų mechanika įtraukiama į ne žaidimų aplinkas, tokias kaip svetainė, internetinė bendruomenė, mokymosi valdymo sistema ar verslo intranetas, siekiant padidinti dalyvavimą. Žaidimo tikslas – užmegzti ryšius su vartotojais, darbuotojais ir partneriais, įkvėpti bendradarbiauti, dalytis ir bendrauti.

Kaip teigiama svetainėje „elearning industry.com“, „Žaidimas mokymosi metu yra naudingas ir besimokančiajam, ir treneriui.

Didelė žaidimų privalumas yra ta, kad mokiniai jaučia atsakomybę už savo mokymąsi ir yra labiau atsipalaidavę: jie žino, kad nesėkmės atveju gali bandyti dar kartą. Įrodytas faktas, kad dopaminas, malonumą

teikianti cheminė medžiaga, išsiskiria, kai žmonės daro ką nors, kai rezultatas neaiškus, arba kai jiems smagu. Gamifikacija įvykdė abu ir išskiria pakankamai dopamino, kad paskatintų juos tęsti, taip pat padidina išlaikymą, nes jie jaučiasi labiau susiję su medžiaga. Gamifikacija galiausiai paverčia „reikia mokytis“ į „noriu mokytis“.

Kitas privalumas yra tai, kad studentų mokymasis yra labiau matomas dėl anksčiau minėtų „pažangos rodiklių“. Žaidimas taip pat gali atskleisti labiau būdingą mokymosi priežastį. Mokymasis vyksta ir todėl, kad mokiniams yra patogiau žaisti žaidimų aplinkoje nei įprastoje klasėje.

Gamifikacija taip pat turi naudos realiose situacijose, su kuriomis susidurs studentai dirbantys. Vienas didelis žaidimų pranašumas yra jo gebėjimas išmokyti mokinius mokytis ir mąstyti. Šie įgūdžiai virsta realaus pasaulio įgūdžiais, tokiais kaip laiko valdymas, konkurencija ir bendravimas, skatina kūrybiškumą ir vaizduotę. Žaidimas yra dalijimasis, o besimokančiojo pasitikėjimas ugdomas naudojant bendradarbiavimo priemones. Kai mokiniai žaidžia grupėse, tai sustiprina smegenų funkciją ir skatina sveiką smegenų veiklą. Nesvarbu, kokia forma jie būtų, žaidimo mokymasis yra neįtikėtinas ugdymo metodas ir turi viską – švietimą, mokymąsi ir vertinimą – visa tai dinamiškoje mokymosi aplinkoje.

Šaltiniai / nuorodos

<https://quizizz.com/admin/quiz/5dee4d0dd35f40001b57834c/networking>

<https://www.yourdictionary.com/role-playing>

<https://trainingmag.com/3-benefits-of-making-role-play-part-of-training/>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/roundtable>

<https://thebossmagazine.com/roundtable-discussions/>

<https://elearningindustry.com/social-networking-impact-learning-gamification-communication-key>

4 MODULIS VERSLO FINANSAI IR NAUJOS FINANSINĖS PRIEMONĖS



4.1 MODULIS VERSLO FINANSAVIMAS ĮVADAS

Koks šios sesijos tikslas? Bendras aprašymas:

Šios sesijos metu apžvelgsite bendrą įmonės finansų valdymą. Sužinokite, kaip naudoti įvairias šiuolaikines finansines priemones ir metodus, taip pat skirtingus metodus ir strategijas pelnui gauti. Tiksliau, peržiūrėsite šiuos dalykus:

- ✓ Finansų valdymas
- ✓ Investicijos
- ✓ Finansavimo galimybės
- ✓ Sprendimai dėl dividendų
- ✓ Skolos grąžinimo strategija
- ✓ Tvaraus finansavimo galimybės
- ✓ Skaitmeniniai finansiniai įrankiai ir paslaugos Rėmimas.
- ✓ Sutelktinis finansavimas.
- ✓ Mikrofinansavimas.
- ✓ Valstybinės ir privačios lėšos.

Mokymosi tikslai

- ✓ nustatyti bendrą jų įmonėje turimo turto sumą.
- ✓ sudaryti šį turtą su įmonės rizikos kompleksais.
- ✓ pasirinkti tokius lėšų šaltinius, kurie sukurs optimalią kapitalo struktūrą.
- ✓ nuspręsti, kaip paskirstyti arba išlaikyti savo verslo pelną.
- ✓ su savo pinigais priimkite teisingus sprendimus, kad daugiau nesiskolintų.

Trukmė 3 valandos

Ką turi padaryti pedagogai, kad pasiruoštų užsiėmimui

- ✓ Finansų valdymo ir apskaitos srities kompetencijos
- ✓ Patirtis vedant mokymus verslo vadybos srityje
- ✓ Išugdyti bendravimo ir tarpasmeniniai įgūdžiai
- ✓ Žinios apie finansinius įstatymus šalyje, kurioje jie veda mokymus
- ✓ Išstudijuokite teorinę medžiagą
- ✓ Paruoškite praktinę veiklą
- ✓ Peržiūrėkite PowerPoint ir dalomąją medžiagą

- ✓ Per Power Point pristatymus bus aiškios nuorodos į teorinę medžiagą ir dalyvių nukreipimas į tam tikras mokymo programos sritis.

Užsiėmimai taip pat bus pateikiami su aiškiais nuorodomis į mokymo programos dalis, į kurias jos kalba .

Apie mentorius

Mentoriai turėtų turėti žinių apie finansinius skaičiavimus būtent šiam skyriui. Dėl šios priežasties rekomenduojama prieš užsiėmimus atidžiai išnagrinėti priemones ir kryptis, kurios bus naudojamos veikloje. Vykdamas veiklą, kuriai reikia naudoti specialias priemones, mentoriai turėtų iš anksto išsiaiškinti, kaip naudoti priemones.

Tiksliau, mentoriai turi:

- ✓ Prireikus teikite stažuotojams paramą ir patarimus
- ✓ Vadovaukitės mokymo sesijų tikslais ir uždaviniais, kad juos pasiektumėte
- ✓ Įvertinkite stažuotojų atliktus darbus
- ✓ Skatinkite mokinius taikyti komandinį darbą
- ✓ Jei reikia, pasikonsultuokite su mokiniais ir po treniruotės
- ✓ Skatinkite stažuotojus pradėti savo verslą

1 VEIKLA SAUGIŲ INVESTICIJŲ IR RIZIKINGŲ INVESTICIJŲ NUSTATYMAS

Trukmė Įvert. laikas: 30 minučių

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Mokytojas dalija mokiniams įvairius finansinius dalykus ir paprašo užpildyti lentelę su pinigų suma, kurią jie turi investuoti. Jie turės užpildyti diagramos tuščias vietas:

- ✓ Gražinimas, kuris bus uždirbtas
- ✓ Pelnas/nuostolis (per metus uždirbta pinigų suma)
- ✓ Iš viso, tai yra pradiniai investuoti pinigai ir pelnas / nuostolis

Remdamiesi surinktais duomenimis, jie turi klasifikuoti kiekvieną produktą kaip saugią ar rizikingą investiciją.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Dalyviai užpildo dokumentą, kuriame yra finansinės priemonės (čekiai, taupomosios sąskaitos, pinigų rinkos sąskaitos, indėlių sertifikatai, hipotekos, būsto paskolos, paskolos automobiliui, asmeninės paskolos, kreditinės kortelės, debeto kortelės, bankomatų kortelės, kasos čekiai, pinigų pavedimai, Užsienio valiuta, Keitimas, Seifai) pagal taisykles. Pagal gautus duomenis išskiriamas saugus ir rizikingas.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Pagrindinis konkretus rezultatas yra dokumentas, kuris bus gautas pasibaigus veiklai. Šiame dokumente bus išmoktos finansinės priemonės ir jos skirstomos į saugias arba rizikingas.

2 VEIKLA SUPRASTAS FINANSINĖ ANALIZĖ

Trukmė Num. laikas: 80 min.

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Finansinės analizės tikslas yra nustatyti, ar verslas yra stabilus, mokus, likvidus ar pakankamai pelningas, kad pateisintų finansinę investiciją. Jis naudojamas vertinant ekonomikos tendencijas, nustatant finansinę politiką, plėtojant ilgalaikius įmonės tikslus, ieškant galimų investicinių projektų ar firmų.

1. Apsilankykite <https://igostartup.com/>
2. Pasirinkite finansinį paketą ir spustelėkite Pirkti
3. Naudokite kupono kodą STARTUPNOW
4. Gaukite „iGoStartup“ nemokamai!
5. Užpildykite internetinį įrankį visais reikalingais duomenimis (įskaitant pateiktus ankstesnio pratimo duomenis) ir gaukite išsamią individualizuotą ataskaitą, kuri padės atlikti būtinus verslo finansinės analizės veiksmus.
6. Pateikite analizę savo klasės draugams ir paaiškinkite jos akcentus bei svarbą.

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Be Verslo finansų ir naujų finansinių įrankių modulio bei teorinės dalies, platforma (<https://igostartup.com/>), kurie bus naudojami šioje veikloje, padės dalyviams.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Dalyviai turėtų panaudoti kritinį mąstymą ir suvokti konkrečią finansinės ataskaitos formą ir jos atitiktį jų verslo sričiai, kad sėkmingai pasiektų norimą rezultatą, įgydami praktinės patirties naudojant šiuolaikines finansines priemones.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://www.investopedia.com/terms/f/financial-analysis.asp#:~:text=The%20goal%20of%20financial%20analysis,projects%20or%20companies%20for%20investment.>

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Mokymosi rezultatų matavimo metodą atliks finansų ekspertas, tikrindamas konkrečius rezultatus. Kita vertus, tie, kurie vertins, gali patikrinti iš žemiau esančios platformos.

(<https://igostartup.com/dashboard/financial-pack/fn04>)

METODIKOS APRAŠYMAS

Dalyviai bus tiesiogiai įtraukti į procesą, kad galėtų juos pritaikyti prie proceso ir paspartintų mokymosi procesus. Šiame kontekste bus naudojama mokymosi darant metodika.

4.2 MODULIS ANALITINĖ APSKAITA

Koks šios sesijos tikslas? Bendras aprašymas

Šio kurso metu sužinosite apie apskaitos principus ir kaip naudoti balansą bei pelno (nuostolio) ataskaitą, kad susidarytumėte aiškų įmonės finansinės būklės vaizdą. Taip pat sužinosite, kaip stebėti išlaidų ir pajamų sąskaitas pagal kategorijas, kad apskaičiuotumėte pelną ir nuostolius pagal veiklą.

Tiksliau apžvelgsite šiuos dalykus:

- ✓ Kiekvienos prekės ir paslaugos linijos apibrėžimas
- ✓ Išlaidos ir nauda
- ✓ Augimas (kur norime būti po 3 metų)
- ✓ Praktika su tikrais atvejais
- ✓ Sąnaudų ir reikalingų išteklių įvertinimas (IG, ROE, ROS...)
- ✓ Finansinis planas

Mokymosi tikslai (susiję su mokymo programa / teorine dalimi)

Baigę šią sesiją dalyviai galės:

- ✓ Pradėkite mąstyti ekonomiškai.
- ✓ Supraskite pagrindines temas, kurios gali turėti įtakos finansiniam planui
- ✓ Peržiūrėkite visų tipų išlaidų pavyzdžius organizacijoje.
- ✓ Padėkite savo ilgalaikę strateginių sprendimų viziją tinkama kryptimi
- ✓ tinkamai panaudoti savo verslo lėšas, kad pasiektų turto didinimo ir rizikos mažinimo tikslą.
- ✓ Realių išlaidų apskaičiavimas
- ✓ Rizikos matavimas
- ✓ Sujungta su valdymo ir rinkodaros sprendimų skyriumi.

Trukmė 4 valandos

Ką turi padaryti pedagogai, kad pasiruoštų užsiėmimui

- ✓ Finansų valdymo ir apskaitos srities kompetencijos
- ✓ Patirtis vedant mokymus verslo vadybos srityje
- ✓ Išugdyti bendravimo ir tarpasmeniniai įgūdžiai
- ✓ Žinios apie finansinius įstatymus šalyje, kurioje jie veda mokymus

- ✓ Visuose „PowerPoint“ pristatymuose bus aiškios nuorodos į teorinę medžiagą, taip pat dalyviai bus nukreipiami į konkrečias mokymo programos sritis. Aprašant veiklas bus daroma nuoroda į mokymo programą. Kita vertus, mentoriai ištaisys klaidas ir išplės dalyko apimtį, remdamiesi submoduliu.

Apie mentorius

Mentoriais turėtų būti žmonės, turintys žinių apie išlaidų planavimą ir analitinę apskaitą, galintys kontroliuoti skaičiavimus ir aiškiai perteikti procesą.

Tiksliau, mentoriai turi:

Prireikus teikite stažuotojams paramą ir patarimus

- ✓ Vadovaukitės mokymo sesijų tikslais ir uždaviniais, kad juos pasiektumėte
- ✓ Įvertinkite stažuotojų atliktus darbus
- ✓ Skatinkite mokinius taikyti komandinį darbą
- ✓ Jei reikia, pasikonsultuokite su mokiniais ir po treniruočių
- ✓ Skatinkite stažuotojus pradėti savo verslą

1 VEIKLA Planuokite savo išlaidas

Trukmė 50 minučių

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Šioje pamokos dalyje besimokantieji daugiausia dėmesio skiria taupymo strategijoms ir biudžeto planavimui. Finansų planavimas padeda įmonėms nustatyti, ar jos sėkmingai įgyvendins savo tikslus ir pasieks bendrą finansinę sėkmę. Jis padeda užtikrinti įmonės finansinę ateitį, nustatant finansinius tikslus ir jų prioritetus, taip pat nubrėžiant procedūras, būtinas jiems pasiekti.

Siekdamas supažindinti su pajamų ir išlaidų stebėjimo svarba, mokytojas paleidžia trumpą humoristinį vaizdo įrašą. Po to mokytojas užduoda mokiniams šiuos klausimus (10'):

- ✓ Ką manote apie vaizdo įrašą?
- ✓ Ar tau taip kada nors nutiko?
- ✓ Ar kada nors atidarėte piniginę, radote ją tuščią ir nežinojote, kur dingo visi jūsų pinigai?
- ✓ Ar planuojate savo išlaidas? Kodėl gi ne)? Jei darai, kaip tai darai?
- ✓ Kas yra biudžetas? Ar kada nors sudarote biudžetą – pajamų ir išlaidų sąrašą?
- ✓ Kam leidžiate pinigus?

Po šios diskusijos besimokantieji turi 20 minučių savo mėnesio biudžetui sudaryti.

Jie turi apimti:

- ✓ jų pajamų
- ✓ išlaidos (maistas, nuoma, automobilis, vaikai – priklausomai nuo situacijos)

- ✓ taupymo tikslas (-ai): kaip jie gali sutaupyti pinigų kiekvienoje kategorijoje – jei gali

Jie gali sukurti savo biudžeto sudarymo šabloną arba naudoti tą, kuris pateiktas darbalapyje – biudžeto planavimo priemonėje (turi būti pateikta).

Baigę savo biudžeto planą, mokiniai įvertina veiklą atsakydami į šiuos klausimus:

- ✓ Ar ši veikla jums buvo naudinga?
- ✓ kas tau patiko labiausiai?
- ✓ Kas tau nepatiko?
- ✓ Ką sužinojai?
- ✓ Ko norėtum išmokti?

Vaizdo įrašas: <https://www.youtube.com/watch?v=6z2AXJVhNaI>

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Šioje skiltyje po vaizdo įrašo, kuris bus parodytas dalyviams, bus užduodami keli klausimai. Po atsakymų į šiuos klausimus ir diskusijų aplinkos bus pateiktas šablonas, skirtas patiems planuoti biudžetą.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Norėdami sėkmingai atlikti šią užduotį, dalyviai turi laikytis ekonominio požiūrio, atlikti realių išlaidų skaičiavimus ir išanalizuoti visus pagrindinius dalykus, kurie gali turėti įtakos finansiniam planui.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://www.bizinfong.com/business/importance-of-financial-planning-for-business/#:~:text=Financial%20planning%20helps%20companies%20to,goals%20and%20overall%20financial%20success.&text=Tai%20padeda%20saugoti%20žingsnius%20siekti%20tokių%20tikslų.>

2 VEIKLA Kaip valdyti verslą ir gauti pelno

Trukmė 2 valandos

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Norint pradėti pelną valdant savo verslą, būtina turėti tikslų finansų planavimo ir skaičiavimo žinių. Norint stebėti finansinį planavimą, būtinas pagrindinis pagrindinių apskaitos principų supratimas. Biudžeto prognozėje itin svarbu pažymėti numatomas pajamas, tiesiogines ir netiesiogines išlaidas, pastoviasias ir kintamąsias sąnaudas bent trejiems ateinantiems metams.

Šioje pamokos dalyje besimokantieji bandys planuoti finansus atidarydami savo verslą virtualioje platformoje.

PUSH platforma yra platforma, kurioje vartotojai gali susikurti ir valdyti savo iššokančiąją parduotuvę, kuri siūlo realaus gyvenimo patirtį.

1. Registruokitės paspaudę <https://popup.test.arteneo.pl>.

2. Atsidariusiame puslapyje pamatysite 4 skirtingus vietos pasirinkimus. Sukurkite savo profilį! Galiausiai galite pradėti modeliavimą perskaitę kiekvieno aprašymą ir pasirinkę jums tinkamą vietą.
3. Pasirinkite, kuriuose renginiuose norite dalyvauti. Atminkite, kad kai kurie iš jų yra privalomi.
4. Priimkite sprendimus trijose srityse: produkto, rinkodaros ir personalo.
5. Atminkite, kad skirtuke Ataskaita galite matyti praėjusio laikotarpio rezultatų ataskaitą.
6. Žinokite apie visus apskaitos ir finansinius aspektus, į kuriuos turite atsižvelgti, kad išvengtumėte bankroto!

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Be išvardintų teorinėje dalyje, šioje veikloje bus naudojama speciali platforma – PUSH UP platforma. (<https://popup.test.arteneo.pl>.) Platforma turi būti naudojama vadovaujantis anksčiau pateiktomis instrukcijomis. Ši žaidimų platforma, kuri siūlo realią patirtį, siekia suteikti dalyviams bendrą supratimą apie savo verslo valdymą ir pelno gavimą.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Pagrindiniai konkretūs šios veiklos rezultatai – teisingai valdyti verslą platformoje ir stengtis gauti pelną bei nebankrotuoti. Nėra išvesties, kuriai reikia dokumentų.

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Rodiklis, kad besimokantieji supranta dalyką, yra tai, kad į juos atsakoma analizuojant problemas. Šiuo atžvilgiu seminaro pabaigoje jų gali būti paprašyta parašyti pastraipą, kurioje trumpai apibūdintų, ko jie išmoko per mokymus.

METODIKOS APRAŠYMAS

Dalyviai aktyviai dalyvaus procese, kad padėtų jiems prisitaikyti prie jo ir paspartintų mokymąsi. Šiuo atveju bus taikomas mokymosi darant metodas.

Šaltiniai / nuorodos

https://docs.infor.com/ism/5.x/en-us/ism_onlinehelp/cei1464154169202.html

4.3 MODULIS FINANSINIS SPRENDIMAS UŽ DARNAUS VERSLO.

Finansų valdymas iš esmės gali būti apibrėžtas kaip verslo plano sudarymo procesas, o paskui užtikrinimas, kad visi padaliniai eina teisingu keliu. Teisingas finansų valdymo nustatymas ir teisingų sprendimų priėmimas stiprina verslo tvarumą.

Šiame kontekste šio kurso dalyviai mokysis finansų planavimo. Jie išmoks, kokia turi būti kapitalo struktūra, kaip rasti ir panaudoti tinkamus finansavimo šaltinius, kaip paskirstyti ir panaudoti pelną.

Tiksliau, peržiūrėsite šiuos dalykus:

- ✓ Finansų valdymas
- ✓ Investicijos
- ✓ Finansavimo galimybės
- ✓ Sprendimai dėl dividendų
- ✓ Skolos grąžinimo strategija

Mokymosi tikslai (susiję su mokymo programa / teorine dalimi)

Baigę šią sesiją galėsite:

- ✓ nustatyti bendrą jų įmonėje turimo turto sumą.
- ✓ sudaryti šį turtą su įmonės rizikos kompleksais.
- ✓ pasirinkti tokius lėšų šaltinius, kurie sukurs optimalią kapitalo struktūrą.
- ✓ tinkamai panaudoti savo verslo lėšas, kad pasiektų turto didinimo ir rizikos mažinimo tikslą.
- ✓ nuspręsti, kaip paskirstyti arba išlaikyti savo verslo pelną.

Priimkite teisingus sprendimus naudodamiesi savo pinigais, kad daugiau nesiskolintumėte.

Trukmė4 valandos

Ką turi padaryti pedagogai, kad pasiruoštų užsiėmimui

- ✓ Finansų valdymo ir apskaitos srities kompetencijos
- ✓ Patirtis vedant mokymus verslo vadybos srityje
- ✓ Išugdyti bendravimo ir tarpasmeniniai įgūdžiai
- ✓ Žinios apie finansinius įstatymus šalyje, kurioje jie veda mokymus
- ✓ Išstudijuokite teorinę medžiagą
- ✓ Paruoškite praktinę veiklą
- ✓ Peržiūrėkite PowerPoint ir dalomąją medžiagą

Apie mentorius

Mentoriai, kurie remia dalyvius veikloje, turėtų turėti žinių apie finansinių sprendimų priėmimo procesą ir investicijų planą.

Tiksliau, mentoriai turi:

- ✓ Prireikus teikite stažuotojams paramą ir patarimus
- ✓ Įvertinkite stažuotojų atliktus darbus
- ✓ Skatinkite mokinius taikyti komandinį darbą
- ✓ Jei reikia, pasikonsultuokite su mokiniais ir po treniruotės

1 VEIKLA Finansinių sprendimų žemėlapis

Smegenų šturmas ir visų svarbių potemių nustatymas prieš priimant finansinį sprendimą padės išsiaiškinti jūsų investavimo priemonę. Prieš investuodami galite susikurti savo galimybes ir užsirašyti teigiamas bei neigiamas puses. Atlikdami šį pratimą naudodami grafiką jūsų verslo idėja taps įsimintinesnė.

Trukmė 1 valanda

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Norint aiškiai apibrėžti savo verslo idėją, kartais gali prireikti ją vizualizuoti ir išanalizuoti suskirstant į dalis. Kai parodome taip, idėjos labiau įsimena. Šiai veiklai galite naudoti mindmapping.com svetainę. Taip pat galite naudoti šį „miro“ minčių žemėlapio įrankį https://miro.com/app/board/uXjVOQxuEyg=?invite_link_id=307253439462

1. Užrašykite savo verslumo idėją (pagrindinę temą) puslapio centre ir sukurkite minčių žemėlapi.
2. Nustatykite potemes, kurios yra svarbios jūsų pagrindinei temai, ir sudėkite jas aplink ją.
3. Užrašykite antrines idėjas kiekvienai potemei, kad geriau suprastumėte jų pasiekiamumą.
4. Naudokite grafinius išteklius, kad diagrama būtų patogi ir lengvai įsiminama.
5. Minčių žemėlapis: <https://www.mindmapping.com/>

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Prieiga prie modulio 4.3 Finansinis sprendimas verslo tvarumui užtikrinti

Pagrindinė priemonė, kurią reikia naudoti šioje veikloje, yra minčių žemėlapis šioje platformoje - <https://www.mindmapping.com/> - https://miro.com/app/board/uXjVOQxuEyg=?invite_link_id=307253439462

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Pagrindinis konkretus rezultatas, kurį dalyviai turėtų parengti, yra finansinių sprendimų žemėlapis, kurį jie sukurs. Dalyviai turi susikurti savo finansines priemones minčių žemėlapyje ir nustatyti jų teigiamus ir neigiamus aspektus.

2 VEIKLA Investavimo plano rengimas

Trukmė 1 valanda ir 30 minučių

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Norėdami parengti investicijų planą, turite mokėti nustatyti pagrindinius verslo idėjos elementus, tokius kaip finansinė būklė, pagrindinius tikslus, kuriuos reikia pasiekti, ir laiko įvertinimą, tinkamiausias investicijų rūšis ir strategijas, kurias reikėtų įgyvendinti.

Atlikite toliau nurodytus veiksmus ir užbaikite pratimą:

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

1. Pagrindinių investicijų plano elementų nustatymas
2. Investicijų plano rengimas
3. Plano pristatymas
4. Treneris suteiks pagalbą viso proceso metu, kai to prireiks

Įkvėpimas <https://www.ruleoneinvesting.com/blog/how-to-invest/get-started-investing-with-these-10-steps/>

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Šios veiklos metu dalyviams bus pateiktas investicinio plano šablonas ir pristatymo šablonas.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Pagrindinis konkretus šios veiklos rezultatas bus investicijų planas, kurį parengs dalyviai. Be investicijų plano, prie konkrečių rezultatų galima priskirti ir dalyvio gautos informacijos apie finansų planavimą, biudžeto sudarymą, finansinės rizikos nustatymą, finansų valdymo tipus, investicijų rūšis ir finansavimą supratimą ir raišką.

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Pagrindiniai mokymosi pažangos rodikliai – išmokti ir paaiškinti, kas yra turto maksimizavimo ir rizikos mažinimo analizė bei parengti ir pristatyti investicijų planą, net jei jis ir nedetalus.

METODIKOS APRAŠYMAS

Dalyviai bus tiesiogiai įtraukti į procesą, kad galėtų juos pritaikyti prie proceso ir paspartintų mokymosi procesus. Šiame kontekste bus naudojama mokymosi darant metodika.

Per Power Point pristatymus bus aiškios nuorodos į teorinę medžiagą ir dalyvių nukreipimas į tam tikras mokymo programos sritis. Užsiėmimai taip pat bus pateikiami su aiškiais nuorodomis į mokymo programos dalis, į kurias jos kalba .

1. Pagrindinių investicijų plano elementų nustatymas
2. Investicijų plano rengimas
3. Plano pristatymas
4. Treneris suteiks pagalbą viso proceso metu, kai to prireiks

Įkvėpimas <https://www.ruleoneinvesting.com/blog/how-to-invest/get-started-investing-with-these-10-steps/>

4.4 MODULIS VERSLO PLANO KŪRIMAS

Koks šios sesijos tikslas? Bendras aprašymas:

Pagrindinis šio kurso tikslas – suteikti informacijos, kaip parengti verslo planą, atsižvelgiant į informaciją ir rezultatus, gautą kituose seminaruose.

Verslo plano tikslas – nustatyti, kaip bus įgyvendintas Jūsų socialinės įmonės (pelno ar ne pelno) projektas. Verslo plano tikslas gali būti „parduoti“ ar finansuoti projektą potencialiems investuotojams, arba jis gali būti verslo plano įgyvendinimo etapo vadovas. Jis gali būti naudojamas didinant ir plėtojant, taip pat pradiniam verslo etape.

- ✓ Verslo plano santrauka
- ✓ Ką įtraukti į verslo planą
- ✓ Verslo plano ir verslo plano drobės rengimo patarimai

Mokymosi tikslai (susiję su mokymo programa / teorine dalimi)

Baigę šią sesiją galėsite:

- ✓ Nustatykite pagrindinius verslo plano elementus.
- ✓ Sukurkite savo verslo plano santrauką, kad skaitytojai galėtų tai padaryti
- ✓ Supraskite verslo planą kaip visumą.
- ✓ Paruoškite tvarų verslo planą su tvirtu rinkodaros ir finansiniu planu.
- ✓ Į verslo planą integruoti finansines priemones, analitinius skaičiavimus, verslo valdymo procesą, finansinių sprendimų priėmimo procesą ir investicijų planą!

Trukmė 6 valandos

Ką turi padaryti pedagogai, kad pasiruoštų užsiėmimui

- ✓ Peržiūrėkite kitų modulių išvestis
- ✓ Kitų seminarų rezultatų skirstymas į kategorijas
- ✓ Finansų valdymo ir apskaitos srities kompetencijos
- ✓ Patirtis vedant mokymus verslo vadybos srityje
- ✓ Išugdyti bendravimo ir tarpasmeniniai įgūdžiai
- ✓ Išstudijuokite teorinę medžiagą

Apie mentorius

Kadangi šis skyrius yra verslo plano kūrimo sintezės etapas, pedagogai turi žinoti, kaip į šį procesą įtraukti kiekvieną išvestį. Todėl prieš seminarą svarbu peržiūrėti procesą. Būtina tiksliai ir aiškiai perteikti dalyviams, kaip kiekvieno seminaro metu gauti veiklos rezultatai bus panaudoti verslo plane.

Tiksliau, mentoriai turi:

- ✓ Priminti, kas buvo daroma kituose seminaruose, apibendrinti rezultatus
- ✓ Pateikite teorinę medžiagą.
- ✓ Veskite praktinius užsiėmimus
- ✓ Jei reikia, suteikite stažuotojams pagalbą ir patarimus.
- ✓ Sekite mokymų tikslus ir uždavinius, kad juos įvykdytumėte.
- ✓ Išnagrinėkite stažuotojų atliktus darbus.

- ✓ Skatinkite mokinius dirbti kartu.

1 VEIKLA Pagrindinių verslo plano elementų supratimas

Kai kurie pagrindiniai verslo plano elementai buvo išnagrinėti kituose seminaruose. Šiame skyriuje dalyviai bus mokomi, kaip rašyti verslo planą.

Trukmė 3 val

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Mokytojas dalyviams pateiks verslo plano šabloną. Tačiau dalyviai turėtų pasinaudoti visomis šios dalies programos metu įgytomis žiniomis. Dalyviams pateikiamame šablone turi būti užpildyta ši informacija:

1. Projekto idėja – produktai ar paslaugos
2. Vidinė verslo informacija (komanda, misija, vizija ir vertybės)
3. Investicijų planas
4. Ekonominis ir finansinis planas
5. Rinkodaros planas

Medžiagos / įrankiai, kuriuos jie ras platformoje ir kaip juos naudoti

Prieiga prie teorinės dalies informacijos ir kitų rezultatų. Be to, šios veiklos metu dalyviams bus pateiktas šablonas, kurį reikės užpildyti. Dalyviai turi užpildyti šį dokumentą raštu pagal informaciją, kurią jie įgijo kituose seminaruose.

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Pagrindinis konkretus šios veiklos rezultatas – kiekvieno dalyvio parengtas verslo planas. (Jeigu dalyviai realiame gyvenime neturi konkrečios verslo idėjos, dalyviai gali pasiskirstyti į grupes po 3 žmones ir atlikti grupinį darbą.)

2 VEIKLA Sukurkite savo verslo plano drobę!

Šioje veikloje bus kuriama aiškiai suprantama drobė su žiniomis, įgytomis iš ankstesnės veiklos. Išsamus verslo planas su finansine analize, žinoma, yra nedidelės apimties galimybių studija. Tai taip pat palengvina prieigą prie investuotojų ir finansavimo šaltinių. Tačiau kuriant verslo plano drobę visa informacija sujungiama ir pateikiamas paprastas verslo plano supratimas.

Trukmė 2,5 val

Žingsnis po žingsnio aprašymas

Čia bus sukurta viena drobė naudojant informaciją iš ankstesnių veiklų:

1. Įeikite į <https://voil.startup.ngo/> platformą

2. Eikite į „Laboratorijos“
3. Pasirinkite Bendro kūrimo ir transformavimo laboratoriją
4. Pasirinkite Verslo modelį ir įveskite reikiamą informaciją
5. Pateikite savo planą

Konkrečių rezultatų dalyviai turėtų pasiruošti

Pagrindinis konkretus šios veiklos rezultatas yra darbo plano drobė. Kurdami verslo planą dalyviai analizuos, nustatys ir pateiks informaciją apie pagrindinius partnerius, pagrindines veiklas, vertės pasiūlymą, santykius su klientais, klientus, pagrindinius išteklius, kanalus, išlaidas ir pajamų srautus.

Fonas / nuorodos / šaltiniai

<https://voil.startup.ngo/platforma>

Mokymosi kontroliniai taškai / vertinimas

Pagrindinis vertinimo metodas – dalyvių parengtų ir pateiktų rezultatų tikrinimas mentorių, kurie anksčiau dominavo kiekviename verslo plano etape.

METODIKOS APRAŠYMAS

Dalyviai parengs išsamų verslo planą ir verslo plano drobę naudodami visą informaciją, kurią sužinojo iš šio kurso. Šia prasme metodika yra mokymasis darant.

Mentoriai privalo kiekvienam dalyviui užpildyti anketą, kurioje turi nurodyti charakteristikas, darbus, įėjimo ir baigimo įgūdžius.

Formos pavyzdys mentoriams:

Dalyvio vardas _____

BENDRAVIMO ĮGŪDŽIAI	1) JAUSTIS KOMPETENTINGAS	2) Mėgautės/ Mėgstamiausias	3) NORĖTU TObulėti
Instrukcijų/instrukcijų skaitymas ir jų vykdymas			
Dviejų sąrašų palyginimas arba kryžminis patikrinimas			
Formų pildymas			
Laiškai ir atmintinės teisingai			
Patogiai kalbėkite su kitais, kurių nepažįstate			

Užrašų darymas, kai kas nors kalba			
Informacijos radimas			
Aiškinti dalykus kitiems žmonėms			
Klausantis kitų			
Kita (-os) – nurodykite:			
VALDYMO/SAVIVALDYBOS ĮGŪDŽIAI			
Administruokite, nustatykite tikslus ir prioritetus, planuokite arba priimkite sprendimus			
Inicijuoti, įvertinti poreikius, numatyti ar kurti pokyčius			
Būti kantriems su kitais			
Išlaikyti linksmą požiūrį			
Domėtis/susijaudinti atliekamomis užduotimis			
Siūlo padėti, kai to reikia			
Motyvuoti save daryti tai, ką reikia padaryti			
Padėkite motyvuoti kitus atlikti darbą			
Užduočių prioritetų nustatymas, kad didesnis tikslas būtų pasiektas laiku			
Laikantis taisyklių			
Kita (-os) – nurodykite:			

ŽMONĖS IR SOCIALINIAI ĮGŪDŽIAI			
Prižiūrėti, gydyti ar slaugyti kitus			
Vadovaukitės arba išklauskite asmenis			
Pasveikink arba tarnauk kitiems			
Spręskite problemas, tarpininkaukite arba bendradarbiaukite su žmonėmis			
Padėti žmonėms atlikti užduotį			
Žinojimas, kaip sutarti su įvairiais žmonėmis/asmenybėmis			
Kita (-os) – nurodykite:			
KRITINIS MĄSTYMAS IR TYRIMO ĮGŪDŽIAI			
Analizuokite, naudokitės logika, spręskite problemas, nagrinėkite			
Įvertinkite, ištyrinkite, diagnozuokite			
Stebėkite, apmąstykite, studijuokite ar pastebėkite			
Tyrinėkite, skaitykite ar interviu			
Kita (-os) – nurodykite:			

Kiekvienos sesijos pabaigoje dalyviams pateikiamas savęs vertinimo kortelės pavyzdys:

PROJEKTO NUMERIS: 2020-EL01-KA204-078802

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad patvirtinamas turinys, atspindintis tik autorių požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame esančios informacijos naudojimą.

ĮSIVERTINIMO KORTELĖ				
Mano kompetencijų apimtis pasikeitė:	Labai	Daug	pakankamai	prastai
suprasti, ką reiškia vadovauti verslui				
Organizacijos kultūra ir valdymo stiliai				
verslo etiką atitinkančio elgesio pripažinimas				
tvarus ir efektyvus išteklių naudojimas; ir darnaus vystymosi planavimą				
	Sveikiname! Galite didžiuotis savimi.	Bravo! Tai gerai, bet gali būti ir geriau.	Esate teisingame kelyje. Galite tai padaryti, bet dirbkite.	Į darbą! Pamatysite, koks malonumas nebaigti šios dalies.



Tikimės šito **Seminaro gairių rinkinys** padėjo jums kaip treneriui, pedagogui, pagalbininkui ar mentoriui rasti, kaip atskleisti naujus dalyvių suvokimus ir gebėjimus.

Mūsų tinklai ir grupės yra prieinami vietiniu ir tarptautiniu lygiu tolesnei veiklai, susijusiai su šia programa: moterų įgalinimas, nauji verslo modeliai, tvari vizija, sinergijos kūrimas ir žiedinė ekonomika.



Finansinis raštingumas ir nauji verslo modeliai, skatinantys moterų verslumo galimybes



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

