

Otvoreni kurikulum

LLP TOI projekt „Biti kompetentni (Competent To Do) – Transfer kompetencija mentora kako bi se postigle poduzetničke (strukovne) i socijalne kompetencije žena zatvorenica i bivših zatvorenica“

Odgovoran partner:



Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i
upravljanje Nikola Šubić Zrinski

Table of Contents

1.	Uvod u otvoreni kurikulum.....	2
2.	Modul A koji se odnosi na temu "Poslovne kompetencije"	10
	<input type="checkbox"/> Tema A1 - Upoznavanje poduzetničke okoline	10
	<input type="checkbox"/> Tema A2 - Definiranje smjer razvoja poduzetnika	13
	<input type="checkbox"/> Tema A3 - Osnove računala za poduzetnike	15
	<input type="checkbox"/> Tema A4 – Osnove marketinga.....	17
	<input type="checkbox"/> Tema A5 – Pisanje poslovnog plana	21
3.	Modul B koji se odnosi na temu "Socijalne kompetencije"	25
	<input type="checkbox"/> Tema B1 - motivacija	25
	<input type="checkbox"/> Tema B2 - Samopouzdanje i samopoštovanje	27
	<input type="checkbox"/> Tema B3 - Društvene i inter-personalne vještine	30
	<input type="checkbox"/> Tema B4 - Timski rad.....	34
	<input type="checkbox"/> Tema B5 - Cjeloživotno učenje	36
4.	Reference	39

1. Uvod u otvoreni kurikulum

Temelj koji omogućuje kontinuirani razvoj društva je dobro obrazovanje. Projektni su partneri odlučili surađivati, razvijati i razmjenjivati iskustva te inovativne pristupe u poučavanju odraslih. Obrazovanjem možemo povećati svoje izgleda za pronalazak boljeg posla, veću zaradu i možda postati uspješniji u odabranoj karijeri.

Da bi uspješno odgovorila izazovima razvoja društva znanja i svjetskog tržišta, Europska Unija odredila je osam temeljnih kompetencija za cjeloživotno obrazovanje. Obrazovna politika je prihvatila iste temeljne kompetencije. To su:

- **komunikacija na materinskom jeziku** – odnosi se na osposobljenost za pravilno i stvaralačko izražavanje i tumačenje koncepata, misli, osjećaja, stavova i činjenica te jezično međudjelovanje u nizu različitih društvenih i kulturnih situacija: obrazovanje, rad, slobodno vrijeme i svakodnevni život; uključuje također razvoj svijesti o utjecaju jezika na druge i potrebi uporabe jezika na pozitivan i društveno odgovoran način.
- **komunikacija na stranim jezicima** – odnosi se na osposobljenost za razumijevanje, usmeno i pisano izražavanje i tumačenje koncepata, misli, osjećaja, stavova i činjenica na stranomu jeziku u nizu različitih kulturnih i društvenih situacija. Značajna je sastavnica ove kompetencije razvijanje vještina međukulturnoga razumijevanja.
- **matematička kompetencija i osnovne kompetencije u prirodoslovlju i tehnologiji** – matematička se kompetencija odnosi na osposobljenost učenika za razvijanje i primjenu matematičkoga mišljenja u rješavanju problema u nizu različitih svakodnevnih situacija;
- **digitalna kompetencija** – odnosi se na osposobljenost za sigurnu i kritičku upotrebu informacijsko-komunikacijske tehnologije za rad u osobnomu i društvenomu životu te u komunikaciji. Njezini su ključni elementi osnovne informacijsko-komunikacijske vještine i sposobnosti: upotreba računala za pronalaženje, procjenu, pohranjivanje, stvaranje, prikazivanje i razmjenu informacija te razvijanje suradničkih mreža putem interneta.
- **učiti kako učiti** – obuhvaća osposobljenost za proces učenja i ustrajnost u učenju, organiziranje vlastitoga učenja, uključujući učinkovito upravljanje vremenom i informacijama kako u samostalnomu učenju, tako i pri učenju u skupini.
- **socijalna i građanska kompetencija** – obuhvaća osposobljenost za međuljudsku i međukulturnu suradnju.
- **inicijativnost i poduzetnost** – odnosi se na sposobnost pojedinca da ideje pretvori u djelo, a uključuje stvaralaštvo, inovativnost i spremnost na preuzimanje rizika te sposobnost planiranja i vođenja projekata radi ostvarivanja ciljeva. Temelj je za vođenje svakodnevnoga, profesionalnoga i društvenoga života pojedinca.
- **kulturna svijest i izražavanje** – odnosi se na svijest o važnosti stvaralačkoga izražavanja ideja, iskustva i emocija u nizu umjetnosti i medija, uključujući glazbu, ples i dr.

Otvoreni kurikulum je inovacija u obrazovnim programima koju treba pozdraviti. Omogućuje fleksibilnost, ovisno o gospodarskoj i trenutnoj političkoj situaciji, stručno znanje ciljanoj skupini u različitim modulima u dogovoru sa socijalnim partnerima i poslodavcima bez obzira na društveni prostor i vrijeme. To omogućuje šire i temeljitije profesionalne kompetencije ili zahtjeva dodatne strukovne kvalifikacije u svrhu postizanja dodatnih ciljeva općeg obrazovanja (funkcionalna pismenost). Stručni moduli i moduli za zadovoljavanje socijalnih vještina u ženskom zatvori Ig i Litvi bit će izabrani prema društvenoj situaciji u svakoj od zemalja. Stoga otvoreni kurikulum omogućuje svoju uporabu (održive strane projekta) duže razdoblje nakon što projekt završi s obzirom da se svaki modul može integrirati u novi modificirani/ prilagođen specifičnoj ciljanoj skupini i društvenom prostoru.

U 2013., Europska komisija navodi da „poduzetnički programi trebaju ponuditi studentima alate ne samo za postizanje ili razvijanje poslovnih znanja i potrebnih vještina i stavova nego kako bi potaknuli kreativnost, poduzetnost, upornost, timski rad, razumjevanje rizika, osjećaj odgovornosti, rješavanje problema, komunikaciju i vodstvo. To je poduzetnički način razmišljanja koji pomaže poduzetnicima pretvoriti ideje u djela te značajno povećati zapošljivost.“, a to je nešto što pokušavamo njegovati na Visokoj školi Nikola Šubić Zrinski. Danas se uveliko daje prednost praktičnim znanjima nad teorijskim, a „Učenje kroz rad“ je prihvatljivo na svim razinama obrazovanja – od vrtića do obrazovanja odraslih. U našoj ustanovi nastojimo potaknuti studente da budu nezavisni i da koriste teorijsko znanje na praktičan način te da vode svoja MSP-a. Smatramo da nije nastavnikova zadaća naučiti kako voditi posao nego opremiti studente s općim kompetencijama koje će im omogućiti da djeluju kao poduzetnik. U tom pogledu sveukupni cilj obrazovanja za poduzetništvo je pružiti studentima znanja, vještine i stavove kako bi djelovali na poduzetnički način.

Znanje

Pod pojmom znanje razumijemo temeljito poznavanje poduzetništva, uključujući ulogu koju poduzetnici i poduzetništvo igraju u suvremenim ekonomijama i društvima.

- Ekonomska i financijska pismenost uključuju poznavanje koncepata i procesa koji se mogu primijeniti na poduzetništvo.
- Znanje o poslovnoj organizaciji i procesima je specifično znanje poslovnog okruženja na kojeg se poduzetništvo često odnosi.
- Poznavanje mogućnosti zapošljavanja i svijeta rada su ishodi učenja koji se ne odnose isključivo na poduzetništvo, nego obično čine dio studentske opće pripreme za njihove buduće izbore karijera. Međutim, razumjeti što znači biti poduzetnik zahtijeva dobro poznavanje prirode posla te različitih vrsta poslova. To znanje također omogućava studentima definirati i pripremiti svoje mjesto u svijetu rada s dobro razvijenom svijesti o mogućnostima i ograničenjima.

Vještine

Poduzetničke vještine odnose se na vještine potrebne kako bi se ideje pretvorile u djela. Razina vještina procjenjuje se na temelju sljedećih značajki: kreativnost, analiza, motiviranje, umrežavanje i prilagodljivost.

- Komunikacija, prezentacija, vještine planiranja kao i timski rad bitne su transverzalne vještine za poduzetnike.
- Praktično istraživanje poduzetničkih prilika obuhvaća različite faze procesa otvaranja tvrtke, uključujući kreiranje i implementaciju poslovnog plana.

Stavovi

Poduzetnički stav uključuje preuzimanje odgovornosti za vlastito učenje, karijeru i život. Stav studenata koji se obrazuju za poduzetništvo može se procijeniti na temelju sljedećih osobina: osjećaja za inicijativu, sklonost riziku, samoučinkovitost, potrebe za postignućem i strukturiranog ponašanja. Strukturirano se ponašanje odnosi na sposobnost za rad na strukturiran način, kao i sposobnost da se ustraje kada smo suočeni s neuspjehom i preprekama.

- Svijest o sebi i samopouzdanje poduzetnički su stavovi koji čine temelj za sve ostale aspekte poduzetništva. Oni uključuju otkrivanje i vjerovanje u sposobnosti koje omogućuju pojedincima da svoje kreativne ideje pretvore u djela. U mnogim su zemljama ovi stavovi ujedno i opći ciljevi obrazovanja.
- Preuzimanje inicijative i rizika, kritičko razmišljanje, kreativnost te rješavanje problema čine temelj, ali ujedno i specifične značajke *poduzetne osobe*.

Otvorenim kurikulumom bismo htjeli potaknuti našu ciljnu skupinu na dvije osnovne stvari koje podučavamo i negujemo – cjeloživotno učenje i samozapošljavanje. Kroz dvije stvari vidimo svijetlu budućnost za bivše zatvorenice i prijestupnice bez obzira na zemlju u kojoj žive.

Diljem Europe poduzetnici uče iz svega i od svakoga, posebice od korisnika, dobavljača, konkurencije, zaposlenika, partnera i drugih poduzetnika. Tako poduzetničko učenje nosi sa sobom znanje o tome kako prepoznati i iskoristiti prilike i način kako inicirati, organizirati i izvesti pothvat bilo da prilika leži u Sloveniji, Litvi ili u Hrvatskoj. To je cjeloživotno učenje procesa baziranih na akumulaciji znanja i iskustva koje kontinuirano poboljšavaju poduzetničke vještine. Da bi mogli učiti poduzetništvo efektivno i graditi poduzetničke kompetencije studenata, profesori moraju sami biti poduzetnici zato što poduzetničke kompetencije zahtijevaju aktivne metode angažiranja studenata da pokažu svoju kreativnost i inovativnost. Poduzetničke kompetencije i vještine mogu biti stečene ili izgrađene kroz vlastito iskustvo učenja na iskustvu iz stvarnog života. Dakle, kako bi se pomoglo učiteljima u efektivnom predavanju, potrebno je razviti ishode učenja povezane s poduzetništvom i povezanim metodama procjenjivanja i osiguranja kvalitete za sve razine obrazovanja. Podržavajući, promovirajući i primjenjujući pristupe i metode aktivnog učenja, praktičnog iskustva i učenja radeći, studenti imaju priliku

diskutirati, promisliti i evaluirati svoje procese učenja – kao metode i znanja: Kako da nauče ono što uče? Promišljanje treba staviti fokus na procese učenja kao i na pronađena rješenja. Povezano s tim, nastavnici trebaju skupljati povratne informacije od studenata sistematski s obzirom da je entuzijizam onog koji uči važan za upravljanje implementacije poduzetničke edukacije.

Metode aktivnog učenja su:

- **Dijalog i diskusija:** Dijalog kao metoda ima orijentacijski i motivacijski karakter. Dozvoljava upoznavanje studenata s programom kreiranja plana rada i motivacije za dolazeće aktivnosti imajući na umu važnost njegovog izvršenja, postizanja objektivnosti tj. činjenica koje moraju biti naučene.
- **Istraživanje:** Istraživačke metode uključuju samo-istraživanje činjenica, traženje relevantnih poveznica i odnosa između dobivenih podataka, restrukturiranja podataka, redefinicije i neovisnog dolaženja do novih (neočekivanih) rezultata. Student poseže za računalom kao sredstvom za iskazivanje vlastitog istraživačkog (kreativnog) potencijala.
- **Učenje kroz rješavanje problema:** učenje bazirano na problemima omogućuje viši stupanj kreativnosti studenata. Ovo je najviši rang i forme učenja. Student i kompjuter naizmjenično jedan drugom zadaju skup problemskih zadataka, ponovno tražeći rješenja i kontinuirano rješavaju razne problemske situacije. Učenje je iznimno zanimljivo, pa je ovo znanje podržano u praksi kao lako primjenjivo, posebno u novim problemskim situacijama.
- **Simulacijske igre:** Igra poslovne simulacije kao forma eksperimentalnog učenja je fokusirana na poboljšavanje poslovnih odluka stvarajući vještine koristeći studentske prirodne kapacitete za tehnologiju. Poslovne simulacije osiguravaju prostor u kojem je učenje produkt zadataka simuliranih i izvršenih sa sadržajem simulacije, dok je znanje razvijeno kroz sadržaj simulacije i vještina razvijenih kao rezultat igre simulacija.
- **Analiza sadržaja:** Analiza sadržaja uključuje sistematsko računanje, evaluaciju, interpretaciju i analizu materijalnih formi komunikacije između pojedinaca i grupa.
- **Studija slučaja:** studija slučaja je analitičko, koherentno, kreativno, primjenjivo mišljenje da samo svjesni problema. Metoda studije slučaja ima za cilj: razviti alternativna rješenja, razumijevanje dvosmislenosti praktičnih problema, mogućnost / spremnost za evaluacijom, kao i za autonomnim donošenjem odluka, traženje rupa u znanju u vezi s drugima, produbljivanje znanja i poboljšavanja društvenih vještina

S druge strane, društvene kompetencije u ovom otvorenom kurikulumu su nešto s čim se upoznajemo usput. Znamo da samozapošljavanje ovisi najviše o vlastitoj motivaciji koja je ključna životna vještina i nešto o čemu svatko zainteresiran za osobni razvoj bi trebao pažljivo promisliti.

Postoji nekoliko klasifikacija ključnih kompetencija koje su potrebne u 21. stoljeću. U Europskoj uniji one su definirale ključne kompetencije za cjeloživotno učenje, koje treba omogućiti ljudima da usvoje brze promjene i brzorastuće povezivanje svijeta (Preporuke Europskog parlamenta i Vijeća ključnih kompetencija za cjeloživotno učenje, 2006).



Lifelong
Learning
Programme

Oni su definirali osam ključnih kompetencija potrebnih za pojedince za njihov osobni rast, za aktivno građanstvo, socijalnu uključenost i zaposlenje, što treba biti stečeno za vrijeme obrazovanja. To su: komunikacija na materinjem jeziku, komunikacija na stranom jeziku, matematičke kompetencije, osnovne kompetencije na pet polja prirodnih znanosti i tehnologije, kompetencije upotrebe ICT tehnologije, učenje o učenju, socijalne i građanske kompetencije, inicijativnost i poslovni stav te kulturalna svjesnost i izražavanje. Oni su istaknuli važnost obrazovanja koje ima dvostruku ulogu u EU – ekonomsku i socijalnu. Njena uloga treba biti omogućavanje građanima s ključnim kompetencijama za adaptaciju na socijalne promjene.

Također ima funkciju socijalnog povezivanja, kao što bi trebao omogućiti jednakost i uspjeh u stjecanju tih kompetencija, svim grupama ljudi, posebno onima sa posebnim potrebama (marginalne i ranjive ciljne skupine dio koje su također ljudi koji služe kazne zatvora i ljudi nakon izdržane kazne), svi koji su nezaposleni dugo i one koji pokazuju nisku razinu pismenosti. Kompetencija je sposobnost pojedinca da se aktiviraju, koriste i povezuju stečeno znanje u kompleksnim, različitim i nepredvidljivim situacijama.

Uzimajući u obzir gore spomenute skupine kompetencija bismo željeli spomenuti, u odnosu na prvu kompetenciju (motivacija), kako smo već pisali puno o tome u dokumentu o motivacijskim pristupima. Ovdje bismo željeli naglasiti da je motivacija razvrstana pod osobnim kompetencijama.

Motivacija nas tjera da postignemo svoje ciljeve, osjećamo se ispunjeno i poboljšamo ukupnu kvalitetu života. Ljudi koji su samo-motivirani imaju tendenciju da su više organizirani, s dobrim vještinama upravljanja vremenom i imaju više samopoštovanja i samopouzdanja. Razumijevanje i razvoj vaše samo-motivacije može vam pomoći da preuzmete kontrolu nad mnogim drugim aspektima svog života.

Samopoštovanje i samopouzdanje ključni su za naše ciljne skupine, baš kao i motivacija. Povjerenje nije nešto što se može naučiti kao skup pravila; povjerenje je stanje uma. Pozitivno razmišljanje, praksa, trening, znanje i razgovor s drugim ljudima su korisni načini kako poboljšati ili pojačati vašu razinu povjerenja. Povjerenje dolazi iz osjećaja blagostanja, prihvaćanje svog tijela i uma (samopoštovanje) i vjere u vlastite sposobnosti, vještine i iskustvo.

Društvene i inter-personalne vještine su uglavnom povezane s komunikacijskim i prezentacijskim vještinama, a to je područje koje treba posebno naglasiti u kurikulumu. Efektivna verbalna ili govorna komunikacija ovisi o nizu faktora, a ne može se u potpunosti izolirati od drugih značajnih inter-personalnih vještina, kao što su neverbalne komunikacije, vještine slušanja i objašnjenja. Većina propusta u svakodnevnom životu bilo da je u vezi posla ili kuće nastaje zbog nedostatka komunikacijskih vještina. To je nešto što preporučujemo raditi s ciljnim skupinama i također s krajnjim korisnicima.

Timski rad i rad u skupinama je potreban za te žene da se osjećaju integrirano u društvu još jednom. Često je dug i spor proces, a svaka žena ne dosegne istu razinu, a to je razlog zašto smo potaknuti rad u skupinama ili timovima. Razlika je u tome što tim radi zajedno za zajednički uzrok, a to je nešto što ima jak i izravan utjecaj na socijalne kompetencije svake osobe.

Osobne kompetencije:

- radoznalost,
- motivacija,
- kreativnost,
- skepticizam,
- iskrenost,
- entuzijazam,
- samopoštovanja,
- pouzdanost,
- odgovornost,
- inicijativa,
- upornost.

Kako može biti jasna forma gore spomenutog, samopoštovanje je također osobna kompetencija:

- izgradnja / konstrukcija samopouzdanja i samopoštovanja
- nedostatak samopouzdanja

Uz nedostatak samopouzdanja, pozornost treba posvetiti sljedećim natuknicama:

- skromno samopouzdanje
- društvena izolacija i dugotrajna osamljenost
- stereotipi i njihov utjecaj na javno mišljenje
- strah da će potražnja za boljim uslugama donijeti nova izuzimanja
- nepovjerenje u vladavinu prava

Iz tablice je vidljivo da nisko samopouzdanje može imati učinak na četiri aspekta života: naša razmišljanja, naše osjećaje, naše ponašanje i naše tijelo.

Učinci / utjecaji niskog samopouzdanja
Razmišljanje : <ul style="list-style-type: none">• "Ne mogu."• "To je previše teško za mene."• "Ne znam kako."• "Možda nisam u mogućnosti da to postignem."• "Nisam dovoljno dobra; netko drugi će to učiniti bolje. "• "Ne mogu odlučiti što učiniti."
Osjećaji: <ul style="list-style-type: none">• Strah• Tjeskoba• Očekivana anksioznost• Brige, pogotovo u dijelu koji dolaze problemi

- Frustracije i bijes prema sebi
- Strah od nepoznatog i novih situacija
- Mržnja koja izgleda jednostavno za druge, ali nisu za njega / nju
- Potištenost / očaj i osjećaj demoralizacije

Ponašanje:

- Više pasivan nego aktivan - drži niski profil
- To je teško za osobu da daje prijedloge ili zauzeti se za sebe
- Oštre aktivnosti, sporost, nema hrabrosti preuzeti inicijativu
- Izbjegavanje uzimanja nečeg novo ili uvođenja promjena u njegov / njezin život
- Traženje savjeta i pomoći, čak i ako znaju odgovore
- Oklijevanje i potreba za stalnim ohrabrenjem
- Održava se u pozadini (nikada ne sjedi u prvim redovima, nego u posljednjem – drži se neopaženo)
- Treba potvrđivanje / odobrenje

Znakovi tijela niskog samopouzdanja:

- Nagnut stav, što pokazuje povlačenje
- Ne gleda druge ljude u oči
- "Nespretno " ili nemirna
- osjećaj napetosti i nervoze
- Sporost , neaktivnost , lijenost i pospanost (tromost i pospanost)

KOGNITIVNO PODRUČJE

Razina i značenje: Koristite ove glagole u pisanim ciljevima za opisivanje povezanu kognitivne razine:

Znanje: Prisjećanje prethodno naučenog materijala (prizivanje činjenica).

- definirati, razlikovati, identificirati, raspitati se, obilježiti, popisati, svrstati, pamti, imenovati, čitati, prizvati, prepoznati, povezati, ponavljati, zapisati, odabrati

Razumijevanje: sposobnost da se shvati značenje znanja se uči.

- udružiti, opisati, razlikovati, razgovarati, objasniti, proširiti, generalizirati, dati primjere, ilustrirati, zaključiti, tumačiti, locirati, prerasporediti, preurediti, ponoviti, prepisati, sažeti, transformirati, prevoditi

Primjena: mogućnost uporabe nastavnih materijala na novi način.

- primijeniti, izračunati, izabrati, klasificirati, pokazati, razviti, generalizirati, ilustrirati, raditi, organizirati, vježbati, restrukturirati, skicirati, riješiti, prenesti, koristiti

Analiza: sposobnost razbijanja materijal u njegove dijelove, tako da se njegova organizacijska struktura može razumjeti.

- analizirati, kategorizirati, klasificirati, usporedite, razlikovati, zaključiti, opisati, otkrivati, skicirati, diskriminirati, razlikovati, razlučiti, eksperimentirati, grupirati, pregledati, isticati, staviti u popise, pitati, podijeliti, testirati

Sinteza: Sposobnost kombiniranja prethodnih iskustava s novim materijalom koji čine cijelu novu strukturu.

- kombinirati, sastaviti, izraditi, dizajnirati, generirati, integrirati, mijenjati, planirati, proizvoditi, predlagati, riješiti

Ocjena: sposobnost suđenja vrijednosti materijala za određenu namjenu.

- ocijeniti, procijeniti, odabrati, usporediti, zaključiti, razmisliti, kritizirati, ocijeniti, suditi, mjeriti, odrediti vrijednost, odrediti rezultat, odabrati, podržati, provjeriti, vrednovati.

2. Modul A koji se odnosi na temu "Poslovne kompetencije"

Razvoj društva temeljenog na znanju i procesu globalizacije, naročito na jačanju globalnog tržišta i konkurencije na globalnoj razini, stvara nove potrebe na razini društvenoga života i života pojedinca u svim područjima: kulturi, znanstvenom i tehnološkom razvoju, gospodarstvu, društvenoj koheziji, položaju i ulozi pojedinca kao građanina te njegovu osobnom razvoju.

Živjeti i raditi u suvremenom društvu brzih promjena i oštre konkurencije zahtijeva nova znanja, vještine, sposobnosti, vrijednosti i stavove, itd. Nove osobne kompetencije naglašavaju razvoj inovativnosti, kreativnosti, rješavanje problema, kritičko razmišljanje, poduzetništvo, informatičku pismenost, socijalne i druge vještine. Ne može se ostvariti u tradicionalnom sektoru odgoja i obrazovanja koji djeluje kao sredstvo prenošenja znanja. Pomak u politici nastavnog programa i planiranja s prijenosa znanja na razvoj kompetencija znači zaokret u pristupu i programiranju obrazovanja.

(http://www.azoo.hr/images/stories/dokumenti/Nacionalni_okvirni_kurikulum.pdf, spremljeno 17/02/2014).

Obrazovni moduli za početnike poduzetnike da bismo mogli koristiti za modul "opće poduzetničke kompetencije" u pet dijelova:

• Tema A1 - Upoznavanje poduzetničke okoline

Upoznavanje sudionika - potencijalni poduzetnici s aktivnostima vezanim za početak poslovanja. Da biste omogućili pojedincima da samostalno izrade poslovni plan vlastitih tvrtki.

Ukupno trajanje: 32 sati

Tema A1.1. Što je poduzetništvo / poduzeće / poduzetničko okruženje?

Sadržaj:

Poduzetništvo je proces pokretanja poslovanja ili druge organizacije. Poduzetnik razvija poslovni model, stječe ljudske i druge potrebne resurse, te je u potpunosti odgovoran za uspjeh ili neuspjeh. Poduzetništvo djeluje unutar poduzetničkog ekosustava ili poduzetničkog okruženja.

Ishodi učenja:

- biti u stanju definirati opće pojmove poduzetništva, poduzeća, poduzetnika, poduzetničke okoline
- razlikovati razliku između poduzetništva i gospodarstva / poslovanja
- prepoznati važnost poduzetništva u gospodarstvu zemlje

Predloženo trajanje: 8 sati

Tema A1.2. Prilike za samozapošljavanje i start-up - Uvod

Sadržaj:

Samozapošljavanje je čin stvaranja vlastitih prihoda izravno od kupaca, klijenata ili drugih organizacija, za razliku od zaposlenika tvrtke (ili osobe). Samozaposleni ljudi općenito pronadu svoj posao umjesto da rade kod poslodavca, zarađuju dohodak od obrta ili tvrtke kojom upravljaju.

Start-up je mlada tvrtka koja se tek počinje razvijati. Start-up su obično male i u početku financiranja kojima upravlja šaćica osnivača ili jedan pojedinac.

Ishodi učenja:

- opisati start-up kao oblik samozapošljavanja
- razumjeti prilike ponude za samozapošljavanje i dati primjere za samozapošljavanje
- prepoznati prednosti samozapošljavanja
- odabrati i potvrditi izbore koje je on / ona ima i stvoriti ideju vlastitog start-up-a
- planirati poslovanje i mijenjati u skladu s mogućnostima osoba
- biti u mogućnosti odabrati jezgru svog posla u skladu s mogućnostima
- razviti poslovnu ideju na temelju smjernica i okvira koje daje trener

Predloženo trajanje: 8 sati

Tema A1.3. Prilike za samozapošljavanje i start-up – analiza

Sadržaj:

Rana faza u životnom ciklusu poduzeća u kojima poduzetnik kreće s pozornice ideja za osiguravanje financiranja, kojom utvrđuje osnovnu strukturu poslovanja, te pokretanje poslovanja ili trgovanje.

Ishodi učenja:

- opisati životni ciklus poduzeća
- prepoznati prednosti i nedostatke samozapošljavanja
- planirati faze i razviti ideje kroz faze poslovanja
- razlikovati pokretanje poslovanja unutar poduzeća
- biti u mogućnosti analizirati situaciju na tržištu i otkriti mogućnosti

Predloženo trajanje: 8 sati

Tema A1.4. Prilike za samozapošljavanje i start-up - Financiranje

Sadržaj:

Start-up ulaganje je radnja kojom se ulaže u ranoj fazi tvrtke (start-up tvrtke). Financiranje je čin pružanja financijskih sredstava, obično u obliku novca za financiranje potreba, programa i projekta, obično organizacije ili vlade. Općenito, ova riječ se koristi kada tvrtka koristi svoje unutarnje rezerve kako bi zadovoljila svoju potrebu za gotovinom, a pojam "financiranje" koristi kada tvrtke stekne kapital iz vanjskih izvora.

Investicija je vrijeme, energija ili materijal potrošen u nadi budućih primanja aktualiziranih unutar određenog datuma ili vremenskog okvira. Investicijski ima različita značenja u ekonomiji i financijama. U ekonomiji, investicija je akumulacija novo proizvedenih fizičkih entiteta, kao što su tvornice, strojevi, kuće, i robe zaliha. U financijama, investicija je stavljanje novca u imovinu s očekivanjem kapitala, dividende i / ili kamate zarade.

Računovodstvena jednadžba je matematička struktura bilance. To se odnosi imovine, obveza i vlasničkih udjela:

Imovina = Obveze + kapital (gdje je kapital za korporacije jednak vlasničkih udjela)

Obveze = imovina - Kapital

Kapitalni = imovina – obveze

U financijskom računovodstvu, imovina je također ekonomski resurs. Sve materijalno ili nematerijalno da je u vlasništvu ili pod kontrolom da proizvodi vrijednost i da se održava i ima pozitivnu ekonomsku vrijednost smatra imovinom. Jednostavno rečeno, imovina predstavlja vrijednost vlasništva koje se može pretvoriti u gotovinu.

Ishodi učenja:

- opisati uvjete financiranja, ulaganja, imovine i financije
- opisati opće uvjete u računovodstvu: imovine, obveza, kapitala
- razlikovati pojmove kapitala, dividende i zarade na kamatama
- prepoznati mogućnosti za financiranje vlastite tvrtke
- izračunati približnu količinu novca potrebnu za početak tvrtke
- biti u mogućnosti odabrati optimalne načine financiranja
- razviti financijski plan koji se može mijenjati u skladu s financijskim knjigovodstvom

Predloženo trajanje: 8 sati

• Tema A2 - Definiranje smjer razvoja poduzetnika

Svrha modula je educirati poduzetnike s ciljem učinkovitijeg postizanje ciljeva u poslovanju i na području kritičnih faktora uspjeha u poslovanju, strateškom i operativnom planiranju, marketinškoj strategiji. 8 sati po svakoj temi.

Ukupno trajanje: 24 sati

Tema A2.1. Razvoj vlastite tvrtke - vizija, vrijednosti i Misija

Sadržaj:

Vizija je aspiracijski opis onoga što organizacija želi postići i ostvariti u srednjoročnoj ili dugoročnoj budućnosti. Namjera je da služi kao jasan vodič za odabir sadašnje i buduće postupke.

Misija je pisana izjava organizacije glavnu svrhu i fokus koji inače ostaje nepromijenjena tijekom vremena.

Misija se razlikuje od vizije da prvi je uzrok, a potonji je učinak; misija je nešto što treba postići dok je vizija nešto u što bi se trebalo krenuti za to postignuće.

Vrijednosti tvrtke i svrha kompanije su opći ciljevi tvrtke, kao što je navedeno u svojem statutu ili memorandumu o suradnji.

Ishodi učenja:

- opisati viziju, misiju, vrijednosti i svrhu tvrtke
- razlikovati razliku između vizije i misije
- stvoriti viziju vlastite tvrtke
- stvoriti poslanje vlastite tvrtke
- odrediti vrijednosti tvrtke i svrhe tvrtke
- planirati buduće aktivnosti tvrtke u skladu s definiranim misiji, viziji i vrijednostima
- biti u mogućnosti mijenjati viziju ili misiju tvrtke, ako ikada potrebno
- prepoznati važnost definirani put za tvrtku

Predloženo trajanje: 8 sati

Tema A2.2. Razvoj vlastite tvrtke - SWOT analiza i istraživanje tržišta

Sadržaj:

SWOT analiza predstavlja analizu situacije u kojoj unutarnje snage i slabosti organizacije, te vanjske prilike i prijetnje s kojima se suočavaju su unijete u strategiju. SWOT je kratica za snage, slabosti, prilike i prijetnje.

Istraživanje tržišta može se provoditi kroz Pest analizu, koja je vrsta analize stanja u kojem političko-pravni (stabilnost vlade, potrošnja, oporezivanje), ekonomski (inflacija, kamatne stope, nezaposlenost), društveno-kulturne (demografija, obrazovanje, raspodjela dohotka) i tehnološki (generacija znanja, pretvorba otkrića u proizvode) čimbenici su ispitani i unijeti dugoročne planove organizacije.

Ishodi učenja:

- definirati SWOT analizu
- prepoznati SWOT analizu kao jedan od najvažnijih alata u determiniranju unutarnjih snage i slabosti, ali i vanjskih prilika i prijetnji
- definirati istraživanje tržišta
- definirati Pest analizu i prepoznati je kao jedan od najvažnijih alata u istraživanju tržišta
- razlikovati političko-pravne, ekonomske, društveno-kulturne i tehnološke čimbenike na tržištu
- biti u mogućnosti dati primjere za svaku skupinu čimbenika i usporediti ih
- biti u mogućnosti ukazati na važnost za svaki faktor za vlastite tvrtke

Predloženo trajanje: 8 sati

Tema A2.3. Razvoj vlastite tvrtke - vlastiti resursi i mogućnosti

Sadržaj:

Vaši resursi mogu se definirati i opisati kroz interne analize - pregled prednosti i slabosti kompanije koji se usredotočuje na onim čimbenicima iz svog domena. Detaljna interna analiza će obično dati poslovni dobar osjećaj njezinih temeljnih kompetencija i poželjnih poboljšanja koja se može učiniti kako bi se zadovoljile potrebe potencijalnih kupaca u planiranom tržištu. Kada definirate svoje resurse, znati ćete svoje mogućnosti.

Ishodi učenja:

- biti u mogućnosti definirati vlastite resurse
- biti u mogućnosti provesti internu analizu poduzeća
- biti u mogućnosti mijenjati i napraviti poboljšanja, ako je potrebno
- prepoznati mogućnosti u skladu s resursima tvrtka ima

- ukazati na prednosti tvrtke i koristiti ih u budućim aktivnostima

Predloženo trajanje: 8 sati

- **Tema A3 - Osnove računala za poduzetnike**

Sudionici će naučiti koristiti računalo, operacijski sustav Windows, Word osnove i osnove uporabe Interneta. 4 sata po temi.

Ukupno trajanje: 20 sati

Tema A3.1. Windows i MS Office - Uvod

Sadržaj:

Microsoft Windows je operacijski sustav dizajniran i proizveden od strane tvrtke Microsoft Corporation. Slično drugim operativnim sustavima Windows računalni sustav je prilagođen korisnicima (user-friendly) pružajući grafički prikaz i organiziranje informacija, tako da se može lako pristupiti. Operativni sustav koristi ikone i alate koji pojednostavljuju složene operacije koje se izvode pomoću računala.

Microsoft Office je paket proizvoda razvijen od strane Microsoft Corporation koji uključuje Microsoft Word, Excel, Access, Publisher, PowerPoint i Outlook. Svaki program služi u različite svrhe, te je kompatibilan s drugim programima uključenima u paket. Paket programa je kompatibilan sa Windows i Macintosh operativnim sustavima. Microsoft Office je najčešći oblik softvera koji se koristi u svijetu.

Ishodi učenja:

- savladati rad s datotekama i mapama
- koristiti tražilice
- predstaviti osnovne definicije u informacijskim tehnologijama
- opisati komponente osobnih računala
- identificirati operativne sustave i korisničke programe
- opisati osnovne osobne funkcije računala
- demonstrirati upravljanje operacijskim sustavom

Predloženo trajanje: 4 sata

Tema A3.2. MS Word

Sadržaj:

MS Word je najpopularniji program za obradu teksta - i opravdano. Jednostavan je za korištenje i omogućuje vam da stvorite različite vrste dokumenata.

Ishodi učenja:

- razumjeti Word
- stvoriti, uređivati i oblikovati dokumente
- raditi s tablicama, uvoz i izvoz podataka između datoteka
- provjeriti dokument
- spremiti, zaštititi i ispisati dokumenata

Predloženo trajanje: 4 sata

Tema A3.3. MS Excel - Dio 1

Sadržaj:

MS Excel je program razvijen i proizveden od strane tvrtke Microsoft Corporation koji omogućava korisnicima da organiziraju, formatiraju, i izračunavaju brojučane podatke s formulama pomoću tabličnog sustava oblikovanog redcima i stupcima.

Ishodi učenja:

organizirati, format, i izračunati podatke s formulama pomoću tabličnog sustav slomljen gore po redaka i stupaca

- razumjeti tablicu
- stvaranje, uređivanje i formatiranje radnog lista
- raditi s grafovima
- obavljati osnovne izračune
- ispisati tablicu

Predloženo trajanje: 4 sata

Tema A3.4. MS Excel - Dio 2

Sadržaj:

Napredno korištenje MS Excel može biti vrlo različito. Excel koristi formule i izvodi matematičke izračune u rasponu od jednostavnih do vrlo složenih. Program se može koristiti za grafičke podatke.

Ishodi učenja:

- organizirati, formatirati i izračunati podatke s formulama pomoću tabličnog sustava
- stvaranje, uređivanje i formatiranje radnog lista
- raditi s grafovima i dijagramima
- izvesti napredne izračune

Predloženo trajanje: 4 sata

Tema A3.5. MS PowerPoint

Sadržaj:

MS PowerPoint je Microsoft Office proizvod koji omogućuje korisnicima sučelje za dizajn i multimedijске slajdova koji će biti prikazani na projekcijskom sustavu ili na osobnom računalu. Softver uključuje slike, zvukove, video, tekst i grafikone za stvaranje interaktivne prezentacije.

Ishodi učenja:

- stvaranje učinkovite prezentacije
- primijeniti dizajna kako bi se poboljšala izgled prezentacije
- ispisati prezentaciju

Predloženo trajanje: 4 sata

• Tema A4 – Osnove marketinga

Marketing je proces kojim tvrtka stvara vrijednost za kupce i izgrađuje snažne odnose s korisnicima kako bi zadržala vrijednost od kupaca zauzvrat.

Modul je namijenjen start-up poduzetnicima. Svrha treninga je educirati buduće poduzetnike za stvaranje zadovoljnih kupaca i uspješnog poslovanja. Učenje kako bi se zadovoljile potrebe kupaca pri profitu koji će ih zadovoljiti.

Ukupno trajanje: 15 sati

Tema A4.1. Istraživanje tržišta

Sadržaj:

Istraživanje tržišta: identifikacija određenog tržišta i mjerenje svoje veličine i drugih karakteristika. Istraživanje proizvoda: identifikacija potreba ili želja, i obilježje dobra ili usluge koja će ga zadovoljiti. Istraživanje potrošača: identifikacija sklonosti, motivacija i ponašanje u kupnji ciljanog kupca.

Informacije za marketing istraživanja prikupljaju od izravnog promatranja potrošača (kao što je u maloprodaji), ankete poštom, telefonom ili intervjuom lice u lice, a iz objavljenih izvora (kao što su demografski podaci).

Marketinška niša se temelji na koncentriranju svih marketinških napora na malom, ali specifičan i dobro definiranom dijelu stanovništva. Niše ne 'postoje' sli se 'stvaraju' prepoznavanjem potreba, želja i uvjeta koji se prepoznaju slabo ili uopće u drugim tvrtkama, te na razvoju i isporuci roba ili usluga kako bi ih se zadovoljio.

Ishodi učenja:

- definirati pojmove tržište, konkurencija, istraživanje, potrošači i potrošačeve potrebe / želje, marketinška niša
- razlikovati 'potrebe i želje potrošača
- razlikovati istraživanje tržišta, istraživanje proizvoda i istraživanje potrošača
- identificirati tržište vlastite tvrtku na kojem će raditi
- izmjeriti tržišnu veličinu i broj natjecatelja
- ukazati na proizvode koji zadovoljavaju potrebe ili želje u isti ili na sličan način kao što je vlastiti proizvod / usluga
- prepoznati tržišne niše i ako je moguće koristiti ih za vlastite tvrtke / proizvode / usluge

Predloženo trajanje: 3 sata

Tema A4.2. Ponašanje potrošača

Sadržaj:

Ponašanje potrošača je proces u kojem pojedinci traže, odabiru, kupuju, koriste i raspolažu robama i uslugama, u zadovoljavanju njihovih potreba i želja.

Potrošačko odlučivanje je proces u kojem (1) potrošači prepoznaju svoje potrebe, (2) prikupljaju podatke, (3) ocjenjuju alternative, i (4) čine odluke o kupnji. Te akcije su određene psihološkim i ekonomskim čimbenicima, a pod utjecajem okolišnih čimbenika kao što su kulturne, grupe i društvene vrijednosti.

Ishodi učenja:

- definirati termin potrošača ponašanje i donošenje odluka
- prepoznati psihološke, ekonomske i okolišne čimbenike, koji utječu na donošenje odluka
- biti u mogućnosti procijeniti koji čimbenici imaju jači utjecaj i koji faktori imaju manje utjecaja na ponašanje potrošača kada je riječ o specifičnom proizvodu / usluzi
- biti u mogućnosti dati primjere za kulturne, grupe i društvene vrijednosti

Predloženo trajanje: 3 sata

Tema A4.3. Marketing mix - Uvod

Sadržaj:

Marketing mix je planirana mješavina upravljivih elemenata proizvoda. Marketinški plan se obično naziva kao 4Ps: proizvod, cijena, mjesto i promociju. To je zapravo proces upravljanja kroz koje roba i usluga kreće od ideje do kupca.

To uključuje koordinaciju četiri elementa zove 4 P-a:

- (1) identifikacija, odabir i razvoj proizvoda,
- (2) određivanje cijena,
- (3) Izbor kanala distribucije do kupca mjesto, i
- (4) razvoj i provedba promotivnih strategija.

Ovi elementi su prilagođeni do prava kombinacija je utvrđeno da služi potrebama kupaca uvjeta rada proizvoda, dok generira optimalnu prihoda.

Ishodi učenja:

- definirati marketing mix i 4 P-a
- razlikovati proizvode iz usluge
- definirati pojam promociju i promotivnu strategiju
- biti u mogućnosti identificirati, odabrati i razviti proizvod ili uslugu
- moći cijeni određenje proizvoda
- biti u mogućnosti odabrati distribucijski kanal do kupaca
- da bi mogli razviti i implementirati promotivni strategiju

Predloženo trajanje: 3 sata

Tema A4.4. Definiranje vlastitog marketing miksa

Sadržaj:

U marketingu ideja je stvoriti dobro ili uslugu koja najbliže odgovara zahtjevima određenog tržišta i donosi dovoljno profita da opravda svoje daljnje postojanje.

Ishodi učenja:

- biti u mogućnosti identificirati, odabrati i ocijeniti određeno tržište za vlastiti proizvod ili uslugu
- biti u mogućnosti identificirati, odabrati i razviti proizvod ili uslugu u skladu s vlastitim sredstvima i vlastitom tvrtkom (jezgra poslovanja)
- moći odrediti cijenu proizvoda u skladu s vlastitim sredstvima i vlastitim tvrtke (jezgra poslovanja)
- biti u mogućnosti odabrati distribucijski kanal do kupaca, u skladu s vlastitim sredstvima i vlastitim tvrtke (jezgra poslovanja)
- biti u mogućnosti razviti i implementirati promotivnu strategiju u skladu s vlastitim sredstvima i vlastitim tvrtke (jezgra poslovanja)

Predloženo trajanje: 3 sata

Tema A4.5. Promocija i prodaja

Sadržaj:

Promocija je unapređenje proizvoda, ideja, ili gledišta kroz promidžbu i / ili oglašavanje. Unapređenje prodaje je poticanje prodaje ostvarene kroz natjecanje, demonstraciju, popuste, izložbe ili sajmove, igre, poklone, trenutak-prodaje i prikazivanja tehnologije i poznavanja robe, posebnim ponudama i slične aktivnosti.

Promocijski miks je specifična kombinacija promotivne metode koje se koriste za jedan proizvod ili obitelj proizvoda. Elementi promocijskog miksa mogu uključivati ispis ili emitiranja reklame, izravni marketing, osobnu prodaju, prodajno prikazivanje, i / ili prikazivanja tehnologije i poznavanja robe.

Ishodi učenja:

- definirati opće pojmove kao što su promocija, prodaja, unapređenje prodaje, marketing, marketinški miks, mješavina promocija
- definirati i razlikovati različite aktivnosti u marketingu, kao što su oglašavanje, odnosi s javnošću, izravni marketing, promociju prodaje
- razlikovati marketinški miks od promocijskog miksa

- biti u mogućnosti usporediti različite poticaje prodaje
- ocijeniti, a zatim odabrati optimalnu stimulaciju prodaje za vlastiti proizvod / uslugu / poduzeće
- procijeniti, ako je prodaja uspješna ili neuspješna da li ako je potrebno mijenjati buduće akcije u prodaji i / ili promociji

Predloženo trajanje: 3 sata

- **Tema A5 – Pisanje poslovnog plana**

Sudionici će naučiti osnove poslovnog planiranja i razvoja poslovnog plana. 4 sata po temi.

Ukupno trajanje: 20 sati

Tema A5.1. Sažetak i misija

Sadržaj:

Sažetak je kratak, ali sveobuhvatan sinopsis poslovnog plana ili investicijskog prijedloga, koji ističe svoje ključne točke i općenito prilagođen za vanjsku publiku.

Poslovni plan predstavlja skup dokumenata pripremljenih od strane menadžmenta tvrtke u kojem sažima svoje operativne i financijske ciljeve u skoroj budućnosti (obično jedne do tri godina) i pokazuje kako će se postići. On služi kao nacrt za vođenje politike i strategije firme, te se kontinuirano mijenjati kako se mijenjaju uvjeti i nove mogućnosti i / ili prijetnje pojavljuju. Kad se priprema za vanjsku publiku (zajmodavci, potencijalni investitori) donosi detalje o prošlosti, sadašnjosti i predviđenu učinkovitost tvrtke.

Misija je pisana izjava organizacije o glavnoj svrsi i fokusu koji ostaje nepromijenjena tijekom vremena.

Ishodi učenja:

- definirati poslovni plan i njegove dijelove
- kombinirati dijelove poslovnog plana na optimalan način, u skladu s poslovnom idejom
- definirati sažetak s vizijom, misijom i tvrtke jezgre svrhe

Predloženo trajanje: 4 sata

Tema A5.2. Poslovna analiza okruženja i SWOT analiza

Sadržaj:

SWOT analiza predstavlja analizu situacije u kojoj unutarnje snage i slabosti organizacije, te vanjske prilike i prijetnje s kojima se suočavaju su unijete u strategiju. SWOT je kratica za snage, slabosti, prilike i prijetnje.

Ishodi učenja:

- definirati SWOT analizu za svoju tvrtku
- utvrditi unutarnje snage i slabosti, vanjske prilike i prijetnje
- definirati poslovno okruženje i njegov utjecaj na tvrtke na tržištu
- izraditi analizu za poslovno okruženje za svoju kompaniju kroz političko-pravne, ekonomske, društveno-kulturne i tehnološke čimbenike na tržištu
- biti u mogućnosti dati primjere za svaku skupinu faktora koji utječu na vašu tvrtku / proizvod / uslugu

Predloženo trajanje: 4 sata

Tema A5.3. Industrija pozadina, natjecatelj analiza i analiza tržišta

Sadržaj:

Istraživanje tržišta može se provoditi kroz Pest analizu, koja je vrsta analize stanja u kojem političko-pravni (stabilnost Vlade, potrošnje, oporezivanja), ekonomski (inflacija, kamatne stope, nezaposlenost), društveno-kulturni (demografija, obrazovanje, raspodjela dohotka) i tehnološki (generacija znanja, pretvorba otkrića u proizvode) čimbenici su ispitani na grafikonu dugoročnih planove organizacije.

Ishodi učenja:

- definirati pojmove kao što su analiza konkurenta i analiza tržišta
- biti u mogućnosti procijeniti industrije pozadinu
- definirati Pest analiza i koristiti ga za vlastite tvrtke / proizvoda / usluge
- definirati i razlikovati političko-pravne, ekonomske, društveno-kulturne i tehnološke čimbenike na tržištu, s naglaskom na one važne za svoju tvrtku
- da bi mogli ukazati na važnost za svaki faktor za vlastite tvrtke / proizvoda / usluge
- biti u mogućnosti odrediti dugoročni plan za vlastito poduzeće

Predloženo trajanje: 4 sata

Tema A5.4. Marketinški plan, strategija poslovanja, financijsko planiranje

Sadržaj:

Marketinški plan je proizvod specifičan, tržišni specifične ili cijele tvrtke plan koji opisuje aktivnosti uključene u postizanju specifičnih marketinških ciljeva u određenom vremenskom razdoblju. Plan tržišta počinje s identifikacijom specifične potrebe kupaca i kako ih tvrtka namjerava ispuniti dok generira prihvatljivu razinu povratka. To obično uključuje analizu trenutne tržišne situacije (mogućnosti i trendova) i detaljne programe djelovanja, proračuna, prodaje prognoze, strategije i projicirane financijske izvještaje.

Strategija operacije je plan navođenja kako će organizacija izdvojiti sredstva kako bi se podržalo infrastrukturu i proizvodnju. Poslovna strategija obično pokreće cjelokupnu poslovnu strategiju organizacije, te je dizajnirana kako bi se povećala učinkovitost proizvodnje i podrška elementima, a umanjuje troškove.

Financijsko planiranje je dugoročno planiranje u cilju stvaranja dobiti u svrhu većeg povrata na imovinu, rast tržišnog udjela, i u svrhu rješavanja predvidljivih problema.

Ishodi učenja:

- definirati pojmove kao što su marketinški plan, plan i strategija poslovanja, financijski plan
- definirati pojmove kao što su detaljan akcijski program, proračun, prognoza prodaje, strategija i planiranje financijskih izvještaja
- razlikovanje dijelova marketinškog plana i da bi mogli razviti jedan za svoju tvrtku
- razlikovati dijelove poslovanja plana i da bi mogli razviti jedan za svoju tvrtku
- razlikovati dijelove financijskog plana i da bi mogli razviti jedan za svoju tvrtku
- mogućnost djelovanja u skladu s marketinškim planom, poslovnim planom i financijskim planom
- procijeniti različite mogućnosti i trendove
- biti u stanju riješiti probleme koji se javljaju u provedbi poslovnih planova

Predloženo trajanje: 4 sata

Tema A5.5. Sažetak menadžmenta

Sadržaj:

Organizacija i koordinacija aktivnosti poslovanja kako bi se postigli definirani ciljevi. Menadžment se sastoji od isprepletenih funkcija stvaranja korporativne politike i organiziranje, planiranje, kontrolu i usmjeravanje tvrtke resursa kako bi se ostvarili ciljevi.

Ishodi učenja:

- definirati upravljanje i opisati aktivnosti upravljanja, kao što su organiziranje, planiranje, kontrola
- definirati ciljeve za svoju tvrtku i da ih stvaraju na način da oni mogu biti mjerljivi i jasni
- procijeniti i izmjeriti definirane ciljeve, aktivnosti i postignute ciljeve
- organizirati i koordinirati različite aktivnosti poslovanja u cilju postizanja definiranih ciljeva
- biti u mogućnosti mijenjati svake buduće aktivnosti kako bi se upravljalo poslom onako kako je planirano

Predloženo trajanje: 4 sata

3. Modul B koji se odnosi na temu "Socijalne kompetencije"

Obrazovanje moduli koje smo mogli koristiti za Modul B "socijalnih kompetencija" u pet dijelova: Page | 25

- **Tema B1 - motivacija**

Motivacija je osnova i psihološka značajka koja čini ljude djelovati prema željenom cilju i izaziva, kontrolira i održava određeno ponašanje prema zadanom cilju. To se može smatrati kao pokretačka sila; psihološka koja prisiljava ili pojačava radnju prema željenom cilju.

Ukupno trajanje: 8 sati

Tema B1.1. Samo-motivacija

Sadržaj:

Samo-motivacija je ključna životna vještina i nešto o čemu svi zainteresirani za osobni razvoj trebaju pažljivo razmišljati o tome. Motivacija nas tjera da postignemo svoje ciljeve, osjećamo se ispunjeno i poboljšamo ukupnu kvalitetu života. Ljudi koji su samo-motivirani imaju tendenciju da se više organiziraju, s dobrim vještine upravljanja vremenom i imaju više samopoštovanja i samopouzdanja.

Postoji snažna korelacija između samo-motivacije, osobnih ciljeva i postignuća. Kako bi bili motivirani na pravi način može nam pomoći provođenje određenog vremena u razmišljanju o našim osobnim ciljevima i što želimo postići u svom životu.

Ishodi učenja:

- definirati pojmove poput motivacije, samo-motivacije, osobnih ciljeva i postignuća
- razlikovati pojmove motivaciju i samo-motivaciju
- biti u stanju prepoznati stvari koje vas motiviraju kao osobu

Predloženo trajanje: 2 sata

Tema B1.2. Postavljanje osobnih ciljeva

Sadržaj:

Osobni razvoj je cjeloživotni proces. To je način za ljude kako procijeniti svoje vještine i osobine, razmotriti svoje ciljeve u životu i postaviti ciljeve kako bi ostvarili i povećali svoje potencijale.

Ishodi učenja:

- biti u stanju definirati ciljeve za svoj osobni razvoj
- biti u stanju definirati i opisati vaša očekivanja

Predloženo trajanje: 2 sata

Tema B1.3. Motivacijske tehnike i kako razviti (cjeloživotno) motivaciju u svakodnevnom životu

Sadržaj:

Postoje dvije glavne vrste motivacije: unutarnja i vanjska:

- Unutarnja = ljubav. Drugim riječima, "Ja to učiniti, jer želim"
- Vanjska = novac. Drugim riječima, "Ja to učiniti, jer moram".

U radu i životu, naići ćete na ljude koji su motivirani zbog oba faktora, a najčešće od mješavine oba. Ljudi motivacije također će se promijeniti u različito vrijeme, i za različite zadatke. Kako bi se voditi učinkovito, morate biti svjesni ravnoteže između unutarnje i vanjske motivacije, ovisno koja motivacija vas vodi. Ako ljudi rade stvari koje vole, gotovo će biti spremni učiniti bez plaćanja. Možete dati različite nagrade za različite ljude, možda pružiti nekima više izazovan posao kao nagradu za postizanje ciljeva, a drugima dodatno slobodno vrijeme.

Ljude motivira činjenica da su njihovi napori poštovani. To ne znači samo 'platiti'; to znači napomenuti i komentirati. To ne mora biti posebno priznanje ili vrijedna nagradu, samo jednostavna, ključna riječ 'hvala', izrečena osobno.

Ishodi učenja:

- naučiti da se motivacija kod ljudi mijenja s vremenom
- biti svjestan ravnoteže između unutarnje i vanjske motivacije
- znati kako i kada reći 'hvala'
- postati svjesni za treba dati različite nagrade za različite ljude
- pokazati da se napor cijeni bez obzira na prigodu

Predloženo trajanje: 4 sata

• Tema B2 - Samopouzdanje i samopoštovanje

Društveno-psihološki pojam samopouzdanja odnosi se samo-uvjerenje u nečije osobne prosudbe, sposobnosti, snage, itd. Samopoštovanje je izraz koji se koristi u psihologiji da bi se pokazala ukupna emocionalna evaluacija osobe prema vlastitim vrijednostima. To je suđenje o sebi odnosno stav prema sebi. Samopoštovanje obuhvaća uvjerenja (primjerice, "Ja sam nadležan", "Ja sam dostojan") i emocije, kao što su trijumf, očaja, ponosa i srama.

Ukupno trajanje: 12 sati

Tema B2.1. Samopouzdanje i obrani svojeg mišljenja

Sadržaj:

Samopouzdanje dolazi iz osjećaja blagostanja, prihvaćanja svog tijela i uma (samopoštovanje) i vjere u vlastite sposobnosti, vještine i iskustvo. Samopoštovanje je vrijednost, naše percepcije i uvjerenja tko smo i za što smo sposobni. Naš samopoštovanje može biti usklađene s percepcijom drugih ljudi o tome tko smo mi.

Samopoštovanje varira od situacije do situacije, iz dana u dan i sata u sat. Neki ljudi osjećaju se opušteno i pozitivno s prijateljima i kolegama, ali nelagodno i sramežljivo sa strancima. Drugi se mogu osjećati dobro dok rade, ali u društvu nelagodno (ili obratno).

Svatko je drugačiji. Neki ljudi su, naravno, pozitivni i optimistični, održavaju ravnotežu kada su suočeni sa stalnim poteškoćama, a drugi obratno. Neki ljudi se izvana pokazuju pozitivno i optimistično, a bore se s niskim samopoštovanjem i osjećaj sumnje iznutra.

Povjerenje i samopoštovanje nisu ista stvar, iako su često povezani. Povjerenje je izraz koji koristimo za opisati kako se osjećamo o našoj sposobnosti da obavljamo uloge, funkcije i zadatke. Samopoštovanje je izraz koji koristimo za opisati kako se osjećamo, način na koji gledamo, način na koji mislimo - da li se osjećamo ili ne osjećamo dostojno ili vrijedno. Osobe s niskim samopouzdanjem često pate od niskog samopouzdanja općenito, ali ljudi s dobrim samopoštovanjem mogu imati nisku razinu povjerenja. Također je sasvim moguće da ljudi s niskim samopouzdanjem mogu biti vrlo sigurni u nekim područjima.

Ishodi učenja:

Stanje nedostatka samopouzdanja ima iznenađujuće prodoran utjecaj - ušulja se do skrivenih kutaka i ima utjecaj na stvari koje želite učiniti kada najmanje očekujete.

Postati samouvjereni - ideje za razmišljanje:

- Što je samopouzdanje?

- Kako se došlo / gdje se samopouzdanja dolazi?
- Možete li zamisliti nekoga tko je potpuno samouvjeren?
- Možete li reći ima li osoba samopouzdanje ili ne možete?
- Kako ste se osjećali kad ste razgovarali s nekim tko je u potpunosti samouvjeren?
- Da li se samouvjerena osoba uvijek osjeća samouvjereno?

Samopouzdanje nije samo jedna stvar; povezano je sa sljedećim čimbenicima:

- **fleksibilnost;**
- **relativna samostalnost;**
- **samokritičnost:** sposobnost prihvatiti kritiku i uzeti ju u obzir za poboljšanje rada i osobnosti pojedinca;
- **prepoznavanje zasluge drugih:** znati prepoznati i pohvaliti druge za njihov rad;
- **"ostavljati iza sebe uobičajene staze"**, znajući kako birati između različitih mogućnosti i ocijeniti ih prema pozitivnim rezultatima za život i rad pojedinca.

Predloženo trajanje: 2 sata

Tema B2.2 Kritike i kritičko mišljenje

Sadržaj:

Kritičko mišljenje može se opisati kao sposobnost uključivanja se u reflektirajuća i nezavisna razmišljanja. Netko s kritičnim vještinama razmišljanja može:

- Razumjeti logičke veze između ideja.
- Identificirati, izgraditi i ocijeniti argumente.
- Otkriti nedosljednosti i uobičajene pogreške u rasuđivanju.
- Rješavati problema sustavno.
- Identificirati relevantnost i važnost ideje.
- Razmišljajte o opravdanosti vlastitih uvjerenja i vrijednosti.

Bez obzira na vrijeme uključenja, kritičko razmišljanje je razmišlje o stvarima na određeni način kako doći do najboljih mogućih ishoda u trenutnim okolnostima kada je mislilac svjestan. Štoviše, u svakodnevnom jeziku je način razmišljanja o svemu što se trenutno zaokuplja um, tako da dođete do najboljeg dostupnog zaključka.

B2.2.1. Vrste poniženja

B2.2.2 Kako reagirati na kritike

B2.2.3 Kako kritizirati konstruktivno

B2.2.4 Pohvale

Ishodi učenja:

- nositi se s kritikama pozitivno
- prihvatiti kritiku kada je konstruktivna

- koristiti kritike na pozitivan način za poboljšanje
- prepoznati važnost nositi se s kritikama na pozitivan način, jer je negativan način onaj na koji možete smanjiti vaše samopoštovanje i uzrokovati stres, ljutnju ili čak i agresiju
- dati kompliment obitelji, prijateljima, kolegama s pravim riječima s pravim povodom

Predloženo trajanje: 4 sata

Tema B2.3. Rješavanje konflikta / Rješavanje problema

Sadržaj:

Svatko može imati koristi od vještina rješavanja problema kao što se susrećemo s problemima na dnevnoj bazi; Neki od tih problema su očito sve teži i složeniji od drugih. Pristup je dizajniran za rješavanje problema u organizacije ili skupini, ali također može se lako prilagoditi za rad na individualnoj razini.

Učinkovito rješavanje problema obično uključuje rad kroz niz koraka ili faza, kao što su one navedene u nastavku:

- Problem identifikacija uključuje: otkrivanje i priznanje da postoji problem; identificira prirodu problema; definiranje problema.
- Strukturiranje problema uključuje: Razdoblje promatranja, pažljivog pregleda, utvrđivanje činjenica i razvoj jasne slike problema.
- U potrazi za mogućim rješenjima: U ovoj fazi ćete generirati niz mogućih načina djelovanja, ali s malo pokušaja da ih procjenjujete u ovoj fazi.
- Donošenja odluke uključuje pažljivu analizu različitih mogućih načina djelovanja, a zatim odabirom najbolje rješenje za provedbu.
- Provedba uključuje prihvaćanje i provođenje odabranog smjera djelovanja.
- Praćenje / Traženje povratne informacije - ta faza se odnosi na razmatranje ishoda rješavanja problema u određenom vremenu, uključujući i traženje povratne informacije za uspjeh ishoda odabranog rješenja.

Ishodi učenja:

- identificirati probleme - identificirati prirodu problema i definiranje samog problema
- otkriti i prepoznati da postoji problem; Strukturiranje problema uključuje: Razdoblje promatranja, pažljivi pregled, utvrđivanje činjenica i razvoj jasne slike problema.
- tražiti i stvoriti moguća rješenja, onda ih ocijeniti i odabrati najbolje
- biti u mogućnosti donijeti odluku koja uključuje pažljivu analizu različitih mogućih načina djelovanja, a zatim odabir najboljeg rješenje za provedbu
- prihvaćanje i provođenje odabranog načina djelovanja
- pratiti i tražiti povratne informacije
- ocijeniti ishode rješavanja problema kroz određeno vremensko razdoblje

Predloženo trajanje: 4 sata

Tema B2.4. Pregovaranje

Sadržaj:

Pregovaranje je način na koji se ljudi riješe razlike. To je proces u kojem je kompromis ili dogovor postignut, a izbjegavajući raspravu i spor. U svakom neslaganju pojedinaca, razumljiv je cilj postići najbolji mogući ishod za njihovu poziciju (ili možda za organizaciju koju predstavljaju).

Proces pregovaranja uključuje sljedeće faze:

1. Priprema
2. Rasprava
3. Pojašnjenje ciljeva
4. Pregovarati prema ishodu Win-Win
5. Ugovor
6. Provedba tijekom akcije

Ishodi učenja:

- biti u mogućnosti pripremiti argumente za raspravu
- biti u mogućnosti raspravljati o određenim specifičnim temama
- biti u mogućnosti razjasniti argumente
- definirati i opisati argumente
- pristati na zajedničke ciljeve
- provesti određene radnje u skladu sa pregovorima

Predloženo trajanje: 2 sata

• Tema B3 - Društvene i inter-personalne vještine

Socijalni vještina je bilo koja vještina koja olakšava interakciju i komunikaciju s drugima. Društvene pravila i odnosi su stvoreni, komunicirani i mijenjani na verbalne i neverbalne načine. Proces učenja takvih vještina zove se socijalizacija.

Inter-personalne vještine ponekad se također nazivaju društvene sposobnosti ili komunikacijske vještine.

Inter-personalne vještine su sposobnosti osoba korištene za komunikaciju i interakciju s drugima. To su uvjeravanja, aktivno slušanje, delegiranje i vodstvo.

Socijalne kompetencije vezane su uz:

- razumijevanje funkcionalne pismenosti i tko je funkcionalno pismen;
- razumijevanje značenja otkrivanja i prepoznavanja problema obrazovanja / osposobljavanja;
- važnost razumijevanja učenja / obrazovnu neuspješnost za učinkovito rješenje problema i poboljšanja kroz znanje;
- razumijevanje činjenice da se problemi u učenju mogu utjecati na razinu obrazovanja i pismenosti pojedinca;
- razumijevanje posljedica učenja / obrazovnih neuspješnosti za psiho-socijalni razvoj pojedinca i mentalnog zdravlja;
- razumijevanje važnosti uloge razvoja socijalnih vještina za socijalno uključivanje odraslih osoba s problemima u učenju;
- razumijevanje uloge u ponašanju u različitim situacijama i komunikacijskih stilova;
- razumijevanje važnosti kako sebe predstaviti, kako priopćavati informacije, kako pružiti povratnu informaciju;
- razumijevanje važnosti cjeloživotnog učenja (učenje ne samo o memoriranju i obnavljanje materije, već i o dubljoj dimenziji);
- razumijevanje različitih strategija učenja;
- poznavanje ciljeva dobrog komuniciranja (vještine učinkovite komunikacije, važnost neverbalne komunikacije, verbalne komunikacije i njezinih zakona);
- znanje o tome kako zadržati ton gasa u neugodnim situacijama (izbjegavanje konfliktnih situacija, generalizacija i drugo) i kako pojasniti neugodnu situaciju.

Ukupno trajanje: 12 sati

Tema B3.1. Uvod

Sadržaj:

Inter-personalna komunikacija je proces u kojem ljudi razmjenjuju informacije, osjećaje i značenje kroz verbalne i neverbalne poruke: komunikacija licem u lice.

Inter-personalna komunikacija je ne samo ono što njeno ime kaže već jezik koji se koristi – način na koji se govori i neverbalne poruke koje se šalju tonom glasa, izrazom lica, gestama i govorom tijela.

Ishodi učenja:

- prepoznati emocije u sebi i drugima
- regulirati i upravljati jake emocije (pozitivne i negativne)

Predloženo trajanje: 1 sat

Tema B3.2. Komunikacija

Sadržaj:

Komunikacija je jednostavno čin prijenosa podataka s jednog mjesta na drugo. Iako je ovo jednostavna definicija, kad razmišljamo o tome kako ćemo komunicirati subjekt postaje mnogo složeniji. Postoje razne kategorije komunikacije i više od jedne mogu se pojaviti u bilo koje vrijeme.

Različite kategorije komunikacije su:

- Govorne ili verbalne komunikacije: licem u lice, telefonom, preko radijea ili televizije i drugih medija.
- Neverbalna komunikacija: jezik tijela, geste, kako se odijevamo ili što činimo - čak i naš miris.
- pisane komunikacije: pisma, e-mailovi, knjige, časopisi, internet ili putem drugih medija.
- Vizualizacije: grafikoni, karte, mape, logotipi i drugi tipovi vizualizacije mogu komunicirati poruke.

Ishodi učenja:

- surađivati, pregovarati i upravljati sukobom nenasilno
- komunicirati i učinkovito raditi u skupinama
- biti u mogućnosti ukazati na određene teme ili teme za raspravu
- tražiti pomoć i dati pomoć kada potrebno
- pokazati etičku i društvenu odgovornost
- razviti komunikacijske vještine (slušanje, neverbalna komunikacija, timsko rješavanje problema, argumentiranje, komunikacija)

Predloženo trajanje: 3 sata

Tema B3.3. Slušanje

Sadržaj:

Slušanje je sposobnost da točno primati i tumačiti poruke u komunikacijskom procesu. Slušanje je ključ učinkovite komunikacije, bez sposobnosti da učinkovito slušamo poruke jednostavno - komunikacija puca i pošiljatelj poruke može lako postati frustriran ili iziritiran.

B3.3.1. Učinkovito slušanje

B3.3.2. Aktivni listening vještine

Aktivno slušanje je vještina koja se može steći i razvijati s praksom. Međutim, aktivno slušanje može biti teško svladati i treba uzeti vremena i strpljenja da se razvije.

"Aktivno slušanje" znači, kao svoje ime sugerira, aktivno slušanje. To je u potpuna usredotočenost na ono što je netko rekao, a ne samo pasivno 'slušanje' poruke govornika.

Ishodi učenja:

- biti u mogućnosti slušati i komunicirati precizno i jasno
- uzeti tuđe perspektive i osjetiti svoje emocije

Predloženo trajanje: 3 sata

Tema B3.4. Pitanja i povratne informacije

Sadržaj:

Ispitivanje je ključ za dobivanje više informacija i bez njega međuljudska komunikacija ne može uspjeti. Ispitivanje je od temeljne važnosti za uspješnu komunikaciju - svi pitaju i pitani su kada sudjeluju u razgovoru.

No koliko god da mislite da su vaše sposobnosti slušanja dobre, jedina osoba koja ti vam reći, da li ste ju dobro shvatili je govornik. Dakle, kao nastavak dobre sposobnosti slušanja, morate razviti sposobnost da pravilno reagirate na riječi i osjećaje i da možete pojasniti da ste ih razumjeli ispravno. Često je važno da se vi i govornik slažete da ono što je rekao i razumijete.

Ishodi učenja:

- postavljati pitanja bez oklijevanja
- odgovoriti na pitanja kada se traži bez oklijevanja
- približiti drugima i izgraditi pozitivne odnose
- oduprijeti se negativnim pritisku vršnjaka

Predloženo trajanje: 3 sata

Tema B3.5. Neverbalna komunikacija i tijelo jezik

Sadržaj:

Inter-personalna komunikacija ne uključuje samo eksplicitno značenje riječi, informaciju ili poruku koja se prenosi, već se odnosi i na implicitne poruke, bilo namjerno ili ne, koje su izražene kroz neverbalno ponašanje.

Neverbalna komunikacija uključuju izraze lica, ton i visinu glasa, geste koje se prikazuju kroz govor tijela i fizičke udaljenosti između komunikatora. Ti neverbalni signali mogu dati tragove i dodatne informacije i što znači govorna (verbalna) komunikacija.

Vrste međuljudske komunikacije koja nisu izražene verbalno nazivaju se neverbalne komunikacije. One uključuju:

- Pokrete tijela
- Držanje
- Kontakt Očima
- Para-jezik
- Blizina ili osobni prostor
- Izrazi lica
- Fiziološke promjene

Ishodi učenja:

- opisati neverbalne komunikacije u općim uvjetima
- prepoznati važnost neverbalne komunikacije
- moći čitati izraze lica, ton i visinu glasa, geste prikazane kroz govor tijela i fizičke udaljenosti između komunikatora i prepoznati značenje neizgovorene riječi
- koristiti ton i visinu glasa na određeni način u određenoj situaciji

Predloženo trajanje: 2 sata

• **Tema B4 - Timski rad**

Timski rad je "rad s nekoliko suradnika sa svakim radeći jedan dio, ali sve podređujući kako bi se istakla učinkovitost cjeline".

Proces rada u suradnji s grupom ljudi kako bi se postigao cilj. Timski rad je često ključni dio poslovanja, kao što je to često potrebno za kolege da rade dobro zajedno, trudeći se najviše u bilo kojim okolnostima.

Timski rad znači da će ljudi pokušati surađivati, koristeći svoje individualne vještine i pružiti konstruktivne povratne informacije, bez obzira na eventualni osobni sukob između pojedinaca.

Ukupno trajanje: 8 sati

Tema B4.1. Učinkovit tim i timske uloge

Sadržaj:

Učinkovitost je stupanj do kojeg se postižu ciljevi i opseg u kojem se rješava ciljani problem. Za razliku učinkovitosti, djelotvornost je važna bez obzira na cijenu i, dok je učinkovitost znači "raditi dobro" djelotvornost znači "raditi pravu stvar."

Ishodi učenja:

- biti u stanju uspostaviti i održavati zdrave i ispunjene odnose s različitim pojedincima i skupinama
- komunicirati i učinkovito raditi u skupinama
- tražiti pomoć i dati pomoć kada potrebito

Predloženo trajanje: 4 sata

Tema B4.2. Odlučivanje

Sadržaj:

Odlučivanje je misaoni proces odabira logičnog izbora iz dostupnih opcija.

Kada pokušava napraviti dobru odluku, osoba mora izvagati pozitivne i negativne strane svake opcije, i razmotriti sve alternative. Za učinkovito donošenje odluka, osoba mora biti u stanju predvidjeti ishod svake opcije, kao i na temelju svih tih podataka, odrediti koja je opcija najbolja za određenu situaciju.

Postupak opisan ovdje slijedi sedam faza:

1. Popisati sva moguća rješenja / opcije.
2. Postavljanje vremenske skale i odlučivanje tko je odgovoran za odluku.
3. Prikupljanje informacija.
4. Procjenjivanje rizika koji su uključeni.
5. Odlučivanje o vrijednostima, odnosno ono što je važno.
6. Procjenjivanje pro i kontra svake opcije.
7. Izrada odluke.

Ishodi učenja:

- biti u mogućnosti napraviti konstruktivne i respektabilne odluke o osobnom ponašanju i socijalne interakcije na temelju razmatranja etičkih standarda, sigurnosnih problema, društvenih normi, realne procjeni posljedica različitih akcija i dobiti sebe i drugih

Predloženo trajanje: 2 sata

Tema B4.3. Pregovori

Sadržaj:

Nesporazum je čest uzrok prekida pregovora. Takve poteškoće se mogu pojaviti zbog razlika u gledanju, podrijetlu ili kulturi, kao i zbog mnogih drugih čimbenika.

U pregovorima je posebno moguće da ne 'čujemo' ono što drugi namjeravaju reći zbog nedostatka samopouzdanja na dijelu nedjelotvornim slušanja druge osobe. Bitno je da imaju jasno razumijevanje o tome što druga strana nastoji postići. To nije uvijek ono što je prvotno stanje i njihovi ciljevi.

Gledajući interese često omogućava razumijevanje stvarnih ciljeva. Isto tako, valja jasno navesti što su vaši ciljevi da obje strane mogu raditi zajedno tražiti obostranu korist.

Ishodi učenja:

- prepoznati prednosti i potrebe područja
- poštivati druge i sebe, cijeniti razlike
- ispravno identificirati probleme

Predloženo trajanje: 2 sata

• Tema B5 - Cjeloživotno učenje

Cjeloživotno učenje je "neprekidna, dobrovoljna, i samo-motivirana" potraga za znanjem za bilo osobnih ili profesionalnih razloga. Dakle, ne samo da poboljšava socijalne uključenosti, aktivno građanstvo i osobni razvoj, već i konkurentnost i zapošljivost.

Ukupno trajanje: 8 sati

Tema B5.1. Neformalno učenje

Sadržaj:

Neformalno učenje je vrsta učenja u kojem pojedinac stječe znanja kroz osobno iskustvo, izvan formalnih obrazovnih okruženjima, kao što su škole i tečajevi.

Neformalno učenje je učenje koje nije formalno obrazovanje. Neformalno učenje je organizirano drugačije od formalnog i neformalnog učenja, jer nema zadane ciljeve u pogledu ishoda učenja i nikada nije namjera iz učenikova stajališta. Često se naziva i učenje kroz iskustvo ili samo kao iskustvo. Za sve učenike to uključuje heuristički građenje jezika, socijalizacija, inkulturacija, i

igranje. Neformalno učenje je kontinuirano i prožima pojave učenja putem sudjelovanja ili učenja putem stvaranja znanja, za razliku od tradicionalnog učenja nastavnika usmjerenog putem stjecanja znanja.

Neformalno obrazovanje je opći pojam za obrazovanje izvan standardnog školskom okruženju. To se može odnositi na različite oblike alternativnog obrazovanja, kao što su:

- *Unschooling* ili učenje kod kuće
- Autodidakcija (učenje samog sebe)
- Rad s mladima

Neformalni nastavnici rade u mnogim različitim vrstama aktivnosti s pojedincima i skupinama koji žele baviti s njima. Masovni mediji (uključujući televiziju, video igre, časopise, itd.), muzeji, knjižnice, zoološki vrtovi, poslije-školske skupine i druge organizacije u zajednici i kulturne institucije mogu ponuditi oblike neformalnog obrazovanja.

Dodatna korist od razvoja materijala za neformalno obrazovanje je da oni mogu biti korisni za roditelje kod kuće sa svojom djecom, ili odrasle koji žele proširiti svoje znanje, bilo za vlastite obogaćenja ili povećanje mogućnosti svoje izgrađivanja karijere.

Ishodi učenja:

- prepoznati važnost rada u životu osobe
- prepoznati važnost cjeloživotnog učenja
- prepoznati zanimljive načine učenja koji vam odgovara kao osoba

Predloženo trajanje: 2 sata

Tema B5.2. Osobni razvoj

Sadržaj:

Uključivanje sljedećih vještina koje su ključne:

- **Inter-personalno znanje i povjerenje**, što uključuje otkrivanje sebe, samosvijest i prihvaćanje sebe. Povjerenje predstavlja prvi uvjet za dvije osobe da se međusobno upoznaju. Otkrivanje sebe, s druge strane, sadrži informacije o tome kako su sudionici doživjeti aspekte njihovog odnosa, koliko dobro smo svjesni naših reakcija ili nas samih i koliko dobro možemo komunicirati s drugima.
- **Uzajamno prihvaćanje i odobravanje**, što uključuje uzajamno odobrenja, podršku i prihvaćanje.
- **Konstruktivno rješenje sukoba vezanih za odnos**, što uključuje strategije za rješavanje inter-personalnih sukoba. Sukobi su neizbježni u vezi između dvoje ljudi, a oni nude priliku za daljnji rast.
- **Prilagodljivost i djelovanje u odnosima.**

Ishodi učenja:

Kada je riječ o osobnom razvoju pojedinca, slijede društvene kompetencije trebaju biti uključeni i naglasio:

- prepoznati različitosti i reagirati na to
- biti u mogućnosti analizirati problematične situacije
- biti u mogućnosti steći nove informacije
- biti u mogućnosti kritički i samokritično analizirati
- biti u mogućnosti razgovarati
- biti u mogućnosti pregovarati
- biti u mogućnosti razgovarati
- razviti komunikacijske vještine (slušanje, neverbalna komunikacija, timsko rješavanje problema, argumentiranje, komunikacija)
- biti u mogućnosti prepoznati vlastite osjećaje
- biti u mogućnosti svladati vlastite osjećaje
- biti u mogućnosti tražiti pomoć za sebe

Predloženo trajanje: 6 sati

4. Reference

- <http://www.skillsyouneed.com/ps/self-motivation.html> (pristupljeno: 25/11/2014)
- EC (2007). Key competences for lifelong learning – European Reference Framework
- European Commission Communication "Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning", COM (2006) 33 final.
- <http://www.businessdictionary.com> (pristupljeno: 16/12/2014)
- Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December for lifelong learning (2006/962/EC)