

ODPRTI KURIKULUM

LLP TOI Projekt Competent to do – Prenos kompetenc na mentorje za doseganje podjetniških (poklicnih) in socialnih kompetenc zapornic in nekdanji zapornic

Pripravil:



University College of Economics, Entrepreneurship and Management Nikola Šubić Zrinski



ODPRTI KURIKULUM

Projekt: Prenos kompetenc na mentorje za doseganje podjetniških (poklicnih) in socialnih kompetenc zapornic in nekdanji zapornic. Akronim: Competent To Do.

Avtor: Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski, Zagreb, Hrvaška

V sodelovanju s partnerji:

- Center za dopisno izobraževanje Univerzum, Ljubljana, Slovenija
- FCZB – Frauen Computer Zentrum, Berlin, Nemčija
- Center Spirala, Ljubljana, Slovenija
- MIT – Zavod za širšo družbeno sprejemljivost in sprejetost, Ljubljana, Slovenija
- VšĮ Žmogiškųjų išteklių stebėsenos ir plėtros biuras, Šiauliai, Litva

Slovensko izdajo založil: Center za dopisno izobraževanje Univerzum, Grošljeva 4, 1000 Ljubljana

Tel.: (+386) 1 583 92 70

Telefax: (+386) 1 583 92 97

E-naslov: info@cdi-univerzum.si

www.cdi-univerzum.si

Za založbo: Albert Štrancar (albert.strancar@cdi-univerzum.si)

Oblikovanje: Lidija Borštnar

Prevod iz angleščine: Mitja Leskovar

@Vse pravice pridržane

Verzija: 1.0

1. natis: Ljubljana, december 2015

Brez pisnega dovoljenja izdajatelja je prepovedano reproduciranje, distribuiranje, javna priobčitev, predelava ali druga uporaba tega gradiva v kakršnikoli obliki (fotokopiranje, tiskanje, elektronska oblika).

Kazalo

1. Predstavitev odprtega kurikulumuma	2
2. Modul A, ki se nanaša na temo »Poslovne kompetence«.....	11
Tema A1 – Spoznavanje podjetniškega okolja	11
Tema A2 – Določanje smeri razvoja podjetnika	14
Tema A3 – Osnove računalništva za podjetnike	16
Tema 4 – Osnove trženja	18
Tema A5 – Pisanje poslovnega načrta	22
3. Modul B, ki se nanaša na »Socialne kompetence«	26
Tema B1 – motivacija	26
Tema B2 – Samozavest in samospoštovanje	28
Tema B3 – Socialne in medosebne veščine	32
Tema B4 – Timsko delo.....	37
Tema B5 – vseživljenjsko učenje	39
4. Viri:.....	42

1. Predstavitev odprtega kurikulumu

Kakovostna izobrazba predstavlja temelj in možnost za nenehen razvoj družbe. Partnerji projekta so se odločili sodelovati, razvijati in izmenjevati izkušnje ter inovativne pristope pri poučevanju odraslih. Izobrazba nam lahko izdatno poveča možnosti pridobitve boljše zaposlitve, ki nas izpopolnjuje, kjer lahko zaslužimo več in kjer lahko postanemo uspešnejši na izbrani karierni poti.

Evropska Unija je postavila osem ključnih kompetenc vseživljenjskega učenja, s pomočjo katerih se ljudje lahko uspešno odzovejo na razvojne izzive družbe znanja in globalnih trgov. Izobraževalna politika je sprejela iste ključne kompetence. Te so:

- **Sporazumevanje v maternem jeziku** – sposobnost ustreznega in ustvarjalnega izražanja in pojasnjevanja pojmov, misli, stališč, čustev, ter jezikovne komunikacije v najrazličnejših družbenih in kulturnih okoliščinah: v izobraževanju, pri delu, v prostem času in vsakdanjem življenju; vključuje tudi razvijanje zavedanja o vplivu jezika na druge kot tudi uporabo jezika na dostojen, pozitivno naravn in družbeno odgovoren način.
- **Sporazumevanje v tujih jezikih** – sposobnost razumevanja, ustnega in pisnega izražanja in pojasnjevanja pojmov, misli, stališč, občutkov in dejstev v tujem jeziku v ustrezni vrsti družbenih in kulturnih okoliščin. Pomembna razsežnost te kompetence je tudi usposobljenost medkulturnega razumevanja.
- **Matematična kompetenca ter osnovne kompetence v znanosti in tehnologiji**; matematična kompetenca je sposobnost usvojitve in uporabe matematičnega načina razmišljanja za reševanje mnogih težav v vsakdanjem življenju.
- **Digitalna pismenost** vključuje varno in kritično uporabo informacijskih in komunikacijskih tehnologij pri poklicnem, zasebnem in družabnem življenju kot tudi pri komunikaciji. Ključni deli osnovnih IKT spretnosti in sposobnosti so: uporaba računalnika za pridobivanje, shranjevanje, ustvarjanje, vrednotenje, predstavitev in izmenjavo informacij ter razpredanje sodelovalnih omrežij preko Interneta.
- **Učenje učenja** je sposobnost učiti se in vztrajati pri učenju, organizirati lastno učenje, vključno z učinkovitim upravljanjem s časom in informacijami, posamezno in v skupinah.

- **Socialne in državljanske kompetence** vključujejo sposobnost osebnega, medosebnega in medkulturnega sodelovanja.
- **Samoiniciativnost in podjetnost** posameznika za uresničevanje svojih zamisli. Vključuje ustvarjalnost, inovativnost in sprejemanje tveganj ter sposobnost načrtovanja in vodenja projektov za doseganje ciljev. Je osnova za izvajanje vsakdanjih aktivnosti na delovnem mestu in v družabnem življenju.
- **Kulturna zavest in izražanje** – spoštovanje pomena kreativnega izražanja zamisli, izkušenj in čustev v različnih medijih, vključno z glasbo, plesom idr.

Odpri kurikulum je dobrodošla novost v izobraževalnih programih in omogoča prilagodljivost glede na tekočo gospodarsko in politično situacijo, ne glede na družbeni prostor in čas ter v soglasju s socialnimi partnerji in delodajalci, in ponuja ciljnim skupinam strokovna znanja v različnih modulih. To omogoča širše in bolj poglobljene kompetence ali pa zahteva dodatne poklicne kvalifikacije, da bi dosegli dodatne cilje splošnega izobraževanja (funkcionalno pismenost). Strokovni moduli in moduli za doseganje socialnih veščin pilotne izvedbe v Zavodu za prestajanje kazni zapora Ig in v Litvi bodo izbrani v skladu s stanjem v družbi (ko bo projekt izpeljan) v vsaki državi. Tako odpri kurikulum dovoljuje uporabo (trajnostni vidik projekta) še v daljšem času po uspešnem zaključku pilotnega projekta, saj se vsak modul lahko vključi v novo, spremenjeno/prilagojeno ciljno skupino in družbeni prostor.

Leta 2013 je Evropska komisija navedla, da bi »podjetniški programi morali študentom ponuditi orodja ne le za pridobitev ali razvoj poslovnih znanj in temeljnih veščin in stališč, temveč bi morali tudi spodbujati ustvarjalnost, podjetništvo, vztrajnost, timsko delo, prepoznavanje tveganj, zavedanje odgovornosti, reševanje problemov, komunikacijo, mreženje in vodenje. Taka podjetniška naravnost omogoča podjetnikom pretvoriti svoje ideje v dejanja in jim znatno povečuje možnosti zaposlitve.« in to idejo skušamo gojiti na Visoki šoli Nikola Šubić Zrinski. Dandanes ima praktično znanje veliko prednost pred teoretičnim in načelo »izkustvenega učenja« je sprejemljivo na vseh ravneh izobraževanja – od vrtca do izobraževanja odraslih. V naši ustanovi spodbujamo študente k samostojnosti in uporabi teoretičnih znanj na praktičen način – da vodijo svoja mala ali srednja podjetja. Menimo, da vloga učitelja ni poučevati, kako voditi podjetje, pač pa zagotoviti študentom splošen nabor kompetenc, ki jim bodo omogočile ravnati podjetniško.

Nadalje, skupen cilj podjetniškega izobraževanja je predati študentom znanje, veščine in stališča za podjetniško ravnanje.

Znanje

Pod pojmom znanje razumemo temeljito poznavanje podjetništva vključujoč vlogo, ki jo imajo podjetniki in podjetništvo v sodobnih gospodarstvih in družbah.

- Ekonomska in finančna pismenost vključujeta poznavanje pojmov in procesov, ki se nanašajo na podjetništvo.
- Znanje o organizaciji poslovanja in procesov je posebno poznavanje poslovnega okolja, na katerega se podjetništvo pogosto nanaša.
- Poznavanje zaposlitvenih možnosti in trga dela je izid učenja, ki se ne nanaša le na podjetništvo, ampak je del splošne priprave študentov na njihove bodoče karijerne izbore. Razumevanje podjetništva vsekakor zahteva dobro poznavanje narave dela in različnih vrst poslovanja. To znanje omogoča študentom določiti in pripraviti svoje mesto na trgu dela, tako da imajo dobro razvito zavedanje o priložnostih in omejitvah.

Veščine

Podjetniške veščine so povezane s sposobnostjo preleviti ideje v dejanja. Raven teh veščin se ocenjuje na temelju naslednjih značilnosti: ustvarjalnost, analiziranje, motiviranje, mreženje in prilagodljivost.

- Komunikacijske veščine, veščine prezentacije in načrtovanja kot tudi timsko delo so transverzalne podjetniške veščine.
- Praktično raziskovanje podjetniških priložnosti je sestavljeno iz različnih faz v procesu ustanavljanja podjetja, vštveši pripravo in izvrševanje poslovnega načrta.

Odnos

Podjetniški odnos vključuje prevzemanje odgovornosti za lastno učenje, poklic in življenje. Stališče študentov, ki se učijo podjetništva, lahko ocenjujemo na podlagi naslednjih lastnosti: smisel za pobude, nagnjenost k tveganjem, samoučinkovitost, potreba po dosežkih in strukturirano vedenje.

Slednje se nanaša na sposobnost dela na strukturiran način kot tudi vztrajati ob soočanju z neuspehom in ovirami.

- Samozavedanje in samozaupanje sta temeljni lastnosti za vsa druga stališča podjetništva. Vključujeta odkrivanje in zaupanje v sposobnosti posameznika, da svoje ustvarjalne ideje pretvori v dejanja. V mnogih državah so taka stališča tudi splošni cilji izobraževanja.
- Prevzemanje pobude in tveganj, kritično mišljenje, ustvarjalnost ter reševanje problemov so temelj in hkrati značilnosti podjetne osebnosti.

S tem odprtim kurikulumom želimo spodbuditi našo ciljno skupino k dvema osnovnima pojmom, ki jih poučujemo in negujemo – vseživljenjsko učenje in samozaposlitev. V njih vidimo svetlo bodočnost za bivše zapornice in prestopnice ne glede na državo bivanja. Povsod po Evropi se podjetniki učijo od vsega in vsakogar, še posebej od uporabnikov, dobaviteljev, konkurentov, zaposlenih, partnerjev in drugih podjetnikov. Tako podjetniško učenje prinaša znanje o tem, kako prepoznati in izrabiti priložnosti, kot tudi način, kako začeti, organizirati in izpeljati podjetniško idejo, ne glede na to, ali se ta pojavi v Sloveniji, Litvi ali na Hrvaškem. To je vseživljenjsko učenje procesov, ki temeljijo na akumulaciji znanja in izkušenj, ki neprestano izboljšujejo podjetniške veščine. Da bi bilo učenje podjetništva učinkovito in da bi lahko gradili podjetniške veščine študentov, morajo tudi profesorji biti podjetniki, saj podjetniške veščine zahtevajo aktivno angažiranje študentov, da ti izkažejo svojo ustvarjalnost in inovativnost.

Podjetniške kompetence in veščine se lahko pridobijo ali zgradijo skozi lastno izkušnjo učenja in skozi življenjske izkušnje. Da bi učitelji izvedli učinkovita predavanja, je treba razviti rezultate učenja, povezane s podjetništvom in z metodami ocenjevanja in zagotavljanja kakovosti na vseh ravneh izobraževanja. S podporo, spodbujanjem in uporabo pristopov in metod aktivnega učenja, praktičnih izkušenj in izkustvenega učenja imajo študenti priložnost diskutirati, izraziti in vrednotiti svoje proces učenja – kot metode in znanja: Kako naj se naučijo, kar se učijo? Razmišljanje bi se moralo osredotočiti tako na procese učenje kot na najdene rešitve. Učitelji morajo sistematično zbirati povratne informacije študentov, glede na to, da je vnema učečega pomembna za upravljanje izvedbe podjetniškega izobraževanja.

Metode aktivnega učenja so:

- **Dialog in diskusija:** dialog kot metoda ima značilnosti usmerjenosti in motivacije. Študentom omogoča spoznavanje s programom za ustvarjanje načrta dela in motivacijo za prihajajoče dejavnosti upoštevajoč pomembnost izvedbe oz. doseženih ciljev, torej dejstev, ki se jih je treba naučiti.
- **Raziskovanje:** vključuje samoraziskovanje dejstev, iskanje pomembnih povezav in zvez med pridobljenimi podatki, prestrukturiranje podatkov, ponovno določanje ciljev in doseganje novih, neodvisnih (nepričakovanih) rezultatov. Študent uporablja računalnik kot sredstvo za izkazovanje lastnih raziskovalnih (ustvarjalnih) zmožnosti.
- **Učenje skozi reševanje problemov:** učenje, ki temelji na problemih, omogoča višjo stopnjo ustvarjalnosti pri študentih. To je najvišja stopnja in oblika učenja. Študent in računalnik drug drugemu podajata nabor problemskih nalog, ponovno iščeta rešitve in nenehno rešujeta problemske situacije. Učenje je izjemno zanimivo, zato se to znanje smatra kot zelo uporabno v praksi, še posebej v novih problemskih situacijah.
- **Simulacijske igre:** igre poslovne simulacije kot oblika eksperimentalnega učenja se osredotočajo na izboljševanje poslovnih odločitev in izgradnjo veščin na podlagi študentove naravne zmožnosti za uporabo tehnologij. Poslovne simulacije zagotavljajo prostor, kjer je učenje rezultat nalog, ki se simulirajo in izpeljujejo z vsebino simulacije, medtem ko se znanje razvije skozi vsebino simulacije, veščine pa kot rezultat igre simulacije.
- **Analiza vsebine:** vključuje sistematično računanje, evalvacijo, interpretacijo in analizo materialnih oblik komunikacije med posamezniki ali skupinami.
- **Študija primera:** je analitičen, povezan, ustvarjalen in uporaben način mišljenja, da se zavedamo problema. Cilj metode je razviti alternativne rešitve, razumeti večpomenskost praktičnih problemov, možnost/pripravljenost za evalvacijo in avtonomno odločanje, iskanje vrzeli v znanju drugih, poglobljanje znanja in izboljševanje socialnih veščin.

Po drugi strani pa se s socialnimi kompetencami v tem odprtem kurikulumu spoznavamo sproti. Vemo, da je samozaposlitev najbolj odvisna od lastne motivacije, ki je ključna življenjska veščina in o čemer bi moral vsakdo, ki mu je mar za osebni razvoj, temeljito razmisliti.

Obstaja nekaj klasifikacij ključnih kompetenc, ki so potrebne v 21. stoletju. V Evropski uniji so definirane ključne kompetence za vseživljenjsko učenje, ki bi ljudem morale omogočiti prilagajanje hitrim spremembam in vse bolj povezanemu svetu (Priporočila Evropskega parlamenta in Sveta o ključnih kompetencah za vseživljenjsko učenje, 2006).

Definirali so osem ključnih kompetenc, ki jih posamezniki potrebujejo za svojo osebno rast, za aktivno državljanstvo, socialno vključenost in zaposlovanje, ki se jih morajo naučiti tekom izobraževanja. Te so: sporazumevanje v materinem jeziku, sporazumevanje v tujih jezikih, matematična kompetenca ter osnovne kompetence v znanosti in tehnologiji, digitalna pismenost, učenje učenja, socialne in državljanske kompetence, samoiniciativnost in podjetnost ter, kulturna zavest in izražanje. Poudarili so pomembnost izobraževanja, ki ima dvojno vlogo v EU – gospodarsko in družbeno. Državljanom mora zagotavljati ključne kompetence za prilagajanje družbenim spremembam. Ima tudi vlogo družbenega povezovanja, omogočati mora enakost in uspeh pri pridobivanju teh kompetenc vsem skupinam, predvsem tistim s posebnimi potrebami (marginalne in ranljive ciljne skupine, kamor spadajo tudi osebe na prestajanju kazni zapora in po prestani kazni), dolgotrajno brezposelni in osebe z nizko ravno pismenosti. Kompetenca je sposobnost posameznika opraviti neko nalogo, uporabiti in povezovati pridobljeno znanje različnih, kompleksnih in nepredvidljivih situacijah.

Upošteva je zgoraj navedene skupine kompetenc, bi želeli omeniti (glede na prvo kompetenco – motivacijo), da smo o tem že veliko pisali v dokumentu o motivacijskih pristopih. Tu pa želimo poudariti, da se motivacija razvršča med osebne kompetence.

Motivacija nas sili v dosego svojih ciljev, da se počutimo izpolnjene in da si izboljšamo kakovost življenja. Ljudje, ki so samo-motivirani, so bolj organizirani, imajo dobre veščine upravljanja s časom in imajo več samospoštovanja in samozavesti. Razumevanje in razvoj vaše samo-motivacije vam lahko pomaga prevzeti nadzor nad drugimi vidiki vašega življenja.

Samospoštovanje in samozavest sta ključna za naše ciljne skupine tako kot motivacija. Samozavesti se ni moč naučiti kot seznam pravil; zaupanje je stanje uma. Pozitivno razmišljanje, praksa, usposabljanje, znanje in pogovor z drugimi ljudmi so učinkoviti načini za izboljšanje in okrepitev vaše ravni samozavesti.

Ta prihaja iz stanja dobrega počutja, sprejemanja svojega telesa in uma (samospoštovanja) in prepričanja v lastne sposobnosti, veščine in izkušnje.

Socialne in medosebne veščine so večinoma povezane z veščinami sporazumevanja in predstavitve. To je področje, ki ga je v kurikulumu treba še posebej poudariti. Učinkovita govorna komunikacija je odvisna od niza dejavnikov, ni pa je možno osamiti od drugih pomembnih medosebnih veščin, kot so neverbalna komunikacija, veščine poslušanja in pojasnjevanja. Večina neuspehov v vsakdanjem življenju doma ali pri delu nastane zaradi pomanjkanja komunikacijskih veščin. Krepitev le-teh priporočamo pri delu s ciljnimi skupinami in upravičenci

Timsko delo in delo v skupinah je potrebno tem ženskam, da občutijo ponovno vključenost v družbo. Pogosto je to dolg in počasen proces in vsaka ženska ne doseže iste ravni, kar je glavni razlog, da poudarjamo delo v skupinah in timih. Razlika je v tem, da timi delajo skupaj za skupen cilj, kar ima močan in neposreden vpliv na socialne kompetence vsakega posameznika.

Osebnostne kompetence:

- radovednost
- motiviranost
- ustvarjalnost
- skepticizem
- iskrenost
- zavzetost
- samospoštovanje
- zanesljivost
- odgovornost
- iniciativnost
- vztrajnost

Kot izhaja iz zgoraj navedenega, je samospoštovanje tudi osebna kompetenca:

- izgradnja samozavesti in samospoštovanja
- pomanjkanje samozavesti

Ob pomanjkanju samozavesti je treba posvetiti pozornost naslednjemu:

- skromna samozavest
- družbena osama in dolgotrajna osamljenost
- stereotipi in njihov vpliv na javno mišljenje
- strah, da bi povpraševanje po boljših storitvah prineslo nove izključitve
- nezaupanje v lastne pravice

Iz seznama je razvidno, da ima nizka samozavest lahko vpliv na štiri vidike našega življenja: **razmišljanje, čustva, vedenje in telo.**

Učinki / vplivi nizke samozavesti
<p>Razmišljanje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Ne zmorem.” • “To je zame pretežko.” • “Ne vem, kako.” • “Morda ne morem doseči tega.” • “Nisem dovolj dobra; nekdo drug bo to naredil bolje od mene.” • “Ne morem se odločiti, kaj storiti.”
<p>Čustva:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strah • Tesnoba • Pričakovana zaskrbljenost • Skrbi, še posebej pred prihajajočimi problemi • Razočaranje in jeza na sebe • Strah pred neznanim in novimi okoliščinami • Zamera, ki izgleda navzven preprosto, za osebo pa ne • Potrtost / obup in občutek demoraliziranosti
<p>Vedenje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bolj zadržano kot živahno – se ne izpostavlja • Oseba težko podaja predloge in se ne zavzame zase • Se izogiba dejavnostim, je počasna, nima poguma prevzeti pobudo • Se izogiba novostim in uvajanju sprememb v svoje življenje • Išče pomoč in nasvet, četudi pozna odgovore • Okleva in potrebuje neprestano spodbudo • Se drži v ozadju (nikdar ne zasede prve vrste, raje zadnjo in ostaja neopažen) • Potrebuje potrditev in odobravanje
<p>Telesni znaki nizke samozavesti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sključena telesna drža, ki kaže na zaprtost vase • Ne gleda ljudem v oči • “Nerodnost” ali nemir • Občutek napetosti in nervoze • Počasnost, nedejavnost, lenost, zaspanost (negibnost in otopelost)

KOGNITIVNO PODROČJE

Raven in pomen: uporabite te glagole v zapisanih ciljeh za opis povezanih miselnih ravni.

Znanje: spominjanje prej naučene snovi (priklic dejstev).

- Definirati, razlikovati, identificirati, pozanimati se, označiti, navesti, ujemati se, zapomniti, imenovati, brati, spomniti se, prepoznati, povezati, ponavljati, zapisati, izbrati.

Razumevanje: zmožnost dojetanja pomena naučenega znanja.

- Povezati, opisati, razlikovati, diskutirati, pojasniti, razširiti, posplošiti, podati primere, ponazoriti, sklepati, tolmačiti, odkrivati, prerazporediti, preurediti, ponovno formulirati, predelati, strniti, preoblikovati, prevesti.

Uporaba: sposobnost uporabe učnih gradiv na nov način.

- Uporabiti, izračunati, izbrati, razvrstiti, pokazati, razviti, posplošiti, ponazoriti, povzročiti, organizirati, vaditi, prestrukturirati, skicirati, rešiti, prenesti, izrabiti.

Analiza: sposobnost razdeliti gradivo na dele, tako da se razume njegova organizacijska struktura.

- Analizirati, kategorizirati, razvrstiti, primerjati, razlikovati, sklepati, opisati, odkriti, prikazati, razločevati, poskušati, združevati, raziskati, poudariti, uvrstiti na seznam, izprašati, razporediti, testirati.

Sinteza: sposobnost kombiniranje predhodnih izkušenj z novimi gradivi in tvoriti popolnoma novo strukturo.

- Združiti, sestaviti, ustvariti, oblikovati, tvoriti, vključiti, spremeniti, načrtovati, izdelati, predlagati, rešiti.

Vrednotenje: sposobnost presoje pomena/koristi gradiv za določen namen.

- Presoditi, oceniti, izbrati, primerjati, zaključiti, razmisliti, grajati, oceniti, soditi, meriti, določiti vrednost, odrezati se, odločiti se, podpreti, preveriti, ceniti.

2. Modul A, ki se nanaša ne temo »Poslovne kompetence«

Razvoj družbe znanja in proces globalizacije, še posebej krepitev globalnih trgov in konkurence, ustvarjata nove potrebe na ravni družabnega življenja in življenja posameznika na vseh področjih: kulturnem, znanstvenem, tehnološkem, gospodarskem, v družbeni koheziji in vlogi posameznika kot državljana in njegovem osebnem razvoju.

Življenje in delo v moderni družbi hitrih sprememb in ostre konkurence zahteva nova znanja, veščine, sposobnosti, vrednote in stališča. Nove osebne kompetence poudarjajo razvoj inovativnosti, ustvarjalnosti, reševanja problemov, kritičnega mišljenja, podjetnosti, računalniške pismenosti, družbenih in drugih veščin. Teh pa se ne da pridobiti v tradicionalni vzgoji in izobraževalnem sistemu kot sredstvu prenosa znanja. Premik v politiki učnega načrta in načrtovanja s prenosa znanja v razvoj kompetenc pomeni preobrat v pristopu in programiranju izobraževanja.

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

Izobraževalni moduli za podjetnike začetnike, ki smo jih ponudili v Modulu A »Splošne podjetniške kompetence« v petih delih:

- **Tema A1 – Spoznavanje podjetniškega okolja**

Spoznavanje sodelujočih – potencialni podjetniki z aktivnostmi vezanimi na začetek poslovanja. Omogočanje posameznikom, da samostojno izdelajo poslovni načrt svojega podjetja.

Skupno trajanje: 32 ur.

Tema A1.1. Kaj je podjetništvo / podjetje / podjetniško okolje?

Vsebina:

Podjetništvo je proces zagona podjetja ali druge organizacije. Podjetnik razvija poslovni model, pridobiva človeške in potrebne vire in je v celoti odgovoren za uspeh ali neuspeh. Podjetništvo deluje znotraj podjetniškega ekosistema ali podjetniškega okolja.

Učni cilji:

- biti sposoben opredeliti splošne pojme podjetništva, podjetja, podjetnika, podjetniškega okolja
- razlikovati med podjetništvom in gospodarstvom / poslovanjem
- prepoznati pomembnost podjetništva v gospodarstvu države

Predvideno trajanje: 8 ur

Tema A1.2. Priložnosti za samozaposlitev in zagonsko podjetje – uvod

Vsebina:

Samozaposlitev je pomeni ustvarjati lastne prihodke neposredno od kupcev, strank ali drugih organizacij, za razliko od zaposlitve pri delodajalcu. Samozaposleni si v splošnem sami najdejo delo, in jim ga ne posreduje delodajalec; prihodek ustvarjajo z obrtjo ali podjetjem, ki ga upravljajo.

Zagonsko podjetje je mlado podjetje, ki se šele razvija. Večinoma so to majhna podjetja, ki jih financira in vodi peščica ustanoviteljev ali celo posameznik.

Učni cilji:

- opisati zagonsko podjetje kot obliko samozaposlitve
- razumeti priložnosti, ki jih ponuja samozaposlitev in navesti primere samozaposlitve
- prepoznati prednosti samozaposlitve
- izbrati in ovrednotiti posameznikove možnosti in izdelati idejo lastnega zagonskega podjetja
- načrtovati poslovanje in ga prilagoditi v skladu s priložnostmi posameznika
- sposobnost izbrati jedro lastnega poslovanja v skladu s priložnostmi
- razviti poslovno idejo v okvirju in smernicah, ki jih poda predavatelj

Predvideno trajanje: 8 ur

Tema A1.3. Priložnosti za samozaposlitev in zagonsko podjetje – analiza

Vsebina:

Zgodnja faza v življenjskem ciklu podjetja, ko podjetnik prestopi iz stanja ideje v zagotavljanje financiranja, s čimer utrjuje osnovno strukturo poslovanja in zagon poslovanja ali trgovanja.

Učni cilji:

- opisati življenjski cikel podjetja
- prepoznati prednosti in pretnje samozaposlitve
- načrtovati faze in razviti ideje skozi faze poslovanja
- razločevati zagon poslovanja znotraj podjetja
- analizirati tržno okolje in prepoznati priložnosti

Predvideno trajanje: 8 ur

Tema A1.4. Priložnosti za samozaposlitev in zagonsko podjetje – financiranje

Vsebina:

Investiranje v zagonsko podjetje je dejanje, s katerim se vlaga v zagonsko fazo podjetja (start-up). Financiranje predstavlja zagotavljanje finančnih virov, običajno v obliki denarja, za financiranje potreb, programov in projektov, s strani vlade ali organizacije. V splošnem se beseda uporablja, ko podjetje uporabi svoje notranje rezerve, ko potrebuje gotovino, pojem »financiranja« pa se uporablja za pridobivanje kapitala iz zunanjih virov.

Investicija je čas, energija ali material porabljen v pričakovanju prihodnjih koristi, pridobljenih v določenem časovnem okviru ali do datuma. Investicija ima v ekonomiji in financah različen pomen. V ekonomiji je investicija akumulacija novo proizvedenih fizičnih entitet kot so tovarne, stroji, poslopja, zaloge blaga. V financah je investicija vložek denarja v sredstva v pričakovanju rasti kapitala, dividend in/ali obrestnih prihodkov.

Računovodska enačba je matematična struktura bilance. Nanaša se na sredstva, obveznosti in lastniški kapital.

Sredstva = obveznosti + kapital (kapital podjetja je enak lastniškemu deležem)

Obveznosti = sredstva – kapital

Kapital = sredstva – obveznosti

V finančnem računovodstvu so sredstva tudi ekonomski vir. Vsa opredmetene in neopredmetene stvari, ki so lahko lastnina ali pa lahko pridobivajo vrednost in vzdržujejo pozitivno ekonomsko vrednost se smatrajo kot sredstva. Poenostavljeno, sredstva predstavljajo vrednost lastništva, ki se lahko pretvori v gotovino.

Učni cilji:

- opisati izraze: financiranje, investiranje, sredstva in finance
- opisati splošne računovodske pojme: sredstva, obveznosti, kapital
- razlikovati pojme plemenitnje kapitala, dividenda, obrestni prihodki
- prepoznati možnosti financiranj lastnega podjetja
- izračunati približen znesek denarnih sredstev potrebnih za financiranje lastnega podjetja
- sposobnost izbrati optimalne načine financiranja
- izdelati finančni načrt in ga prilagajati glede na finančno knjigovodstvo

Predvideno trajanje: 8 ur

• Tema A2 – Določanje smeri razvoja podjetnika

Namen modula je usposobiti podjetnike za učinkovito doseganje poslovnih ciljev in ključnih dejavnikov uspeha v poslovanju, strateškem in operativnem načrtovanju in marketinški strategiji.

Skupno trajanje: 8 ur

Tema A2.1. razvoj lastnega podjetja – vizija, vrednote in poslanstvo

Vsebina:

Vizija je opis pričakovanj, kar želi organizacija doseči v srednjeročnem ali dolgoročnem obdobju. Predstavlja jasen vodič za izbiro sedanjih in prihodnjih dejanj.

Poslanstvo je pisna izjava organizacije o temeljnem namenu in smislu obstoja podjetja in običajno ostaja nespremenjeno skozi daljše časovno obdobje. Poslanstvo je vzrok, vizija pa je posledica in v tem je temeljna razlika med njima; poslanstvo opravljamo, viziji pa sledimo, da bi to dosegli.

Vrednote in namen podjetja so splošni cilji podjetja, ki so navedeni v statutu ali memorandumu o sodelovanju.

Učni cilji:

- opisati vizijo, poslanstvo, vrednote in namen podjetja
- razlikovati med vizijo in poslanstvom
- ustvariti vizijo lastnega podjetja
- ustvariti poslanstvo lastnega podjetja
- določiti vrednote in namen podjetja
- načrtovati prihodnje dejavnosti podjetja v skladu z določenim poslanstvom, vizijo in vrednotami
- sposobnost menjati vizijo ali poslanstvo podjetja (po potrebi)
- prepoznati pomembnost začrtane poti podjetja

Predvideno trajanje: 8 ur

Tema A2.2. razvoj lastnega podjetja – SWOT analiza in raziskava trga

Vsebina:

SWOT analiza predstavlja analizo stanja, kjer se temeljito razdelajo notranje prednosti in slabosti organizacije ter zunanje priložnosti in pretnje, s katerimi se le-ta sooča, in je del strategije podjetja. Raziskava trga se lahko izdela s pomočjo PEST analize, ki je vrsta analize stanja na področju politično-pravnega (stabilnost vlade, potrošnja, obdavčitev), gospodarskega (inflacija, obrestne mere, brezposelnost), socialno-kulturološkega (demografija, izobrazba, distribucija prihodkov) in tehnološkega (ustvarjanje znanja, pretvorba inovacij v proizvode) okolja, ki se vnese v dolgoročne načrte organizacije.

Učni cilji:

- Definirati SWOT analizo
- Prepoznati SWOT analizo kot najvažnejše orodje v določanju notranjih prednosti in slabosti in zunanjih priložnosti in pretenj
- Definirati raziskavo tržišča
- Definirati PEST analizo in jo prepoznati kot ono od najvažnejših orodij za raziskavo trga
- Razlikovati politično-pravne, gospodarske, družbeno-kulturološke in tehnološke dejavnike na tržišču
- Pridobiti sposobnost podajanja primerov za vsako skupino dejavnikov in jih primerjati
- Poudariti pomembnost vsakega dejavnika za lastno podjetje

Predvideno trajanje: 8 ur

Tema A2.3. Razvoj lastnega podjetja – lastni viri in priložnosti

Vsebina:

Vaši viri se lahko definirajo in opišejo skozi notranje analize – pregled prednosti in slabost podjetja, ki se osredotoča na te dejavnike iz svoje domene. Podrobna notranja analiza običajno da dober občutek glede osnovnih kompetenc in zelenih izboljšav, ki podjetju pomagajo zadovoljiti potrebe potencialnih strank na zastavljenem tržišču. Ko določite svoje cilje, boste spoznali tudi svoje priložnosti.

Učni cilji:

- Definiranje lastnih virov
- Izvedba notranje analize podjetja
- Sposobnost sprememb in izboljšav (po potrebi)
- Prepoznati priložnosti v skladu z razpoložljivimi viri
- Poudariti prednosti in jih uporabiti v prihodnjih dejavnostih

Predvideno trajanje: 8 ur

Tema A3 – Osnove računalništva za podjetnike

Udeleženci se bodo naučili uporabljati računalnik, operacijski sistem Windows, osnove Worda in osnove uporabe Interneta. 4 ure na temo.

Skupno trajanje: 20 ur

Tema A3.1. Windows in MS Office – Uvod

Vsebina:

Microsoft Windows je operacijski sistem, ki ga načrtuje in izdeluje podjetje Microsoft Corporation. Podobno kot drugi operacijski sistemi je tudi Windows operacijski sistem uporabniku prijazen, ponuja grafični prikaz in organizacijo informacij ter enostaven dostop. Uporablja ikone in orodja, ki poenostavljajo zapletene operacije, ki jih računalnik izvaja.

MS Office je paket programskih orodij, ki ga je razvil Microsoft Corporation in ga sestavljajo programi Microsoft Word, Excel, Access, Publisher, PowerPoint in Outlook. Vsak program služi svojemu namenu in je združljiv z drugimi programi vključenimi v paket. Deluje na operacijskih sistemih Windows in Macintosh. Microsoft Office je najbolj uporabljen programski paket na svetu.

Učni cilji:

- Obvladati delo z datotekami
- Uporaba iskalnikov
- Predstaviti osnovne definicije informacijske tehnologije
- Opisati komponente osebnega računalnika
- Prepoznati operacijske sisteme in uporabniške programe
- Opisati osnovne funkcije osebnega računalnika
- Prikazati upravljanje z operacijskim sistemom

Predvideno trajanje: 1 ura

Tema A3.2. MS Word

Vsebina:

MS Word je – upravičeno – najbolj popularen program za obdelavo besedil. Je enostaven za uporabo in omogoča izdelavo različnih vrst dokumentov.

Učni cilji:

- Razumeti program Word
- Ustvariti, urejati in oblikovati dokumente
- Delo s tabelami, uvoz in izvoz podatke med datotekami
- Preveriti dokument
- Shraniti, zaščititi in tiskati dokument

Predvideno trajanje: 4 ure

Tema A3.3. MS Excel – 1. del

Vsebina:

MS Excel uporabnikom omogoča da organizirajo, oblikujejo in izračunavajo številčne podatke s pomočjo formul in tabel oblikovanih v vrstice in stolpce.

Učni cilji:

- Razumevanje tabel
- Ustvarjanje, urejanje in oblikovanje delovnega lista
- Delo z grafi
- Izvajanje osnovnih kalkulacij
- Izpis tabel

Predvideno trajanje: 4 ure

Tema A3.4. MS Excel – 2. del

Vsebina:

Napredna uporaba Excela je lahko dokaj različna. Excel uporablja najrazličnejše formule za matematične izračune – od preprostih do zelo zahtevnih. Program se lahko uporablja tudi za grafičen prikaz podatkov.

Učni cilji:

- Organizirati, oblikovati izračunavati podatke z uporabo formul v tabelah
- Ustvariti, urejati in oblikovati delovne liste
- Oblikovati grafikone
- Izvajati napredne izračune

Predvideno trajanje: 4 ure

Tema A3.5. MS PowerPoint

Vsebina:

MS PowerPoint omogoča uporabnikom izdelavo in oblikovanje večpredstavnostnih predstavitev, ki jih prikazujemo na projektorju ali osebem računalniku. Programsko orodje združuje slike, zvoke, video, besedilo in grafikone v interaktivne prezentacije.

Učni cilji:

- Ustvariti učinkovite predstavitve
- Uporabiti oblikovanje za izboljšanje izgleda predstavitve
- Natisniti predstavitev

• Tema A4 – Osnove trženja

Trženje je proces, s katerim podjetje ustvarja vrednost za kupce in gradi trdne odnose z uporabniki, da ohrani njihova lojalnost.

Modul je namenjen start-up podjetnikom. Namen usposabljanja je izobraziti bodoče podjetnike za ustvarjanje zadovoljnih kupcev in uspešnega poslovanja. Učenje, kako zadovoljiti potrebe in zadovoljstvo kupcev ob pričakovanem donosu.

Skupno trajanje: 15 ur

Tema A4.1. Tržne raziskave

Vsebina:

Raziskava trga: opredelitev izbranega tržišča, merjenje velikosti in drugih značilnosti. Raziskava izdelkov: opredelitev potreb in želja potrošnikov ter lastnosti blaga in storitev, ki jih zadovoljijo. Raziskava potrošnikov: opredelitev želja, motivacije in nakupovalnih navad ciljnih potrošnikov.

Informacije za tržne raziskave se zbirajo z neposrednim opazovanjem potrošnikov (npr. v prodajalnah), anketiranjem, telefonskimi in osebnimi razgovori in tudi iz objavljenih virov (statistični in demografski podatki).

Nišno trženje temelji na koncentraciji vseh dejanj na ozkem, specifičnem in dobro opredeljenem segmentu prebivalstva. Niše ne »obstajajo«, marveč se »ustvarjajo« s prepoznavanjem potreb, želja in zahtev, ki jih konkurenčne družbe ne zaznajo, in jih lahko mi uspešno zadovoljimo z razvojem in dobavo blaga in storitev.

Učni cilji:

- Opredeliti pojme tržišče, konkurenca, raziskovanje, potrošniki in potrošniške potrebe / želje, nišno trženje
- Razlikovati potrebe in želje potrošnikov
- Razlikovati raziskavo trga, raziskavo izdelkov in raziskavo potrošnikov
- Opredeliti tržišče, na katerem bo delovalo lastno podjetje
- Izmeriti obseg tržišča in število konkurentov
- Poudariti izdelke, ki zadovoljujejo potrebe in želje na enak ali podoben način kot lastni izdelki / storitve
- Prepoznati tržne niše in jih po možnosti izkoristiti za lastno podjetje / izdelke / storitve

Predvideno trajanje: 3 ure

Tema A4.2. Potrošniške navade

Vsebina:

Potrošniške navade so proces, v katerem posamezniki iščejo, izberejo, kupijo, uporabljajo in razpolagajo z blagom in storitvami za zadovoljevanje svojih potreb in želja.

Odločanje potrošnika je proces, v katerem (1) potrošniki prepoznajo svoje potrebe, (2) zbirajo podatke, (3) preučujejo alternative in (4) se odločijo za nakup. Te aktivnosti so pogojene s psihološkimi in ekonomskimi dejavniki, nanje pa vplivajo tudi dejavniki iz okolja, kot so kulturne in družbene vrednote ter vrednote skupin.

Učni cilji:

- Definirati pojem potrošniške navade in odločanje potrošnika
- Prepoznati psihološke, ekonomske in dejavnike iz okolja, ki vplivajo na odločitve
- Zmožnost oceniti dejavnike, ki imajo močnejši/blažji vpliv na potrošniške navade glede na specifično blago ali storitev
- Sposobnost podati primere za kulturne, skupinske in družbene vrednote

Predvideno trajanje: 3 ure

Tema A4.3. Marketinški splet – Uvod

Vsebina:

Marketinški splet je načrtovana mešanica upravljivih elementov izdelka in ga ponazorimo z izrazom 4P: izdelek/storitev, cena, prostor in promocija. Gre za proces upravljanja, skozi katerega se blago ali storitev pomika od ideje do kupca.

Vključuje koordinacijo štirih elementov imenovanih 4P:

- (1) Opredelitev, izbor in razvoj izdelka;
- (2) Določanje cene
- (3) Izbor distribucijskega kanala do prodajnega mesta
- (4) Razvoj in uvedba promocijske strategije

Ti elementi se prilagajajo, dokler se ne najde najboljše sorazmerje med zadovoljevanjem potreb kupcev in optimalnim prihodkom.

Učni cilji:

- Definirati marketinški splet in 4P-je
- Razlikovati izdelke in storitve
- Opredeliti pojma promocija in promocijska strategija
- Opredeliti, izbrati in razviti izdelek ali storitev
- Določiti ceno izdelka
- Izbrati distribucijski kanal za doseg kupcev
- Razviti in vpeljati promocijsko strategijo

Predvideno trajanje: 3 ure

Tema A4.4. Opredelitev lastnega marketinškega spleta

Vsebina:

Ideja marketinga je ustvariti blago ali storitev, ki najbolj ustreza zahtevam določenega tržišča in je dovolj donosno, da upravičuje svoj nadaljnji obstoj.

Učni cilji:

- Zmožnost opredeliti, izbrati in oceniti določeno tržišče za lastni izdelek ali storitev
- Zmožnost opredeliti, izbrati in razviti izdelek ali storitev glede na sredstva v lastnem podjetju (glavna dejavnost)
- Določiti ceno izdelka storitev glede na sredstva v lastnem podjetju (glavna dejavnost)
- Izbrati distribucijski kanal za doseg kupcev glede na sredstva v lastnem podjetju (glavna dejavnost)
- Razviti in vpeljati promocijsko strategijo glede na sredstva v lastnem podjetju (glavna dejavnost)

Predvideno trajanje: 3 ure

Tema A4.5. Promocija in prodaja

Vsebina:

Promocija je pospeševanje izdelka, ideje ali stališča preko reklamiranja ali oglaševanja. Pospeševanje prodaje je spodbujanje prodaje, ki jo dosežemo s tekmovanji, predstavitvami, popusti, razstavami ali sejmi, igrami, darili, izobešanjem in trženjem na blagajnah, posebnimi ponudbami in podobnim.

Promocijski splet je specifična kombinacija promocijskih metod, ki se uporabljajo za izdelek ali skupino izdelkov. Elementi promocijskega spleta lahko vključujejo tiskane ali radio-televizijske reklame, direktni marketing, osebno prodajo in/ali izobešanjem in trženjem na blagajnah.

Učni cilji:

- Opredeliti splošne pojme: promocija, prodaja, pospeševanje prodaje, marketing, marketinški splet, mešanica promocij
- Opredeliti in razlikovati med različnimi dejavnostmi v marketingu npr.: oglaševanje, odnosi z javnostmi, direktni marketing, promocija prodaje
- Razlikovati marketinški in promocijski splet
- Primerjati različne prodajne spodbude
- Oceniti in izbrati optimalno prodajno spodbudo za lasten izdelek / storitev / podjetje
- Oceniti uspešnost prodaje in prilagoditi prihodnje prodajne ali promocijske aktivnosti

Predvideno trajanje: 3 ure

• Tema A5 – Pisanje poslovnega načrta

Udeleženci se bodo naučili osnov poslovnega načrtovanja in razvoja poslovnega načrta. 4 ure na temo.

Skupno trajanje: 20 ur

Tema A5.1. Povzetek za vodstvo in poslanstvo

Vsebina:

Povzetek je kratko in izčrpno besedilo, ki izpostavi ključne točke poslovnega načrta ali investicijskega predloga in je prilagojen zunanjemu občinstvu.

Poslovni načrt je skupek dokumentov, ki ga pripravi vodstvo podjetja in povzema operativne in finančne cilje za obdobje do treh let in prikazuje, kako bodo le-ti doseženi. Služi kot načrt vodenja politike in strategije podjetja in se neprestano spreminja v skladu s spreminjajočimi pogoji, in pojavljajočimi priložnostmi in pretnjami. Če se pripravlja za zunanje občinstvo (posojilodajalce, morebitne investitorje), detajlneje predstavi tudi pretekle, sedanje in pričakovane dosežke podjetja.

Poslanstvo je pisna izjava organizacije o temeljnem namenu in smislu obstoja podjetja in običajno ostaja nespremenjeno skozi daljše časovno obdobje.

Učni cilji:

- Opredeliti poslovni načrt in njegovo sestavo
- Združiti dele poslovnega načrta na optimalen način v skladu s poslovno idejo
- Opredeliti povzetek, vizijo in poslanstvo ter osnovno dejavnost podjetja

Predvideno trajanje: 4 ure

Tema A5.2. Analiza poslovnega okolja in SWOT analiza

Vsebina:

SWOT analiza predstavlja analizo stanja, iz katere se notranje prednosti in slabosti organizacije in zunanje priložnosti in pretnje, s katerimi se soočajo, vnesejo v strategijo podjetja. SWOT je kratica za prednosti, slabosti, priložnosti in pretnje (strengths, weaknesses, opportunities, threats).

Učni cilji:

- Opredeliti SWOT analizo za svoje podjetje
- Določiti notranje prednosti in slabosti ter zunanje priložnosti in pretnje
- Določiti poslovno okolje in njegov vpliv na podjetja na trgu
- Izdelati analizo (PEST) za poslovno okolje za lastno podjetje upoštevaje politično-pravne, gospodarske, družbeno-kulturološke in tehnološke dejavnike na trgu
- Podati primere za vsako skupino dejavnikov, ki vplivajo na vaše podjetje / izdelek / storitev

Predvideno trajanje: 4 ure

Tema A5.3. Stanje v panogi, analiza konkurentov in tržna analiza

Vsebina:

Raziskavo trga lahko izvedemo s situacijsko PEST analizo, ki je vrsta analize stanja na področju politično-pravnega (stabilnost vlade, potrošnja, obdavčitev), gospodarskega (inflacija, obrestne mere, brezposelnost), socialno-kulturološkega (demografija, izobrazba, distribucija prihodkov) in tehnološkega (ustvarjanje znanja, pretvorba inovacij v proizvode) okolja, ki se vnese v dolgoročne načrte organizacije.

Učni cilji:

- Opredeliti pojme kot analiza konkurentov in tržna analiza
- Ocena stanja v panogi
- Opredeliti PEST analizo in jo uporabiti za lastno podjetje / izdelek / storitev
- Opredeliti in razlikovati politično-pravne, ekonomske, družbeno-kulturološke in tehnološke dejavnike na trgu s poudarkom na pomembnih za lastno podjetje
- Poudariti pomembnost vsakega dejavnika za lastno podjetje / izdelek / storitev
- Izdelati dolgoročni načrt za lastno podjetje

Predvideno trajanje: 4 ure

Tema A5.4. Marketinški načrt, strategija poslovanja, finančno planiranje

Vsebina:

Marketinški načrt je odvisen od izdelka, tržišča in podjetja in opisuje dejavnosti za doseg specifičnih marketinških ciljev v določenem časovnem okvirju. Marketinški načrt se začne z opredelitvijo potreb strank in kako jih podjetje namerava izpolniti in obenem doseči zadovoljivo raven donosa. V splošnem vsebuje analizo trenutnega stanja na tržišču (priložnosti in pretnje) in podroben akcijski načrt, proračun, prodajne napovedi, strategije in projicirane finančne napovedi.

Izvedbena strategija je načrt, ki določa, kako bo organizacija uporabila vire za podporo infrastrukturi in proizvodnji. Izvedbena strategija sledi celoviti poslovni strategiji organizacije in je narejena tako, da maksimira učinkovitost proizvodnje in podpornih dejavnosti ob najnižjih stroških.

Finančno planiranje je dolgoročno načrtovanje dobička ob ustvarjanju čim večjega donosa na sredstva, rast tržnega deleža in reševanju predvidenih problemov.

Učni cilji:

- Opredeliti pojme: marketinški načrt, načrt in strategija poslovanja, finančni načrt
- Opredeliti pojme: podroben akcijski načrt, proračun, prodajna napoved, strategija in načrtovanje finančnih poročil
- Razlikovati sestavine marketinškega načrta z namenom razvoja skupnega za celo podjetje
- Razlikovati sestavine poslovnega načrta z namenom razvoja skupnega za celo podjetje
- Razlikovati sestavin finančnega načrta z namenom razvoja skupnega za celo podjetje
- Sposobnost ravnanja v skladu z marketinškim, poslovnim in finančnim načrtom
- Oceniti različne možnosti in trende
- Sposobnost reševanja problemov, ki se pojavljajo pri izvedbi poslovnih načrtov

Predvideno trajanje: 4 ure**Tema A5.5. Povzetek za vodstvo****Vsebina:**

Organizacija in koordinacija aktivnosti za doseg postavljenih ciljev. Management sestavljajo povezane funkcije ustvarjanja korporativne politike, organiziranja, planiranja, nadzora in usmerjanja virov podjetja, da bi dosegli zastavljene cilje.

Učni cilji:

- Opredeliti upravljanje in opisati dejavnosti upravljanja kot so organiziranje, načrtovanje in nadzor
- opredeliti cilje za svoje podjetje, tako da so merljivi in jasni
- Oceniti in izmeriti opredeljene cilje, dejavnosti in dosežke
- Organizirati in koordinirati različne poslovne dejavnosti za doseg zastavljenih ciljev
- Sposobnost prilagajanja bodočih aktivnosti in načrtovano upravljati podjetje

Predvideno trajanje: 4 ure

3. Modul B, ki se nanaša na »Socialne kompetence«

Izobraževalne module smo v modulu B »Socialne kompetence« razdelili v pet delov:

- **Tema B1 – motivacija**

Motivacija je osnovna osebnostna značilnost, ki ljudi spodbuja, da ravnajo v skladu s svojimi cilji in usmerja, nadzira in vzdržuje določeno vedenje na poti k zastavljenemu cilju. Smatra se kot gonilna, psihološka sila ki nas sili in krepi delovanje v smeri želenega cilja.

Skupno trajanje: 8 ur

Tema B1.1. Samo-motivacija

Vsebina:

Samo-motivacija je ključna življenjska veščina, o čemer bi morali vsi zainteresirani za osebni razvoj še posebej pozorno razmišljati. Motivacija nas žene, da dosežemo svoje cilje se počutimo izpolnjeno in izboljšamo celovito kakovost življenja. Ljudje, ki so samo-motivirani, so bolj organizirani, imajo dobre veščine upravljanja s časom in imajo več samospoštovanja in samozavesti.

Obstaja močna korelacija med samo-motivacijo, osebnimi cilji in dosežki. Da bi postali motivirani na pravi način, si lahko pomagamo z razmišljanjem o osebnih ciljih in kaj želimo v življenju doseči.

Učni cilji:

- Opredeliti pojme motivacija, samo-motivacija, osebni cilji, dosežki
- Razlikovati pojme motivacija in samo-motivacija
- Prepoznati stvari, ki nas osebno motivirajo

Prevideno trajanje: 2 uri

Tema B1.2. Postavljanje osebnih ciljev

Vsebina:

Osebni razvoj je vseživljenjski proces. To je na način, da ljudje spoznajo svoje veščine in lastnosti, razmislijo o svojih življenjskih ciljih in jih postaviti tako, da bi ustvarili in povečali svoje priložnosti.

Učni cilji:

- Opredeliti cilje za svoj osebni razvoj
- Opredeliti svoja pričakovanja

Predvideno trajanje: 2 uri

Tema B1.3. Motivacijske tehnike in kako razviti (vseživljenjsko) motivacijo v vsakdanjem življenju

Vsebina:

Obstajata dve vrsti motivacije: notranja in zunanja.

- Notranja = ljubezen. Z drugimi besedami: »Naredim, ker želim.«
- Zunanja = denar. Z drugimi besedami: »Naredim, ker moram.«

V življenju in pri delu boste naleteli na ljudi, ki jih motivirata oba dejavnika, najpogosteje pa mešanica obeh. Motivacija se pri ljudeh občasno spreminja glede na različne naloge. Zavedati se morate ravnovesja med notranjo in zunanjo motivacijo, da bi uspešno vodili ljudi. Če ljudje počnejo stvari, ki jih želijo, bodo to delali brez plačila. Lahko uporabite različne nagrade za različne ljudi, npr. da jim dodelite delo, ki jim predstavlja večji izziv, drugim pa proste dni, kot nagrado za doseg ciljev.

Ljudi motivira dejstvo, da se njihove napore spoštuje. To ne pomeni zgolj »plačati«; to pomeni izpostaviti in pripomniti. Ni nujno, da so deležni posebnega priznanja ali dragocene nagrade, zgolj preprosta, ključna, osebno izrečena beseda »hvala« je marsikdaj dovolj.

Učni cilji:

- Razumeti, da se motivacija pri ljudeh s časom spreminja
- Zavedati se ravnovesja med notranjo in zunanjo motivacijo
- Zavedati se, kdaj in kako reči »Hvala«
- Zavedati se pomena različnega nagrajevanja ljudi
- Ceniti trud ne glede na priložnost

Predviden čas: 4 ure

- **Tema B2 – Samozavest in samospoštovanje**

Družbeno-psihološki pojem samozavesti se nanaša na samo-prepričanje v osebne sodbe, sposobnosti, moč ipd. Samospoštovanje je izraz, ki se v psihologiji uporablja za izražanje celokupne čustvene evalvacije vrednosti posameznika. To je mnenje o sebi oziroma stališče o sebi. Samospoštovanje zajema prepričanja (npr. »Jaz sem sposoben«, »Jaz sem častivreden«) in čustva kot so zmagoslavje, obup, ponos in sram.

Skupno trajanje: 12 ur

Tema B2.1. Samozavest in zastopanje svojega mnenja

Vsebina:

Samozavest prihaja iz občutka dobrega počutja, sprejemanja svojega telesa in uma (samospoštovanje) in vere v lastne sposobnosti, veščine in izkušnje. Samospoštovanje je stanje, kako se cenimo, kako se dojemamo in kaj verjamemo, da smo in česa smo sposobni. Naše samospoštovanje je lahko v nasprotju s tem, kar si drugi mislijo o nas.

Samospoštovanje se lahko spreminja od situacije do situacije, iz dneva v dan in od ure do ure. Nekateri ljudje so sproščeni in pozitivni s prijatelji in sodelavci, vendar se počutijo nelagodno in plaho s tujci. Drugi imajo vajeji popolnoma v rokah v službi, v družbi pa so zgubljeni (ali obratno).

Vsi smo drugačni. Nekateri ljudje so po naravi pozitivni in optimistični, ohranjajo ravnovesje, tudi ko se srečujejo z nenehnimi težavami, medtem ko drugi niso. Nekateri se uspešno prikazujejo kot pozitivni in optimistični navzven, medtem ko se borijo z nizko samopodobo in občutki dvoma navznoter.

Samozavest in samospoštovanje nista eno in isto, čeprav sta pogosto povezana. Samozavest je pojem, s katerim opisujemo, kako sposobne se počutimo pri opravljanju nalog in kako funkcioniramo v različnih vlogah. Samospoštovanje pa je način, kako gledamo in razmišljamo, kako se počutimo – ali se počutimo cenjeni in častivredni. Osebe z nizko samozavestjo pogosto trpijo zaradi nizke samozavesti na splošno, a tudi ljudje z visokim samospoštovanjem imajo lahko nizko raven samozavesti. Prav tako je povsem možno, da so ljudje z nizko samozavestjo lahko povsem suvereni na nekaterih področjih.

Učni cilji:

Stanje pomanjkanja samozavesti ima presenetljivo prodoren učinek – prikrade se do skritih kotičkov in vpliva na stvari, ki jih želite storiti, ko to najmanj pričakujete.

Postanite prepričani vase – ideje za razmislek:

- Kaj je samozavest?
- Kako se jo doseže, od kod prihaja?
- Si lahko predstavljate nekoga, ki je popolnoma samozavesten?
- Ali lahko presodite ali je oseba samozavestna ali ne?
- Kako se počutite, ko govorite z nekom, ki je popolnoma samozavesten?
- Ali se samozavestna oseba vedno počuti samozavestno?

Samozavest je vedno povezana z naslednjimi dejavniki:

- **Prilagodljivost**
- **Relativna samostojnost**
- **Samokritičnost:** sposobnost sprejeti kritiko in jo upoštevati pri izboljšanju dela in osebnosti
- **Prepoznavanje zaslug drugih:** znati prepoznati dosežke drugih in jih za to pohvaliti
- **»Pustiti za sabo uhojene poti«:** izbrati med različnimi možnostmi in jih oceniti po pozitivnih rezultatih za življenje in delo posameznika

Predvideno trajanje: 2 uri

Tema B2.2. Kritika in kritično mišljenje

Vsebina:

Kritično mišljenje lahko opišemo kot sposobnost vključevanja v neodvisno razmišljanje. Nekdo z veščinami kritičnega mišljenja lahko:

- Razume logične povezave med idejami
- Opredeli, izgradi in oceni argumente
- Odkrije nedoslednosti in splošne napake v sklepanju
- Sistemsko rešuje probleme
- Opredeli pomembnost in primernost ideje
- Razmisli o upravičenosti lastnih prepričanj in vrednot

Ne glede na čas vključevanja, je kritično mišljenje razmišljanje na način, ki vodi do najboljšega možnega izida v danih okoliščinah, ki se jih razmišljujoči zaveda. V bolj vsakdanjem jeziku je to način razmišljanja o vsem, s čimer se ukvarja naša zavest, da nas pripelje do najboljšega možnega zaključka.

B2.2.1. Vrste ponižanja

B2.2.2. Kako se odzvati na kritiko

B2.2.3. Kako podati konstruktivno kritiko

B2.2.4. Pohvale

Učni cilji:

- Pozitivno se odzvati na kritiko
- Sprejeti konstruktivno kritiko
- Na pozitiven način izrabit kritiko za izboljšanje
- Prepoznati pomembnost spoprijemanja s kritiko na pozitiven način, saj negativen način znižuje vaše samospoštovanje, povzroča stres in jezo ali celo nasilje
- Pohvaliti člane družine, prijatelje, sodelavce s pravimi besedami in ob pravih priložnostih

Predvideno trajanje: 4 ure

Tema B2.3. Reševanje sporov / Reševanje problemov

Vsebina:

Vsakdo ima lahko koristi od veščin reševanja problemov, s katerimi se vsakodnevno srečujemo; nekateri od njih so težji in bolj zapleteni. Pristop je naravnan na reševanje problemov v organizaciji ali skupini, lahko pa se prilagodi za delo na individualni ravni.

Učinkovito reševanje problemov vključuje niz korakov ali faz:

- Identifikacija problema: odkrivanje in priznanje, da problem obstaja; identifikacija narave problema; opredelitev problema
- Strukturiranje problema: razdobje opazovanja in pozornega pregleda, ugotavljanje dejstev in ustvarjanje jasne slike problema;
- Iskanje možnih rešitev: v tej fazi boste generirali niz možnih načinov delovanja, vendar brez evalvacije teh rešitev

- Odločanje vključuje pozorno analizo različnih rešitev in izbor najboljše
- Uvedba vključuje sprejetje in izvedbo izbrane rešitve
- Spremljanje / pridobitev povratne informacije se nanaša na presojo uspešnosti reševanja problema v določenem času, vključujoč povratne informacije o uspehu izbrane rešitve

Učni cilji:

- Identificirati problem – določiti naravo problema in opredeliti problem
- Odkriti in prepoznati obstoj problema; strukturirati problem vključuje: čas opazovanja, podroben pregled in ugotavljanje dejstev, ustvarjanje jasne slike problema
- Poiskati možne rešitve, jih oceniti in izbrati najboljšo
- Sposobnost odločanja in podrobne analize možnih rešitev in izbire najboljše možne poti
- Sprejeti in izvesti izbrano rešitev
- Spremljati in pridobiti povratne informacije
- Oceniti rezultate in oceniti uspešnost rešitve skozi določeno časovno obdobje

Predvideno trajanje: 4 ure

Tema B2.4. Pogajanje

Vsebina:

Pogajanje je način za zmanjševanje medsebojnih razlik v stališčih. To je proces, v katerem se doseže kompromis ali dogovor, izogiba pa se sporom in preprirom. Cilj vsakega nesoglasja je razumno doseči najboljši možen izid za pogajalce (ali za organizacijo, ki jo predstavljajo).

Proces pogajanja vključuje naslednje korake:

1. Priprava
2. Razprava
3. Pojasnjevanje ciljev
4. Pogajanje v smeri win-win
5. Dogovor
6. Izvedba dogovorjenih postopkov

Učni cilji:

- Pripraviti argumente za razpravo
- Razpravljati o določenih temah
- Pojasniti argumenta
- Opredeliti in opisati argumente
- Dogovoriti se o skupnih ciljih
- Izvršiti dogovorjena dejanja

Predvideno trajanje: 2 uri

- **Tema B3 – Socialne in medosebne veščine**

Socialna veščina je katerakoli veščina, ki olajša interakcijo in komunikacijo z drugimi. Družbena pravila in odnosi se ustvarjajo, dogovarjajo in menjajo na verbalne in neverbalne načine. Proces učenja takih veščin se imenuje socializacija.

Medosebne veščine se prav tako včasih imenujejo socialne sposobnosti ali komunikacijske veščine. To so sposobnosti, ki jih ljudje uporabljamo za komunikacijo in interakcijo z drugimi: prepričevanje, aktivno poslušanje, delegiranje in vodenje.

Socialne kompetence so vezane na:

- razumevanje funkcionalne pismenosti in kdo je funkcionalno pismen;
- razumevanje pomena odkrivanja in prepoznavanja problema izobraževanja in usposabljanja;
- pomembnost razumevanja učne/izobraževalne neuspešnosti za uspešno reševanje problemov in izboljšanja znanja;
- razumevanje dejstev, da učne težave lahko vplivajo na izobrazbeno raven in pismenost posameznika;
- razumevanje posledic učne/izobraževalne neuspešnosti za psiho-socialni razvoj posameznika in njegovo mentalno zdravje;

- razumevanje pomembnosti vloge razvoja socialnih veščin za družbeno vključenost odraslih s težavami pri učenju;
- razumevanje vedenjskih vlog v različnih situacijah in komunikacijskih stilih;
- razumevanje pomembnosti načina osebne predstavitve, posredovanja informacij, pridobivanja povratnih informacij;
- razumevanje pomembnosti vseživljenjskega učenja (ne le pomnjenja in obnavljanja snovi, ampak tudi poglobljanja znanja);
- razumevanje različnih učnih stilov;
- poznavanje ciljev dobrega komuniciranja (veščine učinkovite komunikacije, pomembnost neverbalne komunikacije in znakov verbalne komunikacije);
- znanje zadrževanja tona glasu v neugodnih situacijah (izogibanje konfliktnih situacij, posploševanje idr.) in kako razčistiti neugodne situacije.

Skupno trajanje: 12 ur

Tema B3.1. Uvod

Vsebina:

Medosebna komunikacija je proces, v katerem ljudje izmenjujejo informacije, občutke in misli preko verbalnih in neverbalnih sporočil: komunikacije na štiri oči

Medosebna komunikacija ni le to, kar govori, temveč tudi jezik, ki ga uporabljamo – način govora in neverbalna sporočila, ki jih zaznamo s tonom glasu, z izrazom na obrazu, gestami in govorico telesa.

Učni cilji:

- Prepoznati lastna in čustva drugih
- Nadzorovati in obvladati močna čustva (tako prijetna kot neprijetna)

Predvideno trajanje: 1 ura

Tema B3.2. Komunikacija

Vsebina:

Komunikacija je preprosto način prenosa podatkov z enega mesta na drugo. Čeprav je to enostavna definicija pa postane predmet precej bolj zapleten, ko razmišljamo, kako komunicirati. Obstajajo različne kategorije komunikacije in kadarkoli jih lahko uporabimo več hkrati.

Različne kategorije komunikacije so:

- Verbalna komunikacija: na štiri oči, po telefonu, radio, televizija in drugi mediji
- Neverbalna komunikacija: govorica telesa, gestikulacija, način oblačenja, obnašanja – celo vonj
- Pisna komunikacija: pisma, e-pošta, knjige, revije, Internet ali preko medijev
- Vizualizacija: grafikoni, načrti, karte, logotipi in druge vrste komunikacije lahko prenašajo sporočila

Učni cilji:

- Sodelovati, pogajati se in nenasilno upravljati spore
- Komunicirati in učinkovito sodelovati v sporih
- Sposobnost nakazati na določene teme za razpravo
- Opisati pomoč in nuditi potrebno pomoč
- Izkazati etično in družbeno odgovornost
- Razviti komunikacijske veščine (poslušanje, neverbalna komunikacija, timsko reševanje sporov, argumentiranje, komunikacija)

Predvideno trajanje: 3 ure

Tema B3.3. Poslušanje

Vsebina:

Poslušanje je sposobnost natančnega sprejemanja in tolmačenja sporočila v procesu komunikacije. Poslušanje je ključno za učinkovito komunikacijo; brez te sposobnosti se komunikacija prekinja in pošiljatelj sporočila lahko postane razdražen in razburjen.

B3.3.1. Učinkovito poslušanje

B3.3.2. Veščine aktivnega poslušanja

Aktivno poslušanje je večina, ki jo lahko pridobimo in razvijemo s prakso. Pa vendar je aktivno poslušanje težko obvladati, vzeti si je treba čas in imeti potrpljenje, da ga razvijemo.

Kot že ime pove, je aktivno poslušanje popolna osredotočenost na to, kar je nekdo povedal in ne le pasivno poslušanje sporočila sogovornika.

Učni cilji:

- Sposobnost jasnega in preciznega poslušanja in komuniciranja
- Sprejeti videnje drugega in nadzorovati svoja čustva

Predvideno trajanje: 3 ure

Tema B3.4. Vprašanja in povratne informacije

Vsebina:

Spraševanje je ključ za pridobivanje več informacij in brez tega medosebna komunikacija ne more uspeti. Spraševanje je izjemno pomembno za uspešno komunikacijo – vsi sprašujejo in so vprašani, ko sodelujejo v razgovoru.

Ne glede kako dobre mislite da so vaše sposobnosti poslušanja, je edina oseba, ki vam to lahko potrdi, vaš sogovornik. Kot nadaljevanje dobre sposobnosti poslušanja, morate torej razviti sposobnost pravilnega reagiranja na besede in občutke in da pojasnite ali ste jih pravilno razumeli. Pomembno je, da se s sogovornikom strinjata, da vi razumete tisto, kar je povedal.

Učni cilji:

- Brez oklevanja postaviti vprašanja
- Brez oklevanja odgovoriti na zastavljena vprašanja
- Pristopiti k drugim in vzpostaviti pozitiven odnos
- Upreti se negativnemu pritisku vrstnikov

Predvideno trajanje: 3 ure

Tema B3.5. Neverbalna komunikacija in govorica telesa

Vsebina:

Medosebna komunikacija ne vključuje le natančnega razumevanja besed, prenesene informacije ali sporočila, pač pa se nanaša tudi na posredna sporočila, ki se – namerno ali nenamerno, izražajo skozi neverbalno vedenje.

Neverbalna komunikacija vključuje izraze na obrazu, ton in višino glasu, geste, ki se kažejo preko govoric telesa (kinestetika) in fizično oddaljenost med sogovorniki (bližina). Ti neverbalni signali lahko puščajo sledi ali dajejo namige in dodatne informacije poleg verbalne komunikacije.

Vrste medosebne komunikacije, ki ni izražena verbalno, imenujemo neverbalne komunikacije. Te so:

- Gibi telesa
- Telesna drža
- Očesni stik
- Para-jezik
- Bližina in osebni prostor (bližina)
- Izrazi na obrazu
- Fiziološke spremembe

Učni cilji:

- Opisati neverbalne načine komuniciranja
- Prepoznati pomembnost neverbalne komunikacije
- Sposobnost branja izrazov na obrazu, ton in višino glasu, geste uporabljene pri govoric telesa in pri fizični oddaljenosti med sogovorniki in prepoznati pomen neizgovorjenih besed
- Uporabiti ton in višino glasu na določen način in v določenih situacijah

Predvideno trajanje: 2 uri

- **Tema B4 – Timsko delo**

Timsko delo je sodelovanje ljudi, kjer vsakdo opravlja svoj del in kjer je vse podrejeno uspehu celote.

Proces dela s skupino ljudi za doseg skupnih ciljev. Timsko delo je pogosto ključni del poslovanja, kot je to pogosto med sodelavci, da uspešno sodelujejo v kakršnihkoli okoliščinah.

Timsko delo pomeni, da ljudje skušajo sodelovati, da uporabljajo svoje individualne veščine in podajajo konstruktivne povratne informacije, ne glede na morebitne medsebojne spore med posamezniki.

Skupno trajanje: 8 ur

Tema B4.1. Učinkovit tim in timske naloge

Vsebina:

Učinkovitost je stopnja, do katere se dosegajo cilji in obseg znotraj katerega se rešuje ciljni problem. Za razliko od uspešnosti, se učinkovitost ne nanaša na stroške. Uspešnost pomeni »delati stvari prav«, učinkovitost pa pomeni »delati prave stvari«.

Učni cilji:

- Vzpostaviti in vzdrževati zdrave in izpolnjene odnose z različnimi posamezniki in skupinami
- Komunicirati in učinkovito delati v skupinah
- Poiskati in nuditi pomoč, ko je potrebno

Predvideno trajanje: 4 ure

Tema B4.2. Odločanje

Vsebina:

Odločanje je miselni proces izbire logične možnosti izmed ponujenih.

Ko se skušamo dobro odločiti, tehtamo med pozitivnimi in negativnimi stranmi vsake možnosti in premislimo o vseh alternativah. Za učinkovito odločanje moramo biti sposobni predvideti izid vsake možnosti in na podlagi vseh informacij določiti, katera možnost je v dani situaciji najboljša.

Tak postopek ima sedem korakov:

1. Popisati vse možnosti
2. Postaviti časovnico in določiti odgovornost za odločitev
3. Zbiranje informacij
4. Ocena morebitnih tveganj
5. Odločanje o vrednotah oz. o pomembnosti
6. Oceniti prednosti in slabosti vsake možnosti
7. Odločitev

Učni cilji:

- Sprejeti konstruktivne in spoštovanja vredne odločitve o osebnem vedenju in o medsebojnih družbenih vplivih na temelju obravnave etičnih standardov, varnostnih problemov, družbenih norm, realni oceni posledic različnih dejanj ter lastne in tuje dobrobiti.

Predvideno trajanje: 2 uri

Tema B4.3. Pogajanja

Vsebina:

Nesporazum je pogost vzrok prekinitve pogajanj. Take težave se lahko pojavijo zaradi razlik v stališčih, poreklu ali kulturi in mnogih drugih dejavnikov.

V pogajanjih pogosto ne »slišimo« tega, kar drugi želijo sporočiti zaradi pomanjkanja odločnosti nasprotne osebe ali neučinkovitega poslušanja. Bistveno je imeti jasno razumevanje tega, kar druga stran želi doseči, in to ni vedno tisto, kar je bilo izpostavljeno na začetku.

Upoštevanje interese pogosto lažje razumemo dejanske cilje. Podobno velja jasno izraziti svoje cilje, tako da lahko obe strani delujeta v iskanju skupnih koristi.

Učni cilji:

- Prepoznati prednosti in področja potreb
- Spoštovati druge in sebe in spoštovati razlike
- Pravilno opredeliti probleme

Predvideno trajanje: 2 uri

• Tema B5 – vseživljenjsko učenje

Vseživljenjsko učenje je neprekinjeno, prostovoljno in samo-motivirano iskanje znanja iz osebnih ali profesionalnih razlogov. Tako ne le izboljšuje socialno vključenost, aktivno državljanstvo in osebni razvoj, ampak tudi konkurenčnost in zaposljivost.

Skupno trajanje: 8 ur

Tema B5.1. Informalno učenje

Vsebina:

Informalno (priložnostno) učenje je vrsta učenja, pri katerem posameznik pridobi znanja preko osebne izkušnje, izven formalnega učnega okolja kot so šole in tečaji.

Informalno učenje je učenje, ki ni formalna izobrazba in je drugače organizirano, saj nima zadanih učnih ciljev in ni nikdar načrtovano s strani udeleženca. Pogosto ga imenujemo tudi izkustveno ali priložnostno učenje ali pa zgolj izkušnje.

Za vse udeležence vključuje hevristično izgradnjo jezika, socializacijo, inkulturacijo in igro. Informalno učenje je nenehen, vsesplošen pojav učenja preko sodelovanja ali učenja preko ustvarjanja novega znanja, v nasprotju s tradicionalnim učenjem, osredotočenim na posredovanje znanja preko učitelja.

Informalno izobraževanje je splošen pojem za učenje izven standardnega šolskega okolja. Lahko se nanaša na različne oblike alternativnega izobraževanja, kot so:

- učenje doma,
- samo didaktika (učenje samega sebe),
- delo z mladimi.

Informalni učitelji delajo s posamezniki in skupinami v najrazličnejših aktivnostih, s katerimi se le-ti želijo ukvarjati.

Masovni mediji (vštevši televizijo, videoigre, časopise idr.), muzeji, knjižnice, živalski vrtovi, izvenšolske skupine in druge organizacije v skupnosti ter kulturne inštitucije lahko ponujajo oblike informalnega izobraževanja.

Dodatna korist od razvoja snovi za informalno izobraževanje je ta, da ga lahko doma uporabljajo starši za svoje otroke ali pa odrasli, ki želijo razširiti svoje znanje za lastno napredovanje ali pa povečanje možnosti izgradnje lastne kariere.

Učni cilji:

- Prepoznati pomembnost dela v življenju posameznika.
- Prepoznati pomembnost vseživljenjskega učenja.
- Prepoznati zanimive oblike učenja, ki ustrezajo posamezniku.

Predvideno trajanje: 2 uri

Tema 5.2. Osebni razvoj

Vsebina:

Vključevanje naslednjih ključnih veščin:

- **Medosebno znanje in zaupanje**, kar vključuje spoznavanje sebe, samozavest in sprejemanje sebe. Zaupanje je prvi pogoj, da se osebi medsebojno spoznata. Spoznavanje sebe vsebuje informacije o tem, kako udeleženci doživljajo stališča njihovega odnosa, kako dobro se zavedamo naših reakcij ali nas samih in kako dobro lahko komuniciramo z drugimi.
- **Vzajemno sprejemanje in odobravanje** vključuje vzajemno potrditev, podporo in sprejemanje
- **Konstruktivno reševanje sporov povezanih z odnosi** vključuje strategije za reševanje medosebnih sporov. Ti so neizbežni v odnosu dveh oseb, vendar nudijo priložnost za osebno rast.
- **Prilagodljivost in delovanje v odnosih**

Učni cilji:

Ko govorimo o osebnem razvoju posameznika, je treba poudariti naslednje socialne kompetence:

- Prepoznati različnosti in nanje reagirati.
- Analizirati sporne situacije.
- Pridobiti nove informacije.
- Sposobnost kritične in samokritične analize.
- Sposobnost pogovora, pogajanj in diskusije.
- Razviti komunikacijske veščine (poslušanje, neverbalna komunikacija, timsko reševanje problemov, argumentacija, komunikacija).
- Prepoznati lastna čustva.
- Obvladovati lastna čustev.
- Poiskati pomoč zase in za druge.

Predvideno trajanje: 6 ur

4. Viri:

- <http://www.skillsyouneed.com/ps/self-motivation.html> (dostopano: 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> (dostopano: 16/12/2014)
- Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December for lifelong learning (2006/962/EC)