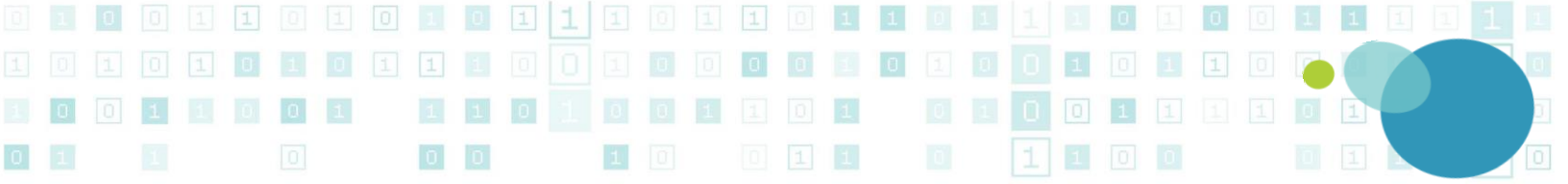


KURIKULUM

za trening

Osnaživanje osoba koje rade s mladima za
poticanje digitalnih start-up poduzeća
među mladima





NASLOV:

Curriculum for the Training Course “Empowering youth workers to encourage digital entrepreneurship start-ups among youngsters”

PROJEKT:

“Digital Entrepreneurship Start-up for Youth”, financiran od strane British Council-a, Nacionalne agencije Velike Britanije u sklopu programa Erasmus+.

- Silver Fox North east CIC, Ujedinjeno Kravljevstvo (prijavitelj)
 - PIN consulting, Srbija
- Udruga za unaprjeđivanje suvremenih životnih vještina "Ostvarenje", Hrvatska
 - Youth Power Germany e.V., Njemačka
 - Ung Kraft / Youth Power, Švedska

IZDAVAČ:

Udruga za unaprjeđivanje suvremenih životnih vještina "Ostvarenje", Hrvatska

UREDNIK:

Danijela Matorčević

AUTORI:

Danijela Matorčević
Domagoj Morić
Milica Milović Kinoli
Armin Cerkez
Franjo Brkan
Patrick Nzuzi

PRIJEVOD:

Marcela Velfl

GRAFIČKI DIZAJN:

Vedran Raić

2020.



SADRŽAJ:

SAŽETAK PROJEKTA.....	4
POZADINA KURIKULUMA:.....	6
PREPORUKE ZA KORIŠTENJE KURIKULUMA I ORGANIZACIJU SLIČNIH TRENINGA.....	9
1. faza: Prije treninga	10
2. faza: Tijekom treninga	10
3. faza: Nakon treninga	11
Uvod i povezivanje grupe.....	12
Neformalno obrazovanje i rad s mladima za unapređenje kompetencija mladih (uključujući Youthpass).....	15
Poduzetničko učenje kao način obogaćivanja rada s mladima.....	19
Poduzetništvo novog doba i što to znači za edukatore / osobe koje rade s mladima.....	22
IT sektor i digitalno poduzetništvo.....	25
Digitalna revolucija – novi način poslovanja.....	27
Digitalno poduzeće – definicija, glavne karakteristike i uspješne studije slučaja.....	30
Kako pokrenuti digitalno poduzeće (lean start-up metoda i digitalna strategija).....	32
Digitalno radno mjesto – prednosti i rizici.....	34
Tko je digitalni poduzetnik? (definicija kompetencija koje pojedinci trebaju imati da bi postali digitalni poduzetnici prema SKA modelu).....	37
Digitalni marketing – osnovni koncepti i prednosti.....	40
Kompetitivne prednosti digitalnog marketinga.....	43
Marketing sadržaja.....	45
Alati, metode, usluge i oblici oglašavanja u digitalnom marketingu.....	47
Internetske / digitalne kampanje.....	50
Društvene mreže/medijski alati – kako povećati rezultate društvenih medija.....	52
Internetsko oglašavanje.....	54
Vizualna prezentacija u digitalnom marketingu.....	56
Fotografija u digitalnom poduzetništvu – prezentiranje ‘najbolje strane’ proizvoda.....	58
Upotreba fotografije kao alata u online kampanjama.....	61
Alati za fotografiju i novi mediji za promociju i razvoj poduzeća.....	63
Kako može rad s mladima pomoći u razvoju važnih (‘mekih’) vještina za rad na digitalnim radnim mjestima te prednosti i rizici za poduzeća.....	65
Završna sesija treninga.....	67



SAŽETAK PROJEKTA

U posljednje vrijeme svjedoci smo visoke stope nezaposlenosti, posebno za mlade ljude koji imaju poteškoća čak i pronalaska prvog posla i prikupljanja relevantnog iskustva za svoju (buduću) karijeru. Samozapošljavanje i poduzetništvo pokazalo se vrijednom opcijom za izgradnju karijere. Međutim, s razvojem IT sektora, klasična „offline“ poduzeća ne donose dovoljno klijenata i profita te stoga ne opstaju dugo. Vjerujemo da samozapošljavanje mladih u digitalnom poduzetništvu može smanjiti nezaposlenost mladih.

Da bi se upustili u digitalno poduzetništvo, svi zainteresirani mladi / pojedinci moraju imati odgovarajuću visoku razinu ICT-a / digitalnih kompetencija. Kako većina nezaposlenih mladih u našem kratkom istraživanju priznaje da im nedostaju digitalne poslovne kompetencije, ovim projektom doprinosimo razvoju njihovih ICT / digitalnih kompetencija, ili drugim riječima - relevantnih i visokokvalitetnih vještina i kompetencija za njihovo digitalno poduzetništvo.

Ovim projektom odgovaramo na potrebe koje definiraju institucije, kao i na potrebe osoba koje rade s mladima. Promoviramo digitalno poduzetništvo mladih i proizvodimo intelektualne rezultate koji će poslužiti kao kvalitetan materijal za upravljanje znanjem za obrazovanje sadašnjih i budućih osoba koje rade s mladima za učinkovito i djelotvorno osnaživanje i mentorstvo mladih za digitalno poduzetništvo.

Ciljevi projekta:

- Osnažiti nezaposlene mlade za pokretanje digitalnih poduzeća kroz razvoj inspirativnog,, inovativnog i suvremenog priručnika, kao i e-tečaja.
- Osnažiti osobe koje rade s mladima i poboljšati upravljanje znanjem u organizacijama za rad s mladima u teoriji i praksi za izgradnju kompetencija osoba koje rade s mladima u području digitalnog poduzetništva, kroz aktivnost učenje i poučavanja te inovativnog kurikuluma za osposobljavanje osoba koje rade s mladima i korisnih alata s radionicama za mlade.
- Razmijeniti dobre prakse i dalje razvijati kvalitetno strateško partnerstvo među partnerima iz 5 europskih zemalja s različitim stvarnostima u pogledu zapošljavanja mladih i digitalnog poduzetništva

Projektne aktivnosti uključuju:

- A1 – Projektno upravljanje
- M1 – Početni sastanak
- O1 – Priručnik “Start-up u digitalnom poduzetništvu”
- M2 – Drugi sastanak
- O2 – Kurikulum “Osnaživanje osoba koje rade s mladima za poticanje digitalnih start-up poduzeća među mladima”
- M3 – Treći sastanak
- O3 – Priručnik “Mentoriranje i podrška mladima za pokretanje digitalnih start-up poduzeća”
- M4 – Četvrti sastanak
- O4 – E-trening “Digitalna start-up poduzeća za mlade”
- C1 – Aktivnost učenja i poučavanja - “Trening za trenere za digitalna start-up poduzeća za mlade”
- E1, E2, E3, E4, E5 – Otvorene konferencije u Srbiji, Hrvatskoj, Švedskoj, Njemačkoj i Ujedinjenom Kraljevstvu
- M5 – Završni evaluacijski sastanak

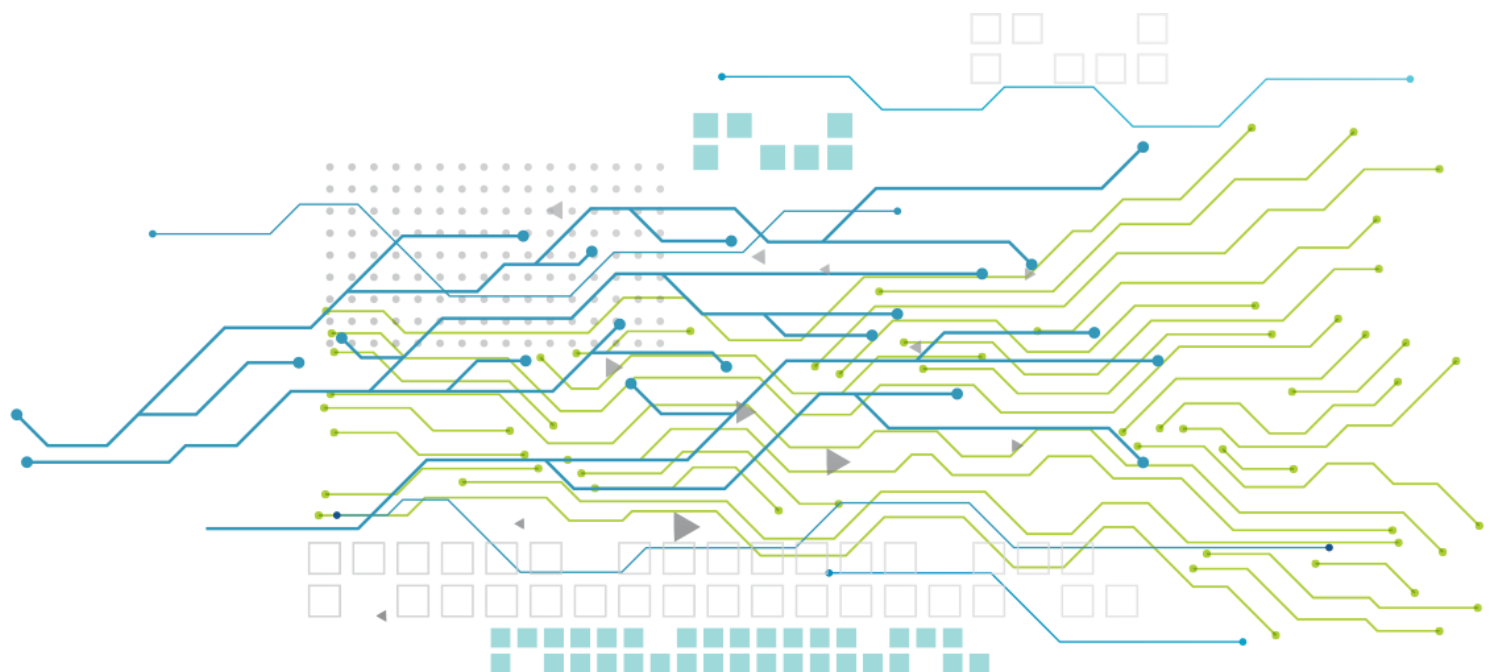
Organizacije mladih koje su uključene u projekt i koje predstavljaju osobe koje rade s mladima poboljšat će svoje prakse, sustave potpore i upravljanje znanjem kada je riječ o trenutnom i budućem osnaživanju novih osoba koje rade s mladima za osnaživanje mladih za pokretanje digitalnih poduzeća.



Nezaposleni mladi će imati koristi od proširenih alata i mehanizama podrške u svojim zajednicama za pokretanje digitalnog poduzetništva. Postojat će više mogućnosti za kvalitetu (kroz povećane aktivnosti rada s mladima) za nezaposlene mlade da razvijaju svoje sposobnosti za inovacije i kreativnost u / za digitalno poduzetništvo. Tako će veći broj mladih u zajednicama (također i onih koji nisu imali privilegiju pohađati školu formalnog obrazovanja za ICT / digitalne kompetencije) imati priliku poboljšati kompetencije i praksu u korištenju ICT alata za razvoj poslovanja. To će dodatno utjecati na te mlade na način da će imati više šansi za prikupljanje iskustva i izgradnju planirane karijere radeći nešto što žele.

Projektne partneri su:

- Silver Fox North East CIC, Ujedinjeno Kraljevstvo (prijavitelj)
- PIN consulting, Srbija
- Udruga za unaprjeđivanje suvremenih životnih vještina "Ostvarenje", Hrvatska
- Youth Power Germany e.V., Njemačka
- Ung Kraft / Youth Power, Švedska





POZADINA KURIKULUMA:

Ovaj kurikulum se može promatrati kao alat koji će pomoći svim trenerima/edukatorima u radu s mladima te služi kao alat za povećanje znanja u području menadžmenta rada organizacija mladih i za mlade. Osim toga, ovaj kurikulum omogućava jednostavno multipliciranje znanja i vještina važnih za digitalni rad s mladima, što znači da se može koristiti za buduće obrazovanje i osnaživanje osoba koje rade s mladima u području digitalnog rada s mladima (s manje mogućnosti) te poduzetnosti.

Specifični ciljevi treninga su sljedeći:

- Upoznati sudionike s osnovnim principima neformalnog obrazovanja (uključujući razlike između formalnog, neformalnog i informalnog učenja, stilovima učenja i njihovih utjecaja na neformalno obrazovanje).
- Osvrnuti se na teorijski okvir poduzetničkog učenja - što je ono, zašto se koristi i postojeći modeli, kao i nadahnuti jedni druge kako primijeniti različiti modele učenja u radu s mladima za razvoj kompetencija mladih.
- Razumjeti koncept novog poduzetništva i razmisliti o individualnim i organizacijskim kompetencijama i sposobnostima potrebnim za potporu kvalitetnom obrazovanju / radu s mladima za obrazovanje mladih za poduzetništvo nove ere.
- Predstaviti ICT i digitalno poduzetništvo;
- Vizualizirati mogućnosti koje digitalna revolucija stvara za poduzeća u budućnosti;
- Predstaviti pojam digitalnog poduzeća;
- Pružiti sudionicima alate za pokretanje start-up poduzeća;
- Iskusiti izazove i dobrobiti digitalnih radnih mjesta i učiti iz njih;
- Razumjeti koje kompetencije digitalni poduzetnik mora imati u okviru SKA modela (vještine, znanja, stavovi) i kako osoba koja radi s mladima može pomoći u izgradnji relevantnih (mekih) vještina za rad na digitalnom radnom mjestu i poduzetništvo;
- Predstaviti pojam digitalnog marketinga i njegovih prednosti;
- Otkriti kompetitivne prednosti digitalnog poduzeća;
- Naučiti o marketingu sadržaja i shvatili važnost stvaranja sadržaja za digitalna poduzeća;
- Predstaviti različite alate, metode, usluge i oblike oglašavanja u digitalnom marketingu;
- Istražiti internetski / digitalni marketing i njegovu važnost za digitalna start-up poduzeća;
- Upoznati se s različitim društvenim mrežama / medijskim alatima za digitalna start-up poduzeća kako bi povećali svoje rezultate na društvenim mrežama;
- Naučiti o vizualnoj prezentaciji u digitalnom marketingu i razumjeti važnost pažljivog odabira vizualnog sadržaja i upotrebu fotografije kao alata u digitalnim kampanjama;
- Razviti radionice za neformalno obrazovanje / radionice za rad s mladima povezane s temom koje se mogu provesti u lokalnom radu s mladima.

Trening se temelji na pristupu, principima i metodama neformalnog obrazovanja. Sastoji se od interaktivnih i participativnih metoda prilagođenih profilu i potrebama sudionika, a neke od njih su: teorijske teme i predavanja; individualne / grupne aktivnosti; grupne igre i vježbe, simulacije i igre uloga; raditi na primjerima u maloj grupi; rasprave; itd. Jezik treninga je engleski.

Program treninga:

1. dan	
Poslijepodne	Dolazak sudionika
Večer	Večer dobrodošlice
2. dan	
Prijepodne	Uvod i povezivanje grupe
Poslijepodne	Neformalno obrazovanje i rad s mladima za unapređenje kompetencija mladih (uključujući Youthpass)
Večer	Interkulturalna večer
3. dan	
Prijepodne	Poduzetničko učenje kao način obogaćivanja rada s mladima
Poslijepodne	Poduzetništvo novog doba i što to znači za edukatore / osobe koje rade s mladima
Poslijepodne	IT sektor i digitalno poduzetništvo
Poslijepodne	Vrijeme za dnevnu refleksiju i evaluaciju dana
Večer	Sajam organizacija koje sudjeluju u treningu
4. dan	
Prijepodne	Digitalna revolucija – novi način poslovanja
Prijepodne	Digitalno poduzeće – definicija, glavne karakteristike i uspješne studije slučaja
Poslijepodne	Kako pokrenuti digitalno poduzeće (lean start-up metoda i digitalna strategija)
Poslijepodne	Digitalno radno mjesto – prednosti i rizici
Poslijepodne	Vrijeme za dnevnu refleksiju i evaluaciju dana
5. dan	
Prijepodne	Tko je digitalni poduzetnik? (definicija kompetencija koje pojedinci trebaju imati da bi postali digitalni poduzetnici prema SKA modelu)
Prijepodne	Digitalni marketing – osnovni koncepti i prednosti
Poslijepodne	Digitalni marketing – osnovni koncepti i prednosti (nastavak)
Poslijepodne	Kompetitivne prednosti digitalnog marketinga
Poslijepodne	Marketing sadržaja
Poslijepodne	Vrijeme za dnevnu refleksiju i evaluaciju dana
6. dan	
Prijepodne	Alati, metode, usluge i oblici oglašavanja u digitalnom marketingu
Poslijepodne	SLOBODNO POSLIJEPODNE
7. dan	
Prijepodne	Internetske / digitalne kampanje
Prijepodne	Društvene mreže/medijski alati – kako povećati rezultate društvenih medija
Poslijepodne	Internetsko oglašavanje
Poslijepodne	Vizualna prezentacija u digitalnom marketingu
Poslijepodne	Vrijeme za dnevnu refleksiju i evaluaciju dana
8. dan	
Prijepodne	Fotografija u digitalnom poduzetništvu – prezentiranje ‘najbolje strane’ proizvoda
Poslijepodne	Upotreba fotografije kao alata u online kampanjama
Poslijepodne	Alati za fotografiju i novi mediji za promociju i razvoj poduzeća
Večer	Vrijeme za dnevnu refleksiju i evaluaciju dana
9. dan	
Prijepodne	Kako može rad s mladima pomoći u razvoju važnih (‘mekih’) vještina za rad na digitalnim radnim mjestima te prednosti i rizici za poduzeća
Poslijepodne	Završna sesija treninga
Večer	Party za rastanak
10. dan	
Prijepodne	Odlazak sudionika



Svi sudionici bi trebali ispunjavati sljedeće kriterije:

- Osobe koje su aktivne u radu s mladima ili vođe mladih zainteresirani da postanu osobe koje će raditi s mladima u partnerskim organizacijama
- Spremni primijeniti i proširiti primljeno znanje
- Spremni na djelovanje u području osnaživanja mladih u pokretanju digitalnih poduzeća
- Spremni za izgradnju partnerstva sa sudionicima iz različitih organizacija / zemalja
- Mogu prisustvovati i biti aktivni tijekom cijelog trajanja treninga i provesti radionicu s lokalnom mladeži nakon treninga
- Iznad 18 godina i sposobni pratiti program na engleskom jeziku





PREPORUKE ZA KORIŠTENJE KURIKULUMA I ORGANIZACIJU SLIČNIH TRENINGA

Ovaj kurikulum „Osnaživanje osoba koje rade s mladima za poticanje digitalnih start-up poduzeća među mladima“ nastao je u svrhu širenja i proširivanja utjecaja našeg projekta na druge partnerske organizacije i druge slične organizacija koje rade s mladima i njihove koordinatore, osobe koje rade s mladima i mlade, za daljnje poboljšanje upravljanja znanjem i izgradnju kapaciteta osoba koje rade s mladima kako bi na taj način povećali sustavnu potporu za mlade u lokalnim zajednicama.


Ovaj je kurikulum izvorni materijal za sve zainteresirane za temu pokretanja digitalnog poduzetništva. Bit će korisno posebno za osobe koje rade s mladima u nekoj organizaciji, kao i za volontere koji žele provoditi radionice. Ovaj kurikulum nadahnjuje i trenere u ovom području, jer oni mogu biti multiplikatori znanja, posebno kada organiziraju slične treninge na lokalnoj i europskoj razini.

Kada koristimo ovaj kurikulum za organizaciju treninga, namjeravamo da polaznici razviju znanja, vještine i stavove u području digitalnog poduzetništva i drugih relevantnih vještina. Kompetencije koje želimo razviti su sljedeće:

- Kompetencije povezane s osnovnim načelima neformalnog obrazovanja (uključujući razlike između formalnog, neformalnog i informalnog učenja, stilova učenja i njegovog utjecaja na neformalno obrazovanje).
- Poznavanje teorijskog okvira poduzetničkog učenja (EL) - što je i zašto se koristi
- Razumijevanje koncepta novog poduzetništva i promišljanje o individualnim i organizacijskim kompetencijama i sposobnostima potrebnim za potporu kvalitetnom obrazovanju / radu s mladima za obrazovanje mladih za poduzetništvo nove ere.
- Znanje i svijest o IKT-u, digitalnom poduzetništvu, digitalnim tvrtkama i digitalnim radnim mjestima.
- Razumijevanje kompetencija koje digitalni poduzetnik mora imati u okviru SKA modela (vještine, znanja, stavovi) i kako osoba koja radi s mladima može pomoći u izgradnji relevantnih (mekih) vještina za rad na digitalnom radnom mjestu i poduzetništvu.
- Znanje i razumijevanje digitalnog marketinga, konkurentskih prednosti digitalnog marketinga i marketing sadržaja.
- Znanje i svijest o različitim alatima, metodama, uslugama i oblicima oglašavanja u digitalnom marketingu, kao i internetskim / digitalnim kampanjama.
- Znanje i svijest o različitim društvenim mrežama / medijskim alatima za digitalna start-up poduzeća kako bi se povećali njihovi rezultati na društvenim mrežama.
- Znanje i svijest o vizualnoj prezentaciji u digitalnom marketingu, fotografiji u digitalnom poduzetništvu i internetskim kampanjama, kao i o naplati cestarine i novim medijskim mogućnostima za digitalna poduzeća.
- Znanje i svijest o načinima kako primijeniti trening i radionice s mladima u lokalnoj zajednici kako bi ih podržali u procesu pokretanja digitalnih poduzeća.

Popis kompetencija koje će sudionici razviti također su zabilježene u svakoj sesiji odvojeno. To znači da ćete, čitajući prijedlog aktivnosti, na početku moći vidjeti koje kompetencije razvija ovaj program.

Općenito gledajući, ovaj trening odgovara poboljšanju komunikacijskih vještina, vještina vođenja, vještina timskog rada, digitalnih vještina i drugih vještina relevantnih za pokretanje digitalnog poduzetništva. To



će na kraju pomoći sudionicima da razumiju sebe i druge i kako podržati mlade u pokretanju digitalnih poduzeća.


Kako bismo organizirali kvalitetan trening na temelju ovog kurikuluma i naučili željeno, ciljevi za učenje navedeni su u svakoj sesiji opisanih u ovom kurikulumu, savjetujemo vam da osigurate kvalitetno okruženje za učenje sudionika. To treba napraviti u nekoliko faza.

1. faza: Prije treninga


- Pobrinite se da sudionici dobiju sve relevantne informacije povezane s njihovim sudjelovanjem (info paket, prijava / obrazac za prijavu). U prijavnom obrascu savjetovali bismo da tražite od sudionika da detaljno opišu svoju motivaciju i zašto žele sudjelovati u treningu. Pitajte ih mogu li nekako doprinijeti programu treninga i postoje li neke teme za koje smatraju da bi ih trebalo pokriti. To bi također trebalo napraviti tijekom treninga nekoliko puta, kada sudionici steknu jasnu sliku o aktivnostima koje se događaju. Na taj ćete način osigurati da sudionici budu zadovoljni i da odgovorite na njihove potrebe. Ako neka tema nije povezana sa samim treningom, možete usmjeriti sudionike na istraživanje postojeće literature o ovoj temi i pružiti im podršku.
- Voditelji projekata i organizacije koje šalju sudionike trebaju redovito održavati sastanke sa sudionicima. Oni bi ih trebali upoznati s ciljem treninga, kako će izgledati i pripremiti ih ako je potrebno na različitim razinama - jezično, kulturološki ili emocionalno. Nekim ljudima može biti prvi puta da sudjeluju u ovoj vrsti treninga, pa bi bilo dobro dati im kratku pozadinu o kontekstu neformalnog obrazovanja. Sudionici bi trebali dobiti i neku vrstu tehničke podrške ako je potrebno (npr. pomoć pri rezervaciji karata). Jedan važan dio je i priprema sadržaja. Sudionici će morati doći s razumijevanjem situacije među mladima u njihovim lokalnim zajednicama i zemljama kako bi za njih mogli razviti radionice o ovoj temi. To također uključuje razumijevanje izazova s kojima se osobe koje rade s mladima kada pokrivaju ove teme. Dakle, sudionici trebaju istražiti svoje lokalne stvarnosti. Savjetujemo da pomoć s ovim zadatkom pružaju voditelji projekata, tako da informacije o pozadini i situaciji o najnovijim događanjima budu točne i ažurne.
- Organizacije koje šalju sudionike trebaju pripremiti sudionike za rad i funkcioniranje u interkulturalnom okruženju, jer one imaju informacije o drugim organizacijama koje šalju sudionike i njihovim zemljama, kao i o profilu sudionika.
- Sudionici trebaju sa sobom ponijeti neke materijale za sajam organizacija. Materijali mogu biti ono što organizacija koja šalje odluči dati sudionicima. Međutim, organizacija koja šalje sudionike mora voditi brigu o tome da sudionici imaju sve potrebne brošure, ažurirane informacije o lokalnim i međunarodnim projektima, poveznice na mrežne stranice i podatke za kontakt organizacija. Ako sudionici žele, bilo bi dobro ponijeti lokalnu hranu ili piće i podijeliti ih s drugima.

2. faza: Tijekom treninga

- Aktivnosti planirane u ovom kurikulumu razvili su treneri iz ovog područja i pogodne su za mlade, ali i za starije dobne skupine koje žele naučiti o digitalnim poduzetničkim kompetencijama. Ponekad, na temelju broja sudionika u grupi, aktivnosti mogu trajati duže ili kraće. Imajte na umu razinu znanja u grupi, koja također može utjecati na dinamiku. Stoga, ako je potrebno, možete prilagoditi sesije prema svojim potrebama

- 
- U svakoj od razvijenih sesija vidjet ćete preporuke za provedbu. Molimo vas pročitajte ih i primijenite ako to odgovara vašoj ciljnoj skupini.
 - Evaluacija i učenje važan su dio svake aktivnosti treninga. To je također pojačano ovim kurikulumom. Na početku treninga, polaznike treba upoznati s Youthpass-om ili nekim drugim oblikom refleksije. Važno je da sudionici shvate da je to važan proces, a ne opći cilj. Stoga se savjetuje da sudionici dobiju dnevnik učenja ili neki drugi alat kako bi mogli bilježiti svoja učenja kroz tjedan. Potaknite ih da postave svoje ciljeve učenja i razmišljaju o njima tijekom tjedna..
 - Osigurajte dovoljno vremena za svakodnevnu refleksiju. Može se raditi u parovima, odgovarati na različita pitanja (npr. Kakav vam je bio ovaj dan? Što ste naučili o sebi? Koje ste kompetencije poboljšali? Kako mogu biti proaktivniji/a da naučim još više?) Ili u malim grupama od 3 ili 4 osobe. Provedba svakodnevne refleksije ovisit će o trenerima koji provode ovaj kurikulum, međutim, to je nužan preduvjet za kvalitetnu provedbu sesija.
 - Da biste imali kvalitetno iskustvo učenja, savjetujemo da svakodnevno provodite krugove za evaluaciju ili male grupe. Sudionici bi trebali biti u mogućnosti dati ocjenu o metodama, sadržaju i ostalim pojedinostima vezanim uz trening. Hoćete li to učiniti anonimno ili ćete tražiti od sudionika da otvoreno kažu kako im je bilo - ovisi o vama. Na taj ćete način moći odgovoriti na potrebe polaznika i vaš će trening učiniti uspješnim.

3. faza: Nakon treninga

- Kad trening završi, to nije kraj putovanja. Kako bismo vidjeli uspjeh aktivnosti polaznika, savjetujemo vam da napravite kratku naknadnu evaluaciju nekoliko mjeseci nakon treninga. Korištenjem ovog pristupa dobit ćete stvarne i nedavne podatke o dugoročnom utjecaju treninga na polaznike. Također ih otvoreno pitajte za prijedloge i moguća poboljšanja obavljenog posla.
- 



Uvod i povezivanje grupe

Naziv sesije: Uvod i povezivanje grupe

Trajanje: 180 minuta

Pozadina: Uvodne sesije postavljaju temelje za rad u skupinama i za stvaranje kvalitetnog okruženja za učenje za sve sudionike. Sudionici dobivaju uvodne informacije o treningu, kao i potrebne logističke informacije o mjestu održavanja, smještaju, rasporedu itd. Sudionici dolaze iz različitih partnerskih organizacija, različitih zemalja i pozadina, s vrlo raznolikim iskustvom u neformalnom obrazovanju i provođenjem aktivnosti za mlade. Uvodna sesija daje im priliku da se predstave odakle dolaze i posao koji rade, kao i da saznaju o ostalim sudionicima što oni donose sa sobom,

Svrha sesije: Pripremiti temelje za proces učenja pružanjem najvažnijih informacija vezanih uz provedbu treninga i kako će proces biti organiziran.

Ciljevi:

- Predstaviti pozadinu treninga, teme koje pokriva i raspored
- Predstaviti trenere, organizatore i sudionike;
- Međusobno upoznavanje;
- Razmjena motivacije polaznika za sudjelovanje u treningu;
- Utvrditi očekivanja polaznika od treninga i mogući doprinos koji bi mogli dati za kvalitetan trening;
- Definirati pravila zajedničkog rada tijekom treninga;

Kompetencije:

- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Građanske kompetencije;
- Kompetencije kulturološke osviještenosti i izražavanja

Metodologija i metode:

- Rad u krugu;
- Sadržaj (prezentacije);
- Vježba timskog rada;
- Rasprava.

Tok sesije:

I. Službeni uvod i dobrodošlica (10 minuta)

Predstavnik organizacije / koordinator projekta otvara trening službeno pružanjem informacija o pozadini treninga. Predstavlja tim koji je odgovoran za provedbu programa i aktivnosti treninga. Svaki od članova tima ukratko predstavlja sebe i svoje uloge u treningu.

II. Krug međusobnog upoznavanja (10 minuta)

Sudionici su pozvani da se predstave jedan po jedan - svoja imena, odakle dolaze, koju organizaciju predstavljaju i profesionalnu pozadinu.

III. Igre imena (10 minuta)

Cijela skupina sudionika, trenera i tima stoji u krugu i igraju nekoliko igara s imenima (igra s loptom, itd.) dok svi ne znaju sva imena u grupi

IV. Međusobno upoznavanje – speed dating (30 minuta)

Trener daje upute sudionicima da se podijele u 2 manje skupine koje stoje u dva reda jedan preko puta drugog. Svaka osoba radi s drugom osobom koja joj stoji nasuprot. Treneri predstavljaju koncept sličan "speed dating-u" s idejom da imaju samo 3-4 minute za međusobno upoznavanje, u skladu s temama koje će trener čitati u svakom krugu. Nakon 3-4 minute sudionici se pomiču 1 ili 2 mjesta udesno ili ulijevo (ovisno o uputama) i upoznaju novu osobu s kojom će razgovarati i upoznati se. Potencijalne teme uključuju:

- Moja osobna pozadina
- Moj posao ili studij
- Moji hobiji / ono što radim u slobodno
- Moje iskustvo u radu s mladima
- Moje putovanje na ovaj trening / kako sam stigao/la ovdje
- Jedna stvar bez koje ne mogu živjeti
- Moja uloga u organizacija
- Moja motivacija za sudjelovanje u ovom treningu
- Podijelite svoja iskustva sa start-up digitalnim poduzetništvom.

V. Predstavljanje rasporeda trening (10 minuta)

Treneri predstavljaju raspored treninga kroz vizualnu priču o projektu na zidu.

VI. Očekivanja, doprinosi i strahovi (30 minuta)

Sudionici su podijeljeni u trojke. Oni bi trebali međusobno razgovarati o sljedećim informacijama:

- a) NADE: ono čemu se nadaju da će proizaći iz treninga.
- b) STRAHOVI: ono za što se nadaju da se neće dogoditi ili se boje da bi se moglo dogoditi.
- c) DOPRINOSI: Svaka osoba donosi neko posebno iskustvo, određene vještine i sklonosti, prepoznaje vlastiti doprinos u procesu treninga.

Na post-it papiriće zapisuju navedeno, prikupljaju ih i stavljaju na flipchart papir.

Zatim formiraju tri grupe. Svaka će skupina dobiti jedan flipchart i trebaju grupirati post-ite i sažeti rezultate. Nakon toga prezentiraju rezultate o kojima se raspravlja nakon svake prezentacije (npr. ukazivanje na određeni resurs ako je potrebno za postizanje očekivanja; raspraviti o strahovima i još više poboljšati doprinose - postavljanjem pitanja i komentiranjem).

VII. Zadatak "Nemoguća misija" (60 minuta)

Grupa mora ostvariti 12-15 misija koje će ih natjerati da obiđu smještaj / selo i surađuju. Grupa se mora samoorganizirati kako bi mogla ostvariti sve misije. Među misijom treneri traže 5 pravila suživota. Grupa predavačima predstavlja sve ostvarene misije kako bi dobili odobrenje za postignuća.

Trener vodi briefing i postavlja sudionicima pitanja o:

- kako je bilo raditi u grupi;
- kako su podijelili zadatke u timu;
- je li se bilo lako složiti;
- jesu li uspjeli završiti sve zadatke;
- što je bilo važnije - izvršiti zadatak ili nešto drugo

Trener vodi raspravu sa sudionicima sve do trenutka kada pronađu zajednička pravila za rad kroz trening.

VIII. Pravila za rad (25 minuta)

Sudionici su pozvani da dođu do grupnog sporazuma, u nekoliko koraka, osiguravajući njihovo puno sudjelovanje.

- Korak 1: Individualno napišite dva pravila koja bi trebalo provesti da biste se osjećali sigurno ili osjećali da možete raditi ili učiti dok ste na ovom treningu. Odvojite dvije minute vremena u tišini da to napišete.
- Korak 2: S osobom koja sjedi pored vas podijelite ono ste naveli i zajedno ih spojite na dva pravila. Pet minuta.
- Korak 3: Podijelite u krugu do čega ste došli.

Predavač zapisuje predložene pravila za rad na flipchart. Rasprava sa sudionicima: Slažemo li se svi s onim što je zapisano? Moramo li nešto preoblikovati? Trener kaže da će pravila za rad biti postavljena na zidu i mogu se pregledati u bilo kojem trenutku.

Potrebni materijali: A4 papiri, A3 papiri, flipchart papiri, post-it papirići, markeri, flomasteri, laptop, projektor; plakat sa 12-15 misija.

Rezultati sesije:

Nakon sesije sudionici će:

- Znati više o pozadini projekta i organizacijski tim;
- Znati imena svih sudionika;
- Upoznajte se s rasporedom treninga;
- podijelite svoje motivacije, očekivanja i doprinose u vezi s treningom i dobiti povratne informacije od organizatora, trenera i kolega;
- Razviti osjećaj pripadnosti grupi i učenja u njoj.



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

Više detalja možete pronaći u:

- Aktivnosti za zagrijavanje, igre imena i dizalice: <https://www.sessionlab.com/library/energiser>
- Video upute za Nemoguću misiju: https://www.youtube.com/watch?v=jTo_4D9Ghlw



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Vježba *speed dating*-a je obično je glasna kada sudionici počnu razmjenjivati vlastite osobne priče. Stoga je poželjno da treneri ljubazno podsjetite sudionike da, ako je moguće, svi trebaju govoriti što je moguće tiše.
- Pričanje priča i upotreba grafičkog sadržaja je kreativan način za privlačenje pozornosti sudionika i njihovo uvođenje u temu. Izradite vidljivi grafički sadržaj veći od A4 papira. Koristite jednostavnije riječi za pripovijedanje kako biste se prilagodili različitim razinama engleskog jezika u grupi, a dijelove priče ponovite nekoliko puta koristeći se različitim rječnikom kako bi svi mogli ući u priču i pratiti je.
- Za „Nemoguću misiju“: imajte na umu da sudionici ne mogu koristiti svoje pametne telefone / prijenosna računala kako bi ih motivirali da stvarno napuste sobu i istražuju okolinu.



Neformalno obrazovanje i rad s mladima za unapređenje kompetencija mladih (uključujući Youthpass)

Naziv sesije: Neformalno obrazovanje i rad s mladima za unapređenje kompetencija mladih (uključujući Youthpass)

Trajanje: 180 minuta

Pozadina: Neformalno obrazovanje dugo se smatralo vrstom učenja koje se događa neovisno o formalnom obrazovanju, a bilo je pitanje sklonosti i volje pojedinca da uloži resurse u dodatno učenje i razvoj. U posljednjih 10 godina transformirao se iz privatnog u javni interes, jer je prepoznato kao važno za unapređenje osobnog, socijalnog ili profesionalnog razvoja među mladima. Uz potporu javnog financiranja, mnogima je postalo dostupno i otvorilo je novu perspektivu učenja kao cjeloživotnog procesa koji se nastavlja nakon formalnog obrazovanja kroz sudjelovanje u prilikama neformalnog učenja na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini. Također igra glavnu ulogu u povećanju zapošljivosti mladih pružajući mogućnosti za daljnji razvoj njihovih kompetencija koje se nadopunjuju s njihovim formalnim obrazovanjem ili nudeći mogućnosti za potpunu promjenu smjera u životu mlade osobe. Poduzetništvo se doživljavalo na sličan način - kao nešto što ne pripada formalnom i neformalnom obrazovanju, a posebno ne u radu s mladima.

Svrha sesije: Upoznati sudionike s osnovnim principima neformalnog obrazovanja (uključujući razlike između formalnog, neformalnog i informalnog učenja, stilovima učenja i njihovih utjecaja na neformalno obrazovanje).

Ciljevi:

- Razumjeti neformalno obrazovanje;
- Razlikovati formalno, neformalno i informalno obrazovanje;
- Raspravljati o tome kako je neformalno obrazovanje povezano s zapošljivošću;
- Razumjeti vlastiti stil učenja;
- Razumjeti ulogu rada s mladima i kako je povezan s potrebama u društvu;
- Povezati Youthpass s zapošljivošću.

Kompetencije:


- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Poduzetničke kompetencije.

Metodologija i metode:

- Oluja mozgova;
- Pokretna rasprava;
- Upitnik za samorefleksiju;
- Teoretski sadržaj;
- Složen zadatak;
- Rasprava u malim grupama;
- Prezentacija u krugu.

Tok sesije:

- I. **Uvod u temu (20 minuta)**



Sudionici su pozvani da razmisle o riječi "učenje" i da izrade vizualnog prikaza svega što im pada na pamet oko učenja. Njihov je zadatak u grupama od 4 definirati pojam "učenje" na temelju zajedničkog razumijevanja. Nakon što završe, sudionici ukratko prezentiraju do čega su došli. Trener daje neke osnovne informacije o učenju.

II. Pokretna rasprava o učenju (45 minuta)

Trener zatim poziva sudionike da stanu na liniju, gdje se trebaju pomicati na skali od 1 do 10, ovisno o tome slažu li se ili ne s izjavama. Nakon svake od izjava sudionici su pozvani na raspravu i približavanje ili udaljšavanje od osobe koja je podijelila svoje mišljenje.

Rečenice su sljedeće:

- Rad s mladima razvija kompetencije mladih koje druga područja obrazovanja ne razvijaju. (8 ključnih kompetencija)
- Rad s mladima može osposobiti mlade ljude kako da prezentiraju svoj volonterski rad na tržištu rada.
- Rad s mladima nudi bolje prepoznavanje i bilježenje kompetencija i vještina (Youthpass)
- Rad s mladima ima za cilj socijalizaciju mladih kako bi razvili kompetencije koje će ih podržati u istraživanju njihovih talenata, želja i snova.
- Mladi koji uče o digitalnom poduzetništvu kroz rad s mladima, razvijaju poslovno znanje i osnovne vještine i stavove, uključujući kreativnost, inicijativu, upornost, timski rad, razumijevanje rizika i osjećaj odgovornosti, svakodnevno pokazuju više aktivizma.
- Rad s mladima kod mladih razvija osjećaj pripadnosti, prihvaćenosti kao ravnopravnih i vrijednih članova zajednice
- Rad s mladima i aktivnosti neformalnog obrazovanja su nešto što bi svaka osoba trebala doživjeti u svom životu.

Trener zatim sažima ono što su sudionici rekli i kaže da su razgovarali o nekim elementima rada s mladima i neformalnog obrazovanja

III. Razlika između formalnog / neformalnog / informalnog obrazovanja (30 minuta)

Trener ukratko prezentira sadržaj o formalnom, neformalnom i informalnom učenju, njegovim glavnim karakteristikama, razlikama i kada se koristi. Sudionicima se predstavljaju principi i metode neformalnog obrazovanja, kao i vrsta aktivnosti.


IV. Moj pogled na neformalno učenje (30 minuta)

Trener zatim daje sljedeći zadatak sudionicima. U malim skupinama sudionici izrađuju crtež, skulpturu ili bilo koju vrstu umjetnosti koja predstavlja njihov pogled na neformalno obrazovanje. Moraju razmisliti o svemu o čemu su razgovarali u prethodnom dijelu. Glavno pitanje je: Kakav je moj pogled na neformalno obrazovanje? Po čemu se razlikuje od ostalih oblika obrazovanja? Moraju stvoriti nešto što predstavlja zajedničko razumijevanja grupe.

Kada završe, grupe prezentiraju što su napravile.

V. Samorefleksija na učenje (25 minuta)

Trener podsjeća sudionike da je temelj svakog oblika obrazovanja stjecanje novih vještina, znanja i stavova. U ovoj vježbi svaki sudionik dobiva materijal sa 8 vrsta stilova učenja. Trebali bi ga pročitati i pokušati otkriti vlastite stilove učenja koji su im najdraži. Kad završe s ovim pojedinačnim zadatkom, trener ih pozva da podijele svoja saznanja u grupama od troje sudionika. Svatko treba navesti više detalja jedni drugima o zadatku (Zašto sam odabrao ovaj stil? Kada sam shvatio da ga volim koristiti? Jesam li više volio neki drugi stil učenja?)



Trener završava vježbu sa zaključkom da se stilovi učenja mogu mijenjati tijekom života i da možemo u jednom trenutku preferirati jedan stil, a zatim ga mijenjati prema okolnostima određenog razdoblja ili uloge u životu.

VI. Poveznica između neformalnog obrazovanja, prepoznavanja neformalnog učenja i zapošljivosti (30 minuta)

Sudionici se grupiraju u 4 grupe, dvije trebaju zapisati kompetencije koje mlada osoba treba imati da bi pronašla i zadržala posao, a druge 2 grupe zapisuju kompetencije koje mlada osoba može razviti putem neformalnog obrazovanja. Stavite papire s kompetencijama na pod i u sredini spojite one koji imaju zajedničke karakteristike.

Trener pokreće raspravu: *Kako ste došli do ovih kompetencija? Što smatrate najvažnijima od svih spomenutih? Što mislite o zajedničkim kompetencijama u sredini - bi li se neformalno obrazovanje trebao više usredotočiti na njih?*

Zatim trener daje više informacija o istraživanju o utjecaju neformalnog obrazovanja u organizacijama koje rade s mladima na zapošljivosti mladih. Također, trener povezuje zapošljivost s Youthpass-om, predstavljajući i studiju utjecaja.

Potrebni materijali: A4 papiri, olovke, marker, paste, papirnata traka, post-it papirići.

Rezultati sesije:

Nakon sesije sudionici će:

- razumjeti metode i pristupe neformalnog obrazovanja i razumjeti razlike između formalnog, neformalnog i informalnog učenja;
- steći nova znanja o učenju i različitim vrstama obrazovanja;
- razumjeti ulogu rada s mladima i kako je povezan s potrebama u društvu;
- znati vlastiti preferirani stil učenja i kako se on mijenja tijekom vremena;
- postati svjesniji veze između neformalnog obrazovanja i zapošljivosti, kao i kompetencija potrebnih u ovom području.



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

Više detalja možete pronaći:

- Rečenice za inspiraciju za pokretnu raspravu o učenju dolaze iz poglavlja "Obstacle area and Keyword Solutions youth work can offer" as outcomes of seminar <https://www.salto-youth.net/rc/inclusion/archive/archive-publications/youthworkenhancingemployability/>, str. 8
- Izvještaj stručne skupine o Razvoju kreativnog i inovativnog potencijala mladih kroz neformalno učenje na načine koji su relevantni za zapošljivost (2014.); Europska komisija (http://ec.europa.eu/assets/eac/youth/news/2014/documents/report-creative-potential_en.pdf)
- Publikacija *Youth work and non-formal learning in Europe's education landscape* (2015.); Europska komisija: https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/reports/youth-work-nonformal-learning_en.pdf
- Razlike između formalnog, neformalnog i informalnog obrazovanja (mrežna stranica Vijeća Europe): <https://www.coe.int/en/web/lang-migrants/formal-non-formal-and-informal-learning>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

Pokretna rasprava može se prilagoditi ako imate sudionike s invaliditetom pomoću stolica ili je prilagodite u obliku vrtuljka. Izjave korištene u pokretnoj raspravi mogu se prilagoditi i kad se formira konkretna skupina.



Uvijek je dobra ideja imati kombinaciju teorije i prakse. Ako govorimo o aktivnostima neformalnog obrazovanja, trebali biste dati više vremena sudionicima da istraže, vide i osjete metodologiju kao takvu, a ne im samo prezentirati teoriju.





Poduzetničko učenje kao način obogaćivanja rada s mladima

Naziv sesije: Poduzetničko učenje kao način obogaćivanja rada s mladima

Trajanje: 180 minuta

Pozadina: Poduzetničko učenje postalo je bitnim dijelom formalnog i neformalnog obrazovanja. Na njega se gleda kao na način razvijanja poduzetničkog stava, promicanje transformacije ideja u praksu kroz preuzimanje inicijative u radu, kao i poticanje samozapošljavanja među mladima koji sebe vide u toj ulozi. Provođenje aktivnosti poduzetničkog učenja u radu s mladima zahtijeva svjesnost potreba lokalnih mladih ljudi, koje kompetencije još trebaju razviti i koje dionike uključiti. Sudionici bi trebali imati osnovno znanje o poduzetništvu i situaciji o (ne) zapošljavanju mladih u njihovim lokalnim zajednicama ili zemljama kako bi mogli podržati mlade u pokretanju digitalnih poduzeća.

Svrha sesije: Osvrnuti se na teorijski okvir poduzetničkog učenja - što je ono, zašto se koristi i postojeći modeli, kao i nadahnuti jedni druge kako primijeniti različiti modele učenja u radu s mladima za razvoj kompetencija mladih.

Ciljevi:

- Razumjeti teorijski okvir poduzetničkog učenja - što je to, zašto se koristi i postojeći modeli;
- Razviti svijest o važnosti poduzetničkog učenja u radu s mladima;
- Raspravljati o mogućim načinima primjene poduzetničkog učenja u radu s mladima za razvoj kompetencija mladih;
- Raspraviti o dionicima uključenim u poduzetničko učenje;
- Definirati ulogu sektora rada s mladima i poduzetništva u poduzetničkom učenju;

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Građanske kompetencije;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;

Metodologija i metode:

- Interaktivan sadržaj;
- Grupni rad;
- Interaktivne rasprave;
- Rad u malim grupama;
- Refleksija..

Tok sesije:

I. Uvod u temu (15 minuta)

Trener poziva sudionike da uzmu dva post-it papirića različitih boja. Na jednom papiriću zapisuju ono što već znaju o poduzetničkom učenju, a na drugom zapisuju ono što žele saznati. Nakon toga svi dijele što su naveli i lijepe papiriće na flipchart. Trener sažima sve prikupljene odgovore u kratku definiciju o tome što je poduzetničko učenje, kao uvod u sljedeći dio sesije.

II. Poduzetničko učenje – 1. korak: prikupljanje ideja (40 minuta)

Sudionici formiraju grupe od 4 osobe. Trener navodi pitanja koja svaka grupa treba raspraviti i odgovoriti:

- Koje bi kompetencije (vještine, stavove, znanje, vrijednosti) trebala imati poduzetna osoba?
- Koji bi dionici trebali biti uključeni u proces poduzetničkog učenja i koje su njihove uloge?
- Kako stvoriti kontekst za učenje za mlade kako bi razvili poduzetničke kompetencije i način razmišljanja?
- Koje aktivnosti / programi već postoje u vašoj okolini koji promiču poduzetničko učenje među mladima?

Grupe imaju 30 minuta za raspravu. Trener daje grupama još 10 minuta da prenesu svoje odgovore na flipchart u vizualnom obliku.

III. Poduzetničko učenje – 2. korak: prezentacije i povezivanje s teorijom (40 minuta)

Trener poziva sudionike da predstave odgovore na pitanja. Dodatna pitanja i komentari su dobrodošli. Nakon svake prezentacije, trener dodaje informacije i daje više podataka o informacijama prikupljenim iz različitih publikacija i istraživanja provedenog na ovu temu. Trener također predstavlja postojeći model poduzetničkog učenja koji je do sada razvijen.

IV. Poduzetničko učenje i rad s mladima (20 minuta)

Nastavno na prethodne informacije, trener povezuje sljedeću temu s prethodnim dijelom i predstavlja dodirne točke između poduzetničkog učenja i rada s mladima, zajedno s glavnim izazovima. Podaci su uzeti iz istraživanja (npr. "Uzimanje budućnosti u svoje ruke") i brošura (npr. "Mladi, poduzetništvo i neformalno učenje: rad u tijeku")

V. Kako uvesti poduzetničko učenje u moj rad s mladima? (35 minuta)

Sudionici dobivaju zadatak da razmisle o svojoj okolini i različitim dionicima: društvu, mladima, školama, vladi, poduzećima, centrima za mlade ... Pozvani su da formiraju grupe s ostalim sudionicima iz iste zemlje, a na temelju podataka o poduzetničkom učenju i različitim dionicima u svojim zemljama i / ili lokalnim zajednicama, oni zapisuju sljedeće:

- Koje biste aktivnosti mogli organizirati s mladima u svojoj zemlji za provedbu poduzetničkog učenja kako biste potaknuli mlade na pokretanje digitalnih poduzeća?
- Kakav bi to utjecaj imao na mlade ljude?
- Koje biste dionike uključili?
- S kojim biste se preprekama / izazovima mogli suočiti na tom putu?
- Koji su vam resursi / pomoć potrebni?

VI. Dijeljenje u grupi i sažetak aktivnosti (30 minuta)

Trener poziva sudionike da podijele svoje ideje u velikoj grupi. Ostali mogu postavljati pitanja i komentirati navedene informacije. Trener zapisuje sve aktivnosti na post-it papiriće i stavlja ih na zid za inspiraciju u narednim danima treninga i zbog moguće suradnje između partnerskih organizacija.

Potrebni materijali: A4 papiri, A3 papiri, flipchart papiri, post-it papirići, markeri, boje, laptop, I projektor

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- razumjeti koncept poduzetničkog učenja i rada s mladima;
- znati nešto o različitim modelima poduzetničkog učenja;
- razumjeti koje kompetencije treba razvijati kroz poduzetničko učenje;
- izraditi planove aktivnosti koji se mogu provoditi u njihovim matičnim zemljama;
- analizirati odnos između rada s mladima i poduzetništva.



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

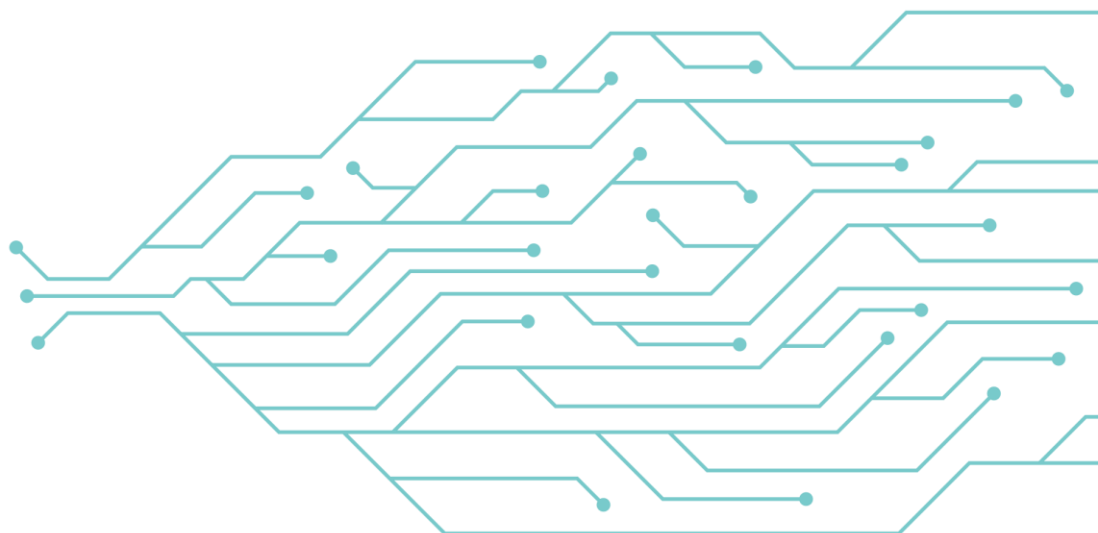
Više detalja možete pronaći u:

- Pročitajte više o poduzetničkom učenju u priručniku: *Quality Entrepreneurial Learning Through Youth Work* koji se može preuzeti ovdje: <https://www.youth-power.org/blog/publications/quality-entrepreneurial-learning-through-youth-work/>
- Frøhlich Hougaard, Karsten, et. al,(2017.) Taking the future into their own hands: Youth work and entrepreneurial learning. European Commission; dostupno: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8f5910d8-6b64-11e7-b2f2-01aa75ed71a1/language-en>
- Martin Lackéus, (2015.) Entrepreneurship in Education. OECD and European Commission; dostupno: https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf
- Maria-Carmen Pantea (Ed.) (2014.) Young People, Entrepreneurship and Non-Formal Learning: A Work in Progress. SALTO-Youth Participation Resource Centre, dostupno: <https://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.hr/&httpsredir=1&article=1440&context=intl>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Priručnik *Quality Entrepreneurial Learning through Youth Work* je dobar resurs za pripremu teorijskog sadržaja sesije. Sadrži sve relevantne informacije o ovoj temi za pripremu sesije. Možete odabrati točke ili teme koje su najrelevantnije za grupu;
- Uključite različite sudionike u prezentacije grupnog rada što je više moguće;
- Potaknite razmjenu ideja i davanje komentara postavljanjem dodatnih pitanja grupama dok izlažu;
- Optimalan broj ljudi kada rade u grupama je 4.





Poduzetništvo novog doba i što to znači za edukatore / osobe koje rade s mladima

Naziv sesije: Poduzetništvo novog doba I što to znači za edukatore / osobe koje rade s mladima

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: Poduzetništvo se puno promijenilo u posljednjih 20 godina. Došlo je do mnogih pomaka u društvima i ekonomijama širom svijeta - razvoj tehnologije, pristup resursima i klijentima iz cijelog svijeta, komunikacijski kanali, prelazak s kratkoročnog načina razmišljanja koji je bio usmjeren na dobit u dugoročni način razmišljanja usmjeren na održivost i socijalni utjecaj poduzetništva. Došli smo do poduzetništva „nove ere“ koje zahtijeva drugačiji skup kompetencija i stav usmjeren na rješenja među poduzetnicima. Nedavne globalne promjene povećale su potrebu za digitalizacijom, a sve je više mogućnosti da digitalna poduzeća postanu sve češći i uobičajeniji način poslovanja širom svijeta.

Svrha sesije: Razumjeti koncept novog poduzetništva i razmisliti o individualnim i organizacijskim kompetencijama i sposobnostima potrebnim za potporu kvalitetnom obrazovanju / radu s mladima za obrazovanje mladih za poduzetništvo nove ere.

Ciljevi:

- Podijeliti perspektive o promjeni situacije u svijetu;
- Raspravljati o tome što više ne postoji i što se novo pojavljuje u svijetu;
- Razumjeti razliku između poduzetništva „starog“ i „novog“ doba;
- Upoznati se s poduzetničkim kompetencijama potrebnim za pokretanje digitalnih poduzeća;
- Razmisliti o kompetencijama koje osobe koje rade s mladima trebaju da bi mogli u podržati razvoj kompetencija mladih za pokretanje digitalnih poduzeća.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti.

Metodologija i metode:


- Teorija s interaktivnim raspravama;
- Pitanja I odgovori;
- Upitnik;
- Individualna refleksija i individualne/grupne konzultacije.

Tok sesije:

I. Doba globalne transformacije (20 minuta)

Trener poziva sudionike da razmisle o raznim aspektima života ljudi koji su doživjeli najveće promjene u posljednjih 10 godina (npr. tehnologije, obrazovanje, zdravstvo, komunikacije, zapošljivost itd.). Sudionici navode ideje zajedno u velikoj grupi, a trener zapisuje ključne informacije na jednom flipchart papiru. Zatim sudionici formiraju grupe od 4 I nastavljaju raspravljati o tim promjenama i usmjeravaju se na sljedeća pitanja:

- Što je prestalo postojati u svijetu ili polako izumire?
- Što se umjesto toga pojavilo? Što je razvijeno?



Sudionici iznose svoja otkrića, ideje i zaključke. Trener započinje raspravu pitanjem *Kako ove promjene utječu na digitalno poduzetništvo?*

II. Poduzetništvo novog doba – informacije o konceptu (30 minuta)

Trener predstavlja koncept „novog“ poduzetništva, njegove karakteristike u odnosu na „staro“ poduzetništvo i zašto je ova tema relevantna.

Nakon toga, trener predstavlja EntreComp okvir kompetencija za poticanje razvoja 8 ključnih kompetencija potrebnih za razvoj poduzetničkog razmišljanja među mladima uključivanjem različitih dionika kako bi se uspostavio most između obrazovanja i rada.

Trener stavlja sve kompetencije iz okvira EntreComp-a sa svim uključenim kompetencijama na pod. Sudionici su pozvani da obiđu i stave točkice s markerima na one kompetencije koje smatraju važnima za mladog poduzetnika pri pokretanju i upravljanju digitalnim poduzećem.

III. Mapa mojih poduzetničkih kompetencija i što još trebam razviti (30 minuta)

Sudionici individualno rade na izradi mape svojih kompetencija - svih znanja, vještina i stavova koje su razvili kroz svoje formalno, neformalno i neformalno obrazovanje što bi moglo biti važno za pokretanje i upravljanje digitalnim poduzećima. Sve ih zapisuju i pored svake kompetencije također ocjenjuju na kojem su stupnju razvoja na skali od 1 do 10.

Nakon toga sudionici uzimaju post-it papiriće i razmišljaju o sljedećim pitanjima:

- Koje kompetencije još trebam razviti?
- Gdje mogu pronaći ono što trebam?

Na kraju, trener poziva sudionike da promijene perspektivu i zakorače u cipele osoba koje rade s mladima zainteresiranim za pokretanje digitalnih poduzeća. Uparuju se sa svojim susjedima i razgovaraju o sljedećem pitanju - *Kako mogu podržati mlade u razvoju kompetencija za pokretanje digitalnih poduzeća?*

IV. Dijeljenje u velikoj grupi i mapiranja potencijalnih prilika (10 minuta)

Napokon, sudionici se okupljaju i dijele kakva im je bila aktivnost. Trener ih poziva da podijele svoja otkrića

Potrebni materijali: A4 papiri, A3 papiri, flomasteri, markeri, flipchart papiri, laptop, projektor, post-it papirići, isprintane EntreComp kompetencije.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- razumjeti pojam poduzetništva “nove” ere i njegove karakteristike
- znati o poduzetničkim kompetencijama koje su potrebne za razvoj poduzetničkog razmišljanja u poduzetništvu nove ere
- razmisliti o vlastitim kompetencijama i otkriti na čemu još trebaju poraditi kako bi mogli podržati razvoj kompetencija mladih za pokretanje digitalnih poduzeća kroz rad s mladima

Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

Više detalja možete pronaći u:

- Pročitajte više o poduzetništvu novog doba u priručniku: *Quality Entrepreneurial Learning Through Youth Work* koji se može preuzeti ovdje: <https://www.youth-power.org/blog/publications/quality-entrepreneurial-learning-through-youth-work/>
- EntreComp: Okvir poduzetničkih kompetencija: <https://ec.europa.eu/jrc/en/entrecomp>
- Više o poduzetništvu novog doba od strane Davida Raea: <https://www.slideshare.net/ZoneGlyndwr/entrepreneurial-learning-david-rae>





Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Pustite glazbu u pozadi kad sudionici izrađuju mape svojih poduzetničkih kompetencija. Dajte im dovoljno vremena da izvrše zadatak. Kad predstavljaju svoje mape u velikoj grupi, dajte im upute da podijelite samo najvažnije.





IT sektor i digitalno poduzetništvo

Naziv sesije: IT sektor i digitalno poduzetništvo

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: IT sektor brzo raste u današnjem svijetu. Puno je problema riješeno zahvaljujući pametnim tehnologijama i ICT rješenjima. U najnovijem su razdoblju ICT tehnologije postale još važnije za ljude da se povežu u digitalni svijet i da ostanu na tržištu. Sada čak i više nego ikad raste potražnja za digitalizacijom mnogih procesa u poduzećima, a istovremeno se ICT rješenja razvijaju kako bi udovoljila trenutnim zahtjevima digitalnih poduzeća. U sklopu ove sesije sudionici će razgovarati o tome zašto je IT sektor važan te o karakteristikama digitalnog poduzetništva općenito.

Svrha sesije: Predstaviti ICT i digitalno poduzetništvo.

Ciljevi:

- Definirati ICT i njegove usluge, vrste rada i područja IT sektora;
- Raspraviti o prednostima i nedostacima digitalnog poduzetništva;
- Upoznati sudionike s karakteristikama digitalnog poduzetništva;
- Raspraviti o kontekstu primjene digitalnog poduzetništva.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Teorija (prezentacije);
- Male grupe;
- Individualna refleksija;
- Rasprava.

Tok sesije:

I. Uvod u temu (20 minuta)

Trener započinje sesiju predstavljanjem teorijskog okvira IT sektora - što su ICT, njegove usluge, vrste rada i područja u IT sektoru.


II. Digitalno poduzetništvo (30 minuta)

Sudionici se dijele u skupine od po četvero. Unutar grupe raspravljaju o sljedećim pitanjima:

- Koje su karakteristike digitalnog poduzetništva?
- Koje su prednosti digitalnog poduzetništva?
- Koji su nedostaci digitalnog poduzetništva?

III. Prikupljanje rezultata i rangiranje (40 minuta)

Trener poziva sudionike da zalijepu papire na zid kako bi stvorili pregled svih karakteristika. Pozvani su da pogledaju karakteristike u tišini. Svatko uzima tri naljepnice, bira tri najvažnije karakteristike i stavlja naljepnicu pored svake od njih.



Zatim trener daje pregled najvažnijih elemenata digitalnog poduzetništva:

- ekonomije dijeljenja,
- digitalne tehnologije koje potiču internalizaciju,
- lakšu komunikaciju i jeftiniju i bržu isporuku usluga,
- digitalne strategije, globalne markere i konkurenciju,
- rad s različitim kulturama i pozadinama,
- kanali prodaje,
- novi mediji,
- internetsko poslovanje i plaćanja,
- digitalni marketing,
- digitalno radno mjesto,
- procjena i upravljanje rizicima,
- financijsko planiranje i
- poslovni plan.

Trener dodaje da će se gore spomenute teme dalje otkrivati i raspravljati u narednim danima treninga.

Potrebni materijali: A4 papiri u različitim bojama, markeri, ljepljivi papirići, projektor, laptop.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Imati općenito razumijevanje IT sektora, vrsta i područja rada, kao i usluga;
- Znati nabrojati najvažnije karakteristike digitalnog poduzetništva;
- Razumjeti čimbenike koje je potrebno uzeti u obzir prilikom pokretanja i upravljanja digitalnim poduzećem.



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

Više detalja možete pronaći u:

- <https://www.journals.elsevier.com/technological-forecasting-and-social-change/call-for-papers/digital-entrepreneurship-creating-and-doing-business-in-the>
- <https://blog.hotmart.com/en/digital-entrepreneurship/>
- https://www.researchgate.net/publication/309242001_Digital_Entrepreneurship_Research_and_Practice



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Podijelite sudionike po grupama i pustite ih da odgovaraju na pitanja. Recite im da odgovori na svako pitanje moraju biti zapisani na papirima u različitim bojama (npr. karakteristike u zelenoj boji, prednosti u plavoj boji i nedostaci u žutoj boji). Skupite se svi zajedno.
- Tijekom rasprave oko karakteristika, postavljajte pitanja u vezi s karakteristikama koje smatraju najvažnijim u digitalnom poduzetništvu.



Digitalna revolucija – novi način poslovanja

Naziv sesije: Digitalna revolucija – novi način poslovanja

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: Digitalna revolucija smatra se eksplozijom informacijskih tehnologija koja je započela 1980-ih i još uvijek traje, brže nego ikad. To je utjecalo na život većine ljudi širom svijeta širenjem telekomunikacija i računalnih tehnologija. Oni su stvorili potpuno novi način rada koji omogućuje ljudima da se prošire s lokalne ili nacionalne na globalnu razinu. Digitalni svijet postao je presudan za funkcioniranje društva. Neki se aspekti doživljavaju kao dobri i korisni, dok se neki smatraju negativnima, pa čak i štetnima. Ipak, to je postala stvarnost većine tvrtki, poduzeća i svih koji su dio radne snage. Revolucionirao se način poslovanja zahvaljujući dostupnosti brzih internetskih usluga i pružatelja usluga, razvoju raznih aplikacija i programa, razvoju različitih pametnih uređaja, mogućnosti pohrane podataka na 'oblacima', širenju različitih komunikacijskih kanala, itd. Vještine snalaženja u digitalnom svijetu postale su ključne za izlazak na tržište i ostanak na njemu. Uz sve dostupne mogućnosti, mogućnosti za poslovanje su bezbrojne.

Svrha sesije: Vizualizirati mogućnosti koje digitalna revolucija stvara za poduzeća u budućnosti.

Ciljevi:

- Razviti svijest o promjenama koje digitalna revolucija donosi u svakodnevnom životu;
- Razumjeti brzinu digitalne revolucije;
- Vizualizirati budućnost koja tek dolazi da bi bili sposobni prepoznati poduzetničke mogućnosti.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Rad u paru;
- Teorija (prezentacije);
- Rad u malim grupama;
- Izvedba;
- Rasprava.

Tok sesije:

I. Digitalna revolucija – jesmo li spremni? (20 minuta)

Trener uvodi grupu u temu i traži od sudionika da formiraju parove. Zadatak svakog para je razmisliti o svim aspektima svog života i zapisati što bi bilo drugačije u njihovom životu da se digitalna revolucija nije dogodila. Zapisuju sve stvari koje ne bi mogli raditi da se digitalna revolucija nije dogodila.

Nakon 10 minuta, parovi dijele do čega su došli, a trener sažima ključne točke i sva područja koja su bila pogođena digitalnom revolucijom.

II. Digitalna revolucija – vizija budućnosti (40 minuta)



Sudionici gledaju video o digitalnoj transformaciji i promjenama koje ona donosi dostupni ovdje: <https://www.youtube.com/watch?v=ystdF6jN7hc>

Trener poziva sudionike da podijeliti svoje uvide o videozapisu i nadolazećim promjenama u svijetu zbog digitalne transformacije.

Trener nastavlja da za uspješno digitalno poduzetništvo nije potrebno samo poznavanje trenutnih trendova u području digitalnog poduzetništva, već je bitno imati viziju kamo se tržište kreće i što nosi budućnost. Sljedeći zadatak odnosi se na vizualizaciju onoga što dolazi u budućnosti kako bi se moglo pokrenuti digitalno poduzeće koje ide prema budućim trendovima, umjesto recikliranja starih ideja i digitalnih rješenja.

Sudionici formiraju 5 grupa, a svaka grupa dobiva jedan citat za nadahnuće:

- „Nikad ne mijenjate stvari boreći se protiv postojeće stvarnosti. Da biste nešto promijenili, izgradite novi model koji čini postojeći model zastarjelim." (Buckminster Fuller)
- „Digitalna revolucija je jednako ometajuća za tradicionalno medijsko poslovanje kao i električna energija za svijeće." (Ken Auletta)
- „Zbog navale ljudskog znanja, zbog digitalne revolucije, imam glas i ne moram vrištati." (Roger Ebert)
- „Digitalna revolucija promijenila je način na koji radimo stvari jer niste pod pritiskom da je film dragocjen, a film skup." (Colm Meaney)
- „Znate da je smiješno, ovo što nam se događa. Naši su životi postali digitalni. Naši prijatelji, sada virtualni. I sve što biste ikada željeli znati udaljeno je samo jedan klik. Doživjeti svijet putem informacija iz druge ruke nije dovoljno. Ako želimo autentičnost, moramo je pokrenuti. Nikada nećemo spoznati svoj puni potencijal ukoliko se ne natjeramo da ga pronađemo. To samo-otkrivanje nas neizbježno vodi u najdivljija mjesta na zemlji." (Travis Rice).

Njihov je zadatak smisliti kratak skeč ili predstavu koja će trajati najviše 5 minuta koja će pokazati njihovu viziju digitalne revolucije u budućnosti i što će ona donijeti svijetu - kako će život izgledati, kako će ljudi ponašati. Mogu iskoristiti sve raspoložive resurse kako bi svoj skeč ili predstavu učinili što preciznijom.

III. Digitalna revolucija – vrijeme je za premijeru (20 minuta)

Grupe nastupaju bez da kažu glavne teme ili ideje. Ostale grupe pokušavaju pogoditi o čemu se radi.

IV. Sažetak i zatvaranje sesije (10 minuta)

Potrebni materijali: laptop, projektor, papiri u boji, škare, različiti materijali za predstave, isprintani i izrezani citati.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Biti svjesni promjena koje je digitalna revolucija donijela u svijet;
- Moći vizualizirati budućnost digitalne revolucije;
- Izraze svoju viziju i kreativnost.

Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

Više detalja možete pronaći u:

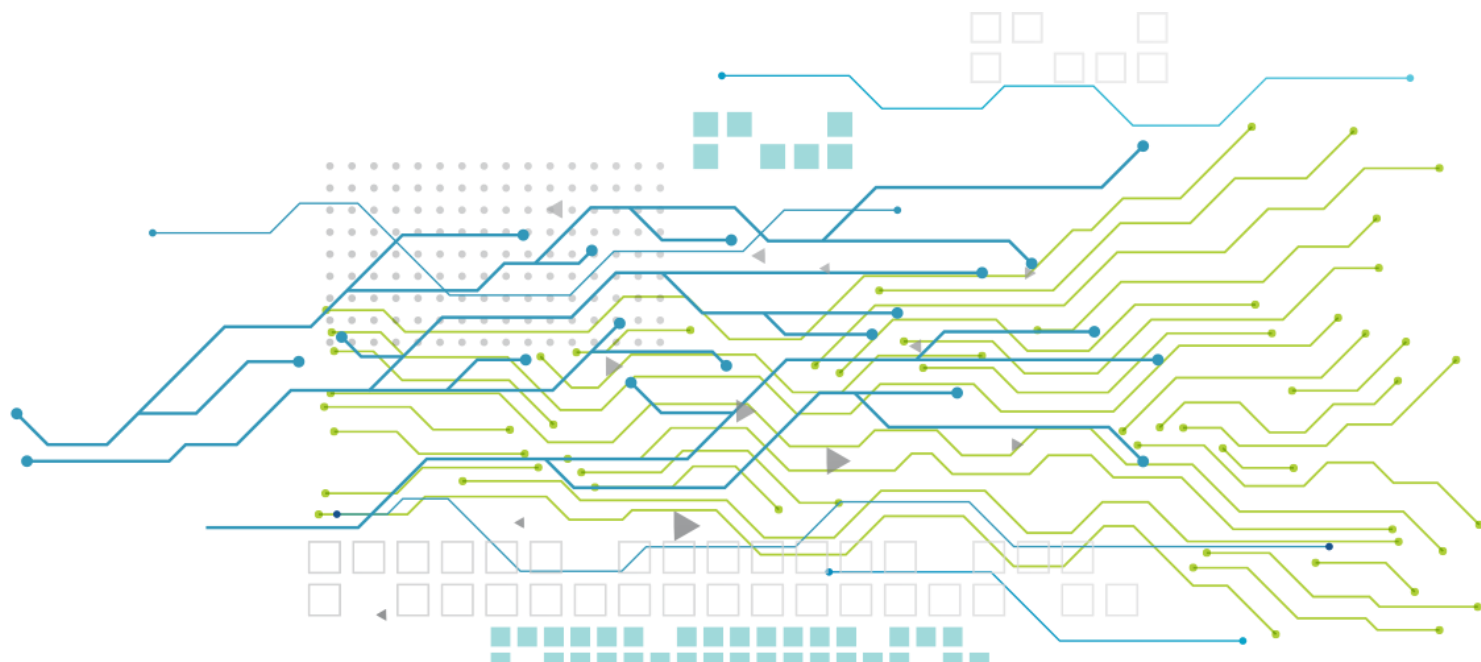
- Info grafika o digitalnoj revoluciji:
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjhv_a49aHrAhUNGUwKHWHvD1IQFjAMegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fstfc.ukri.org%2Ffiles%2Fdigital-revolution-infographic%2F&usg=AOvVaw1b-2crdW31e4ks6ZbSZ6cJ

Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:





- Citati povezani s temom mogu se lako prilagoditi i po potrebi promijeniti prema grupi.
- Ponudite raznovrstan materijal koji vam stoji na raspolaganju za grupne nastupe. Potaknite ih da koriste različita mjesta u i oko trening prostorije ili da ih koriste za nadahnuće.





Digitalno poduzeće – definicija, glavne karakteristike i uspješne studije slučaja

Naziv sesije: Digitalno poduzeće – definicija, glavne karakteristike i uspješne studije slučaja

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: Digitalne tvrtke način su na koji mladi mogu razviti svoje ideje i testirati ih uz nisku cijenu i niske troškove održavanja. Obično koriste niz digitalnih tehnologija kako bi stvorili novu vrijednost u svom poslu. Korištenje takvih tehnologija potiče rast i razvoj. U ovoj će sesiji biti predstavljeni principi digitalne tvrtke, kao i studije slučaja.

Svrha sesije: Predstaviti pojam digitalnog poduzeća.

Ciljevi:

- Razumjeti što je digitalna tvrtka;
- Raspraviti o studijama slučaja;
- Analizirati vlastito okruženje u odnosu na digitalne tvrtke;
- Čuti priču digitalnog poduzetnika.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višjejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Teorija (prezentacije);
- Rad u malim grupama;
- Studije slučaja;
- Gost predavač;
- Rasprava.

Tok sesije:

I. Digitalno poduzeće – definicija (20 minuta)


Trener predstavlja sesiju i poziva sudionike da razmisle o temi digitalnog poduzeća kako bi pronašli zajedničku definiciju. Trener sažima sve točke u jednu definiciju digitalnog poduzeća i predstavlja najvažnije elemente digitalnog poduzeća - poduzetnik, ideja, pitanja, poslovni plan, ispitivanje strategije, pokretanje poduzeća, financije, proizvod, marketing, prodaja, podrška, upravljanje, vodstvo.

Sudionici se dijele u skupine od 3 ili 4, a njihov zadatak je organizirati gore navedene faze pokretanja digitalnog poduzeća od prvog koraka potrebnog pri pokretanju.

Svaka grupa prezentira svoj redoslijed o čemu zatim raspravlja cijela grupa.

II. Studije slučaja i karakteristike digitalnih poduzeća (30 minuta)

Trener predstavlja 4 glavne karakteristike digitalnog poduzeća i predstavlja primjere digitalnih tvrtki.



Trener predstavlja nekoliko studija slučaja digitalnih poslovnih modela (Amazon, Netflix, eBay, Uber, Airbnb).

Sudionici se dijele u 5 skupina kako bi analizirali primjere tih digitalnih tvrtki prema glavnim karakteristikama digitalnih poduzeća. Svaka grupa prezentira svoj rad pred cijelom grupom.

III. **Online razgovor s predstavnikom uspješnog digitalnog start-upa (40 minuta)**

Grupa se putem online kanala povezuje s digitalnim poduzetnikom koji predstavlja tvrtku kroz sljedeća pitanja:

- Kako sam osnovao svoju tvrtku?
- Zašto sam ju odlučio pokrenuti u digitalnom okruženju?
- Čime se bavi moja tvrtka?
- Koje su glavne prednosti za mene?
- Koji su glavni izazovi?
- Koje su glavne tri stvari važne za poduzetnike?

Također, sudionici imaju priliku postavljati pitanja tijekom cijele prezentacije.

Potrebni materijali: A4 papiri, flipchart papiri, post-it papirići, markeri, flomasteri, studije slučaja, laptop, i projektor.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- razumjeti što je digitalno poduzeće;
- biti u mogućnosti navesti karakteristike digitalnog poduzeća;
- biti upoznati s uspješnim studijama slučaja u području digitalnog poduzetništva;
- naučiti o digitalnom poduzetništvu od uspješnog digitalnog poduzetnika.



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

Više detalja možete pronaći u:

- Pročitajte više o ovoj temi u projektnom priručniku "Start-up u digitalnom poduzetništvu"
- Karakteristike digitalnih poduzeća: <https://www.institutefordigitaltransformation.org/four-characteristics-digital-transformation/>
- <https://www.brandwatch.com/blog/expert-advice-how-to-become-a-digital-company/>
- Dodatne radionice o poduzetništvu: <https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/training-module-on-entrepreneurship-education.2129/>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Stupanje u kontakt s osobom koja je digitalni poduzetnik i koja je pokrenula vlastito poduzeće bilo bi vrlo dragocjeno za sudionike da iskustvo čuju iz prve ruke. Pronađite osobu u lokalnoj zajednici koja bi se povezala putem Skype-a ili nekog drugog kanala kako bi komunicirala sa sudionicima. Dogovorite detalje sastanka s osobom unaprijed i dajte joj/mu informacije o grupi i koje bi informacije bile dragocjene za sudionike.
- Potaknite sudionike da postavljaju pitanja, unaprijed im recite da ćete imati gostujuće predavanje s pitanjima i odgovorima kako bi mogli postavljati pitanja koja su im važna. Ako je potrebno, osigurajte malo vremena za razmišljanje.
- Studije slučaja treba pripremiti unaprijed, a mogu biti i studije različitih tvrtki koje se vama čine relevantnim i zanimljivim za sudionike.



Kako pokrenuti digitalno poduzeće (lean start-up metoda i digitalna strategija)

Naziv sesije: Kako pokrenuti digitalno poduzeće (lean start-up metoda i digitalna strategija)

Trajanje: 120 minuta

Pozadina: Start-up poduzeća su u današnjem svijetu sve raširenija. Iako su mnogi na kraju neuspješni (iz različitih razloga), uzbudljivo je za ljude pokrenuti vlastiti posao i rasti, a istovremeno ponuditi digitalni proizvod koji pomaže u rješavanju neke prepreke ili problema u zajednici. Stoga će se sudionici upoznati s LEAN metodom pokretanja poslovanja i digitalnom strategijom, kao i s alatom *Business Model Canvas* koji im može pomoći u planiranju vlastitog pokretanja u budućnosti.

Svrha sesije: Pružiti sudionicima alate za pokretanje start-up poduzeća.

Ciljevi:

- Pružiti informacije o start-up kulturi;
- Predstaviti LEAN metodu pokretanja poduzeća;
- Predstaviti digitalnu strategiju;
- Objasniti alat *Business Model Canvas* i potaknuti sudionike da ga koriste na vlastitim primjerima.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višjejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti.

Metodologija i metode:

- Teorija (prezentacije);
- Video;
- Rad u malim grupama;
- *Business Canvas Model* metoda;
- Rasprava.

Tok sesije:

I. Uvod u start-up poduzeća i LEAN metodu (25 minuta)

Sudionici se upoznaju sa start-up teorijom: što je start-up, njegove karakteristike i kako funkcionira cijeli kontekst. Osim toga, LEAN metoda je predstavljena kao mogućnost korištenja u pokretanju poduzeća. Nakon uvoda sudionici gledaju video koji objašnjava što čini start-up poduzeća uspješnim. Video je dostupan ovdje:

https://www.ted.com/talks/bill_gross_the_single_biggest_reason_why_startups_succeed#t-123634.

II. “Oluja ideja” – problemi koje se može riješiti kroz digitalno poduzeće (15 minuta)

Trener poziva sudionike da formiraju trojke i pronađu problem kojeg bi bilo vrijedno riješiti u njihovim zajednicama. Na temelju problema kojeg izaberu, njihov je zadatak predložiti rješenje koje bi ponudili zajednici pokretanjem digitalnog poduzeća.

III. Uvod u digitalnu strategiju i Business Model Canvas (20 minuta)

Zatim trener predstavlja digitalnu strategiju i *Business Model Canvas* - glavne elemente i pitanja na koja treba odgovoriti. *Business Model Canvas* može se objasniti na primjeru Lego, jer svi znaju koji proizvod prodaju. Video je dostupan ovdje: <https://www.youtube.com/watch?v=g4E3fhybhGM>.

IV. Business Model Canvas u digitalnim poduzećima (40 minuta)

Sudionici nastavljaju raditi u istim grupama kako bi radili na poslovnom planu digitalnog poduzeća kojeg žele pokrenuti. Trener predstavlja ključne točke Canvas-a o kojima trebaju razgovarati i zapisati: ključne aktivnosti, ključni partneri, partnerska mreža, prijedlog vrijednosti, kupci, odnosi s kupcima, kanali, financije i tokovi prihoda.

V. Prezentacije Business Model Canvas-a (20 minuta)

Sudionici zatim predstavljaju svoje poslovne planove i trebaju objasniti svaki dio svojih digitalnih poduzeća. Trener i ostali sudionici daju im povratne informacije.

Potrebni materijali: A4 papiri, A3 papiri, flipchart papiri, post-it papirići, markeri, flomasteri, laptop, projektor, kopije Business Model Canvas-a.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Znati definiciju start-up poduzeća;
- Razumjeti i moći navesti principe LEAN metode pokretanja;
- Znati osnovne elemente *Business Model Canvas*-a i digitalne strategije.

Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

Više detalja možete pronaći u:

- O start-upovima: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/start-up>
- O start-upovima: <https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>
- O LEAN metodologiji: <http://theleanstartup.com/principles>
- O Business Model Canvas-u <https://designabetterbusiness.com/2017/11/02/how-to-use-the-business-model-canvas-for-innovation/>

Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Ohrabrite sudionike prilikom smišljanja ideja da razmišljaju u smjera pokretanja digitalnog poduzeća koje nudi rješenja problema ili više problema u lokalnoj zajednici (ili na globalnoj razini).
- Isprintajte primjerke *Business Model Canvas*-a s detaljnim opisom za svakog sudionika. Osigurajte dovoljno vremena za grupe da izrade svoj *Business Model Canvas*, kao i da ga predstave drugima putem kroz pitanja i odgovore.





Digitalno radno mjesto – prednosti i rizici

Naziv sesije: Digitalno radno mjesto – prednosti i rizici

Trajanje: 120 minuta

Pozadina: Rad u digitalnom okruženju podrazumijeva upotrebu svakog resursa / uređaja za organiziranje ljudi i procesa za odrađivanje posla s dodanom vrijednošću tijekom digitalne transformacije. Obično to znači da možemo lako komunicirati jedni s drugima, ali možemo i lako pretjerati. Alati za online suradnju nude mogućnost komunikacije u svako doba. Za mnoge digitalne poduzetnike stvarnost je da nemaju slobodnog vremena, što ih lako može dovesti do izgaranja. Iako rad na digitalnom radnom mjestu može rezultirati većom produktivnošću, većim prihodom, većim zadovoljstvom poslom, važno je razviti vještine i znanja kako uravnotežiti posao u digitalnom svijetu s drugim vrstama posla ili osobnim životom.

Svrha sesije: Iskusiti izazove i prednosti digitalnog radnog mjesta i učiti iz iskustva.

Ciljevi:

- Podići svijesti o prednostima i rizicima digitalnog radnog mjesta kroz iskustveno učenje i prezentaciju istraživanja;
- Detaljnije analizirati rizike i predložiti strategije i preporuke kako ih spriječiti / prevladati;
- Razviti i razumjeti i kompetencije kako se ponašati u kontekstu s ograničenim vremenom i resursima, a pritom i dalje strateški razmišljati, rješavati probleme na licu mjesta, prihvaćati izazove, biti proaktivan, vježbati komunikaciju, pregovaračke i voditeljske vještine i digitalnu pismenost.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti.

Metodologija i metode:

- Složeni zadatak;
- Prezentacije;
- Dijeljenje.

Tok sesije:


I. **Zadatak simulacije: Što je digitalno radno mjesto? (50 minuta)**

Trener uvodi sudionike u sesiju o prednostima i rizicima digitalnog radnog mjesta i objašnjava kako će sudionici kroz simulaciju raditi u grupama s ljudima s kojima su radili prethodnog dana na stvaranju zajedničkog digitalnog poduzeća. Svaka osoba iz grupe radit će individualno s drugog mjesta i trebat će joj neka vrsta digitalnog uređaja.

Cilj im je pripremiti prezentaciju o proizvodu / usluzi njihovog poduzeća za predstojeći Forum mladih o digitalnom poduzetništvu.

Budući da će "timovi poduzeća" raditi udaljeno s različitih lokacija, od ovog trenutka članovi timova mogu komunicirati samo virtualno. Moraju zamisliti da je njihova poslovna ideja sada pravi posao i da imaju digitalnu tvrtku. Dopusštena je suradnja između "poduzetnika" iz drugih poduzeća.

Trener objavljuje zadatak u Facebook grupi kako bi ga detaljno objasnio:

- 
- “Vaša tvrtka osnovana je prije 8 mjeseci. Vrlo dobro funkcionira. Dobili ste poziv za sudjelovanje na Forumu mladih „Digitalna mladost u digitalno doba“ kako biste predstavili svoje digitalno poduzeće i svoj proizvod / uslugu. Svi vaši zaposlenici rade udaljeno iz 3 različita prostora za suradnju. Svi su odgovorni za pripremu prezentacije. Morate se organizirati kako biste izvršili zadatak u roku od 40 minuta. Nakon toga, Forum će započeti i vi ćete održati prezentaciju pred svima. ”
 - "Održite digitalnu prezentaciju koja će trajati najviše 5 minuta o proizvodu / usluzi vaše tvrtke sudionicima predstojećeg Forumu mladih o digitalnom poduzetništvu."

Pravila:

- Suradnja između članova tima je isključivo digitalna
- Morate završiti prije pauze i biti spremni održati prezentaciju nakon nje
- Morate se složiti oko:
 - CILJA VAŠE PREZENTACIJU – zajednička vizija posla
 - KAKO ĆETE SURADIVATI – koje alate (uređaje, aplikaciju) ćete koristiti za komunikaciju i izradu prezentacije
 - TKO ĆE RADITI ŠTO – podjela zadataka u zadanom rasporedu

II. Pauza

III. Pojedinačne prezentacije svakog poduzeća pred cijelom grupom (20 minuta)

IV. Dijeljenje i naučene lekcije (30 minuta)

Nakon prezentacije svaki tim dobiva popis pitanja za razmišljanje. Njihov je zadatak razmisliti o iskustvu i sažeti ključne prednosti i rizike rada u digitalnom poduzeću.

Rasprava u malim skupinama:

- Kako ste postigli dogovor o sadržaju vaše prezentacije (uklopili sve pojedinačne ideje, smišljali ideje, donosili kompromise ...)?
- Kako ste podijelili zadatke unutar tima? Na čemu je temeljena podjela uloga?
- Što biste mogli reći o procesu vođenja, ako postoji? Jesu li postojale vođe? Jesu li se mijenjali u različitim fazama?
- Što vas je podržavalo u online suradnji?
- Jeste li imali nesuglasica i trenutaka napetosti? Ako da, koji su im bili uzroci i kako ste se nosili s njima?
- Koji su elementi specifični za kulturu utjecali na interakciju s drugim kolegama, ako ih ima?
- Je li svaki član tima bio pozvan, ohrabren, podržan i sposoban 'dati svoje najbolje' u zadatku (vještine, talenti ...)?
- Je li bilo prostora za učenje / mentorstvo i kako ste to uspjeli?

V. Prezentacija o prednostima i rizicima digitalnih radnih mjesta (20 minuta)


Sudionici iznose svoje zaključke o prednostima i rizicima na digitalnim radnim mjestima. Trener sažima sve točke i predlaže strategije za prevenciju / prevladavanje rizika na digitalnim radnim mjestima.

Zatvaranje sesije.

Potrebni materijali: 3 radna mjesta za suradnju s internetskom vezom, računala/laptopi/digitalni uređaji, projektor.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- 
- Razumjeti postupak rada na digitalnom radnom mjestu i suradnju s ostalim članovima tima koji se nalaze na udaljenim mjestima;
 - Biti svjesni prednosti i rizika digitalnih radnih mjesta;
 - Znati kako prevladati ili spriječiti neke rizike koji bi se mogli pojaviti na digitalnim radnim mjestima.



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

Više detalja možete pronaći u:

- Pročitajte više o ovoj temi u projektnom priručniku “Start-up u digitalnom poduzetništvu”
- Deloitte istraživanje o prednostima digitalnih radnim mjestima
https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/human-capital/The_digital_workplace.pdf



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Ovaj dio programa razvijen je kao složena simulacija koja sudionicima može dati dovoljno uvida u pozitivne i negativne strane digitalne suradnje. Ako je moguće, dajte im više vremena za simulaciju, kao i neke praktične preporuke kako prevladati nedostatke s kojima se suočavaju tijekom simulacije.
- Zadatak se može redefinirati ako je potrebno kako bi odgovarao tijeku programa.
- Ovisno o broju timova poduzeća (male grupe), trebate imati najmanje 3 radna mjesta s dostupnim Internetom.





Tko je digitalni poduzetnik? (definicija kompetencija koje pojedinci trebaju imati da bi postali digitalni poduzetnici prema SKA modelu)

Naziv sesije: Tko je digitalni poduzetnik? (definicija kompetencija koje pojedinci trebaju imati da bi postali digitalni poduzetnici prema SKA modelu)

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: Biti poduzetnik zahtijeva razne kompetencije koje pojedinac treba imati ili ih razvijati. Postoji mnogo različitih modela poduzetničkih kompetencija koji su različiti u nekim aspektima, međutim osnovni principi su slični.

Na temelju SKA modela, poduzetničke kompetencije u Priručniku „Start-up u digitalnom poduzetništvu“ podijeljene su u 3 vrste kompetencija:

1. Kognitivne kompetencije - odnose se na specifičan način razmišljanja koji poduzetnik treba imati / razviti kako bi mogao prepoznati mogućnosti i razviti nove ideje temeljene na tim mogućnostima. Te kompetencije podrazumijevaju sposobnost prepoznavanja, procjene, rješavanja problema i donošenja odluka.
2. Socijalne vještine - odnose se na sposobnost povezivanja i umrežavanja s drugima radi stvaranja društvenog kapitala poduzeća.
3. Stav usmjeren na djelovanje - odnosi se na stav usredotočen na djelovanje kako bi se mogli manifestirati i iskoristavati prilike kroz proces svjesnog planiranja, uspostavljanja ciljeva, praćenja, provedbe i prilagođavanja prema trenutnoj situaciji.

Rad s mladima može pomoći u razvijanju kompetencija (znanja, vještina i stavova) potrebnih za postajanje digitalnim poduzetnikom. Kako i na koji način rad s mladima to može, ovisi o određenom kontekstu.

Svrha sesije: Razumjeti koje kompetencije digitalni poduzetnik mora imati u okviru SKA modela (vještine, znanja, stavovi) i kako osoba koja radi s mladima može pomoći u izgradnji relevantnih (mekih) vještina za rad na digitalnom radnom mjestu i poduzetništvu.

Ciljevi:

- Istražiti sliku idealnog digitalnog poduzetnika i njegovih / njezinih kompetencija;
- Shvatiti postoje li mogućnosti u lokalnim zajednicama za razvoj ovih kompetencija i onih koje nedostaju;
- Predstaviti osnovne kompetencije za pokretanje digitalnog poduzeća;
- Razmisliti koje su kompetencije relevantne za mlade i mogu se razviti u okviru rada s mladima

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti.

Metodologija i metode:

- Oluja ideja;
- Rasprave u malim grupama;
- Zadatak o kompetencijama;
- Grupni zadatak.

Tok sesije:

I. Zamislimo idealnog digitalnog poduzetnika (20 minuta)

Volonter sjedi na stolici u sredini kruga, a drugi razmišljaju o svim vještinama, znanju i stavovima koje su do sada istraživali, a koje bi trebao imati IDEALNI digitalni poduzetnik (što preciznije). Sve ideje zapisuju se na post-it papiriće i lijepe se na volontera.

Tada trener pita volontera: "Kako se osjećate sa svim ovim očekivanjima?"

Svi se papirići zatim stavljaju u nacrtane obrise osobe. Papirići sa znanjem stavljaju se na razinu glave, sa stavom na cijelo tijelo i s vještinama na ruke i noge.

II. Na čemu smo? (20 minuta)

Trener objašnjava 3 zone učenja: zone udobnosti, rastezanja i panike.

Sudionici se zauzimaju mjesta prema razini prethodno spomenutih kompetencija stojeći u sredini prostorije (ako smatraju da su po kompetentnosti u zoni udobnosti), sjedeći na stolici (ako su s kompetencijom u zoni rastezanja) i stojeći na stolici (ako su s kompetencijom u zoni panike). Trener čita ranije prikupljene vještine, stavove, znanje. Kad se netko nađe u zoni panike, trener pita osobe u drugim zonama za preporuku što bi moglo pomoći da osoba napravi korak naprijed - koje su mogućnosti za njih / mlade da razviju tu vještinu, kompetenciju.

III. Kompetencije potrebne za uspješnog digitalnog poduzetnika (20 minuta)

Trener navodi osnovnih šest vještina koje svaki pojedinac treba za pokretanje i poduzeće: prodaja, digitalni marketing, računovodstvo i planiranje proračuna, zapošljavanje i upravljanje zaposlenicima, upravljanje vremenom; elastičnost. Više o njima možete pronaći u Priručniku „Start-up u digitalnom poduzetništvu“.

Trener dodaje još neke kompetencije bitne za digitalnog poduzetnika: društveni mediji, marketing putem pretraživača, analitika, marketing sadržaja, e-pošta, mobilni uređaji, strategija i planiranje, društvena prodaja, marketing s plaćanjem po kliku i video.

IV. Prilike za razvoj kompetencija u lokalnim zajednicama (30 minuta)

Nakon prezentacije sudionici formiraju grupe s drugim ljudima iz organizacije ili iz iste zemlje. Njihov je zadatak mapirati kompetencije koje mladi ljudi mogu razviti kroz aktivnost rada s mladima i kako bi postali uspješni digitalni poduzetnici. Njihov je zadatak uključiti aktivnosti, programe ili projekte za mlade koji nude takve mogućnosti, kao i one koje nude drugi dionici u određenoj zajednici.

Svaka grupa izrađuje flipchart s idejama i predstavlja ih ostalim sudionicima

Potrebni materijali: Obris ljudskog tijela na flipchart papiru, flipchart papiri, markeri, laptop, projektor.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Razumjeti tko je idealni digitalni poduzetnik i njegove / njene poželjne kompetencije;
- Raspravljati o tome koje su SKA kompetencije koje je moguće lako razviti u našim zajednicama;
- Zaključiti kako rad s mladima može pridonijeti pružanju mogućnosti za razvoj definiranih kompetencija.

Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

- Pročitajte više o nužnim kompetencijama za digitalne poduzetnike u projektnom priručniku "Start-up u digitalnom poduzetništvu"
- Materijal za Zone učenja <http://www.thempra.org.uk/social-pedagogy/key-concepts-in-social-pedagogy/the-learning-zone-model/>





Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Iako bi neki sudionici mogli biti svjesni koncepta kompetencija i znanja, vještina i stavova, preporučuje se da trener podsjeti grupu da su stavovi motivator učinka (preuzimanje inicijative, mobilizacija drugih, usmjeravanje na ciljeve, rješavanje problema) te uključuju vrijednosti, težnje. Vještine mogu biti kognitivne (komunikacija, vođenje, suočavanje s neizvjesnošću, planiranje, kodiranje softvera, kreativno razmišljanje) kao i praktične (crtanje). Znanje se odnosi i na vještine i na stavove poput - poznavanje aktivnog slušanja, svijest o podjeli uloga u timskom radu, uloga vođe ...





Digitalni marketing – osnovni koncepti i prednosti

Naziv sesije: Digitalni marketing – osnovni koncepti i prednosti

Trajanje: 90 minuta + 45 minuta

Pozadina: U vremenima kada je većina svijeta priključena na internet, digitalni marketing postao je jedna od bitnih kompetencija koje digitalne tvrtke trebaju naučiti i svladati kako bi širile svijet oko svojih proizvoda ili usluga. Kanali koji obuhvaćaju digitalni marketing uključuju web stranice, društvene mreže, natpise, marketing putem e-pošte, mobilni marketing, SEO, kampanje s plaćanjem po kliku, TV, Radio, SMS i sve ostale digitalne oblike komunikacije. Svi ti kanali nude pristup globalnom tržištu s potencijalom da dosegnu razne ciljne skupine, komuniciraju sa svojim kupcima ili potencijalnim kupcima, stvore vjernu publiku i prodaju proizvode ili usluge po manjim cijenama u odnosu na tradicionalni marketing metode.

Svrha sesije: Predstaviti pojam digitalnog marketinga i njegovih prednosti.

Ciljevi:

- Razumjeti što je digitalni marketing i na koji je način prisutan u svakodnevnom životu sudionika;
- Učiti o različitim vrstama digitalnog marketinga;
- Razviti digitalnu strategiju digitalnog poduzeća;
- Sažeti prednosti digitalnog marketinga;
- Otkriti mogućnosti za učenje putem interneta povezane s temom digitalnog marketinga.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Pretraživanje interneta;
- Teorija;
- Interaktivna prezentacija;
- Oluja mozgov;
- Grupni rad;
- Prezentacije;
- Povratna informacija.

Tok sesije:

I. Digitalni marketing u svakodnevnom životu (20 minuta)

Trener predstavlja koncept digitalnog marketinga i poziva grupu da uzmu svoje pametne telefone ili prijenosna računala da potraže na internet primjere digitalnog marketinga kojima su izloženi. Skeniraju svoje profile na društvenim mrežama, e-poštu, blogove, vijesti itd. I zapisuju oblik i sadržaj proizvoda / usluga koji im se plasiraju putem digitalnih platformi. Svaki primjer zapisuju na jednom post-it papiriću. Nakon 10 minuta, sudionici dijele svoja otkrića pred cijelom grupom i lijepe ih na flipchart.

II. Vrste digitalnog marketinga (20 minuta)

Trener predstavlja vrste digitalnog marketinga kroz interaktivnu prezentaciju - Search Engine Optimization (SEO); marketing sadržaja; marketing društvenih medija; plaćanje po kliku (PPC); affiliate marketing; nativno oglašavanje; automatizacija marketinga; marketing putem e-pošte; mrežni PR; ulazni marketing; sponzorirani sadržaj.

Neke od gore spomenutih vrsta marketinga bit će obrađene kasnije tijekom treninga i dalje proširene.

III. Digitalna strategija za digitalno poduzeće (50 minuta)

Trener poziva sudionike da se okupe u skupinama u kojima su radili na izradi nacrtu digitalne strategije njihovog digitalnog poduzeća kako bi bili prisutni na internetu.

Trener predstavlja 10 koraka za izradu učinkovite digitalne strategije s kratkim objašnjenjem:

- Definirajte svoje "zašto"?
- Ispričajte svoju priču o brendu
- Definirajte svoje ciljeve
- Razvijte primjere persona
- Izradite kartu putovanja
- Prepoznajte ključne kanale
- Razvijte strategiju sadržaja
- Napravite kalendar sadržaja
- Planirajte svoje resurse
- Izmjerite svoj rad

IV. Prezentacija digitalnih strategija (30 minuta)

Nakon stanke sudionici u grupama predstavljaju svoje strategije da razmijene ideje. Trener im postavlja pitanja za razmišljanje u vezi s digitalnom strategijom.

Trener poziva 2-3 osobe da daju povratne informacije za svaku prezentaciju u smislu imenovanja prednosti predložene digitalne strategije. Trener sažima sve prednosti tijekom prezentacija.

V. Gdje učiti o digitalnom marketingu (15 minuta)

Trener sažima aktivnost i predstavlja neke od internetskih platformi na kojima je moguće pohađati tečajeve o digitalnom marketingu i digitalnoj strategiji kako bi učili o tome i kako bi mlade poduzetnike vodili u procesu učenja o ovom aspektu digitalnog poduzetništva.

Potrebni materijali: Flipchart papir, markeri, A3 papiri, laptop, projektor, pametni uređaji ili drugi digitalni uređaji.

Rezultati sesije:


Na kraju sesije, sudionici će:

- Razumjeti koncept digitalnog marketinga;
- Znati o vrstama digitalnog marketinga;
- Razviti digitalnu strategiju;
- Davati i primati povratne informacije o digitalnim strategijama;
- Razumjeti prednosti digitalnog marketinga;
- Znati gdje mogu saznati više o digitalnom marketingu na mreži.

Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

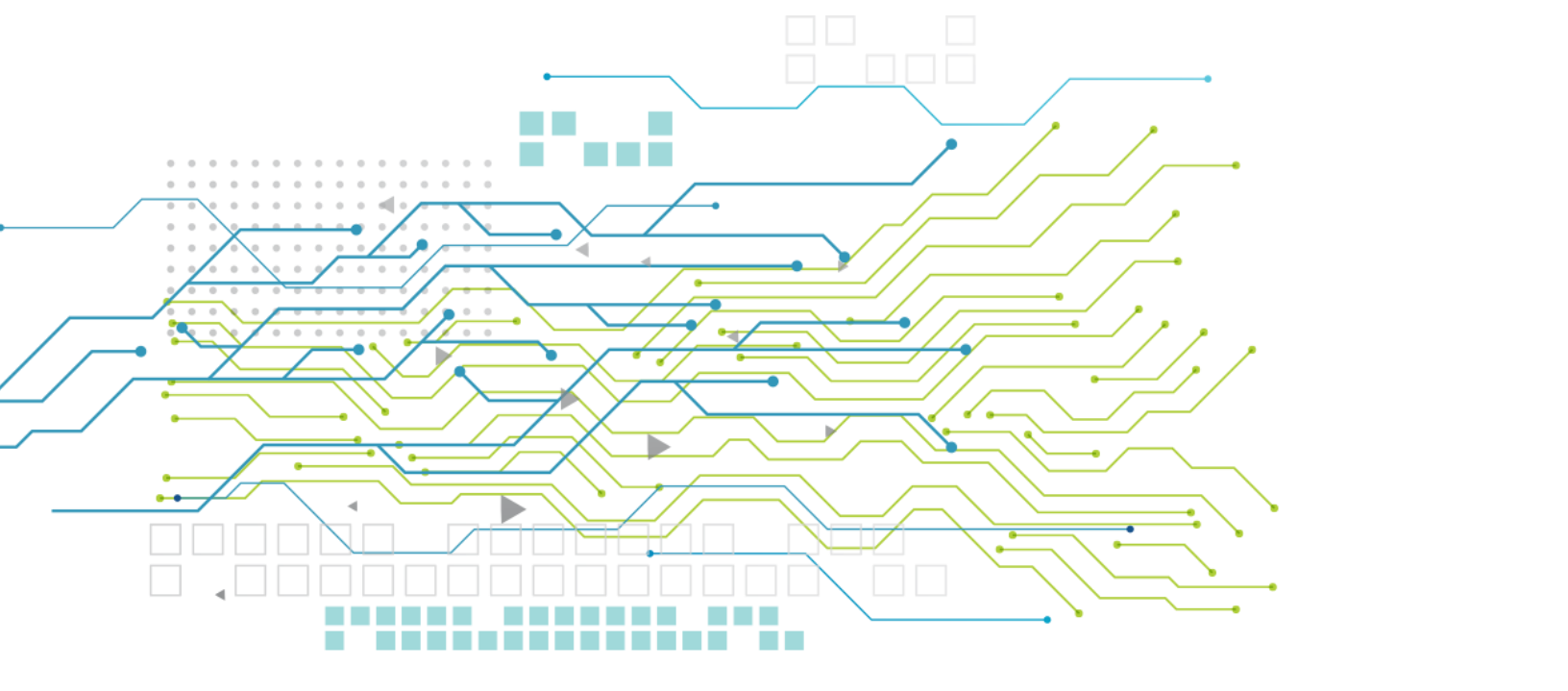
- Pročitajte više o digitalnom marketing i digitalnoj strategiji u projektnom priručniku "Start-up u digitalnom poduzetništvu"



- 
- Pročitajte više o “10 koraka za izgradnju učinkovite digitalne strategije”:
<https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy>
 - Više o online tečajevima o digitalnom marketingu: <https://www.reliablesoft.net/best-digital-marketing-courses/>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Isprintajte članak „10 koraka do izgradnje učinkovite digitalne strategije“ i dajte po jedan primjerak svakoj grupi da ga koriste tijekom postupka izrade njihovih digitalnih strategija.
 - Reorganizirajte sesiju ako će grupama trebati više vremena za razvijanje digitalnih strategija, no pobrinite se da prođu kroz sve točke, barem na površini, u zadanom vremenu.
- 



Kompetitivne prednosti digitalnog marketinga

Naziv sesije: Kompetitivne prednosti digitalnog marketinga

Trajanje: 45 minuta

Pozadina: Digitalni svijet omogućuje tvrtkama širom svijeta da budu prisutne na internet. Samo prisustvo u digitalnom svijetu ne garantira da će tvrtka biti uspješna. Za to je bitno da tvrtka ima konkurentsku prednost. To tvrtki omogućuje privlačenje kupaca, kao i zadržavanje odanosti postojećih kupaca. Konkurentske prednosti koje digitalne tvrtke mogu postići u odnosu na konkurenciju uključuju: novčanu prednost, vrijednosnu prednost i prednost usmjerenosti.

Svrha sesije: Otkriti kompetitivne prednosti digitalnog poduzeća.

Ciljevi:

- Mapirati konkurenciju koja nudi slične proizvode ili usluge;
- Otkriti konkurentske prednosti digitalne tvrtke.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Oluja ideja;
- Pretraživanje interneta;
- Analiza;
- Grupni rad;
- Prezentacija.

Tok sesije:

I. Karta naše konkurencije (15 minuta)

Sudionici nastavljaju raditi u istim grupama, a nakon što su izradili svoje digitalne strategije i predstavili ih, sudionici nastavljaju pretraživati internet kako bi uočili potencijalnu konkurenciju koju bi mogli imati. Njihov je zadatak pretražiti njihove web stranice ili društvene medije i otkriti slične proizvode ili usluge koje nude.

II. Koja je naša kompetitivna prednost? (20 minuta)

Sljedeći im je zadatak razmisliti i otkriti konkurentsku prednost svog digitalnog poduzeća tvrtke. Neka od pitanja za usmjeravanje koja mogu koristiti su:

- Po čemu su naši proizvodi / usluge bolji od konkurenata?
- Kako naš proizvod / usluga nudi dobru vrijednost za novac?
- Kakve koristi i vrijednosti naši kupci imaju od nas, a ne od naših konkurenata?
- Koja su naša strateška sredstva?
- Koju poruku komunicira naš brend?

III. Prikupljanje ideja (10 minuta)

Sudionici dijele sažetak konkurentskih prednosti njihovih digitalnih poduzeća.

Potrebni materijali: papiri, markeri, internetska veza, laptop, i pametni telefoni.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- izraditi mapu konkurencije
- Znati uočiti konkurentske prednosti digitalnog poduzeća



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

- <https://searchengineland.com/sustainable-competitive-advantages-digital-marketing-258100>
- <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/how-digital-skills-can-give-you-the-competitive-advantage>
- <https://www.canzmarketing.com/sustainable-competitive-advantage-and-the-role-of-digital-marketing/>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Ponudite različite materijale za sudionike kako bi izradili svoje mape konkurenata. To ne mora biti samo 2D prikaz, oni ga mogu izraditi s različitim predmetima, materijalima, post-it papirićima, itd.





Marketing sadržaja

Naziv sesije: Marketing sadržaja

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: Sadržaj je središnji dio cjelokupne strategije digitalnog marketinga. Njegov fokus je na stvaranju različitih vrsta rezultata - slika, tekstova, videozapisa, podcast-ova, blogova, tečajeva, webinarara itd. Oni se kasnije promoviraju putem različitih mrežnih komunikacijskih kanala.

Svrha sesije: Naučiti nešto o marketingu sadržaja i shvatiti važnost stvaranja sadržaja za digitalna poduzeća.

Ciljevi:

- Upoznati osnove marketinga sadržaja;
- Razumjeti tko je publika digitalnog poduzeća i njihove potrebe;
- Izraditi profil publike poduzeća;
- Definirati dodanu vrijednost digitalnog poduzeća;
- Utvrditi prikladan sadržaj koji će dodati vrijednosti kupcima.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Oluja ideja;
- Video sadržaj;
- Povratna informacija;
- Crtanje;
- Grupni rad.

Tok sesije:

IV. Uvod u marketing sadržaja (20 minuta)

Trener traži od sudionika da razmisle o svojoj omiljenoj vrsti / formatu sadržaja koji vole gledati, čitati ili slušati na internetu. Nakon toga trener predstavlja koncept marketinga sadržaja i pušta videozapis za polaznike o tome: <https://www.youtube.com/watch?v=InG3YTE5DSQ>

Nakon videozapisa sudionici dijele što su novo saznali o marketingu sadržaja.

V. Tko je vaša publika? (30 minuta)

Trener kaže da je za zadržavanje i privlačenje novih kupaca važno stvoriti relevantan sadržaj koji odgovara njihovim potrebama. Da bi to bilo moguće, potrebno je razumjeti tko im je publika.

Sljedeći će im zadatak biti nastavak rada u istim skupinama u kojima su razvijali svoja digitalna poduzeća. Trebali bi analizirati tko bi bili njihovi kupci i stvoriti profil osobe koja bi bila prototip njihove publike /

kupaca. Moraju razmisliti o fizičkom izgledu, dobi, profesiji, interesima, mjestom stanovanja, potrošnoj moći i navikama. Ako bi njihovi kupci bile druge tvrtke, isto to rade i za njih.

Svaka skupina treba imati vizualni prikaz (crtež) svojih kupaca sa svim relevantnim informacijama.

Svaka grupa predstavlja svoje profile i prima povratne informacije od drugih.

VI. Dodana vrijednost (15 minuta)

Na temelju profila koje su izradili, grupe nastavljaju zajednički rad i trebaju zapisati samo jednu rečenicu - dodatnu vrijednost koju stvaraju za svoju publiku putem svog digitalnog poduzeća.

Grupe dijele nakon 10 minuta.

VII. Stvaranje sadržaja (25 minuta)

Trener objašnjava zadnji dio sesije. Grupe moraju za svoja digitalna poduzeća definirati vrstu sadržaja koji žele ponuditi svojoj publici za promociju svojeg poduzeća i njihovih proizvoda ili usluga.

Grupe će se malo promiješati kako bi se omogućila drugačija perspektiva i kako bi se međusobno podržavale u procesu izrade sadržaja. Dvije osobe ostaju u izvornoj grupi / timu, a ostale osobe privremeno pronalaze različite grupe samo za ovu vježbu. Rotiraju se kako bi razmjenjivali iskustva, vidjeli dinamiku u drugim timovima, podržavali jedni druge novim idejama.

Zadatak je razmisliti o vrstama sadržaja koje će stvoriti i odabrati 2 vrste sadržaja koje će biti u fokusu njihove strategije marketinga sadržaja.

Potrebni materijali: Papiri, flomaster, markeri, flipchart papir, post-it papirići, projektor, i laptop.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Razumjeti što je marketing sadržaja;
- Znati prepoznati svoju publiku;
- Izraditi profil publike poduzeća;
- Definirajte dodanu vrijednost digitalnog poduzeća;
- Odaberite vrstu sadržaja koju žele izraditi za svoja digitalna poduzeća.



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

- Pročitajte više o marketing sadržaja u projektnom priručniku "Start-up u digitalnom poduzetništvu"
- Više o marketingu sadržaja: <https://www.inc.com/aj-agrawal/6-content-marketing-lessons-for-beginners.html>
- Više o marketingu sadržaja: <https://www.kunocreative.com/blog/content-marketing-plans>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Postoji mnogo videozapisa i tutorial-a različite dužine na temu digitalnog marketinga. Odaberite drugi video ako vam se čini relevantniji ili korisniji za grupu.
- Kada timovi rotiraju neke od svojih članova, potaknite ih da se međusobno podržavaju u procesu stvaranja i predlože rješenja, umjesto da budu kritični. Ideja zamjene članova tima je pružiti svježu perspektivu drugim skupinama i dobiti uvid od grupe u kojoj osoba dolazi podržati.



Alati, metode, usluge i oblici oglašavanja u digitalnom marketingu

Naziv sesije: Alati, metode, usluge i oblici oglašavanja u digitalnom marketingu

Trajanje: 180 minuta

Pozadina: Što se tiče oglašavanja putem digitalnog marketinga, dostupno je toliko mnogo opcija da je ponekad vrlo teško odlučiti što koristiti i gdje oglašavati, posebno za početnike u ovom polju. Pri odabiru alata, metoda, usluga ili oblika oglašavanja, važno je uzeti u obzir vrstu proizvoda ili usluge koje poduzeće želi oglašavati, ciljanu publiku i potencijalne kupce, kao i prebivalište, dob i druge relevantne informacije. Digitalni marketing uključuje sve oblike digitalnih kanala - TV, radio, Internet, SMS itd.

Svrha sesije: Predstaviti različite alate, metode, usluge i oblike oglašavanja u digitalnom marketingu.

Ciljevi:

- Naučiti o različitim alatima u digitalnom marketingu;
- Razumjeti postupak stvaranja sadržaja za digitalni marketing i potrebne alate za njegovo objavljivanje;
- Istražiti različite oblike, metode i usluge za oglašavanje u digitalnom marketingu
- Razumjeti ulogu rada s mladima u podršci mladim digitalnim poduzetnicima početnicima u ovom procesu.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Grupni izazov;
- Izrada videozapisa;
- Prezentacije;
- Povratne informacije;
- Teorija;
- World cafe.

Tok sesije:

I. Prodaja kemijske olovke kroz digitalne kanale (30 minuta)

Trener uvodi u sesiju i govori sudionicima da će započeti s izazovom. Sudionici se dijele u timove od 3 osobe koji prije nisu radili zajedno. Svaki će tim dobiti jednu kemijsku olovku, a njihov je zadatak stvoriti digitalni sadržaj koji bi tu olovku reklamirao u obliku fotografije ili videozapisa za objavu na društvenim mrežama poduzeća. Na svojim pametnim telefonima smiju koristiti alate za uređivanje fotografija i videozapisa. Videozapis bi trebao trajati najviše 20 sekundi. Ideja je da bude spontano, bez puno priprema i što autentičnije.

Za 20 minuta svi timovi trebaju poslati svoj konačni proizvod u zajedničku Facebook grupu.

II. Vrijeme je za premijeru (20 minuta)

Kad svi timovi dodaju svoj sadržaj u grupu, trener ih prikazuje jedan po jedan. Nakon što pogledaju svaki video ili fotografiju, timovi dijele alate koji su ih koristili za izradu i ukratko objašnjavaju svoj kreativni proces.

Trener zapisuje sve alate koje grupe spominju na zasebnom papiru.

III. Drugi alati u digitalnom marketingu (20 minuta)

Trener nastavlja davati još primjera alata u digitalnom marketingu koji su dostupni za upotrebu. Trener pokazuje gdje ih se može naći i dijeli poveznicu na mrežne stranice.

Primjeri nekih alata za digitalni marketing:

- 1) Alati za upravljanje društvenim medijima - Sprout Social, Wyng; WooBox; Facebookov Power Editor; Twitter Native Platform;
- 2) Alati za marketing putem e-pošte - HubSpot Marketing putem e-pošte; MailChimp; Marketo; GetResponse
- 3) Programski alati za oglašavanje - ChoiceStream; Raketno gorivo; Pojednostavljeno.fi
- 4) Alati za testiranje web stranica - Unbounce; Oracly Maximiser; Optimalno, Visual Website Optimizer (VWO); HotJar
- 5) Web lokacije za video hosting - Wistia; Vimeo
- 6) Alati za stvaranje sadržaja - Landscape; Canva; Vizualno.ly
- 7) Alati za održavanje sadržaja - Feedly; Scoop.it; Kapost;
- 8) Alati za analitiku web stranica - Kissmetrics; Google Analytics; Adobe Analytics; Woopra
- 9) Alati za korisničku podršku - Zendesk; Korisnička služba UserVoice; LiveChat;
- 10) Alati za optimizaciju pretraživača - Moz; SEMRuch; Screaming Frog
- 11) Alati pridruženog marketinga - CJ Affiliate; VigLink; Rakuten Affiliate Network

IV. World café – oblici oglašavanja u digitalnom marketingu, metode i usluge (40 minuta)

Kako bi dublje ušli u oblike oglašavanja u digitalnom marketingu, metode i usluge, sudionici se dijele u četiri skupine. Svaka skupina započne za jednim od stolova u sobi oko jednog flipchart papira s određenom temom i priloženim materijalima.

Svaka skupina ima 10 minuta da prođe kroz materijale, raspravi pitanje i zapiše svoje glavne zaključke. Nakon 10 minuta prebacuju se za susjedni stol i razgovaraju o sljedećoj temi, sve dok se ne vrate na pitanje od kojeg su krenuli. Teme i pitanja o kojima trebaju razgovarati i odgovoriti su sljedeće:

- Koji oblici oglašavanja postoje u digitalnom marketingu? Koja je prednost digitalnog marketinga u odnosu na tradicionalne oblike marketinga? (Link za dodatne informacije i materijale ovdje: <https://idgadvertising.com/types-of-digital-advertising/>)
- Zašto digitalna poduzeća trebaju usluge digitalnog marketinga? (Link za dodatne informacije i materijale ovdje: <https://www.webfx.com/internet-marketing/digital-advertising-services.html>)
- Koje su najbolje metode za internetsko oglašavanje i njihove prednosti? (Link za dodatne informacije i materijale ovdje: <https://postcron.com/en/blog/internet-advertising/>)
- Zašto je digitalni marketing važan za pokretanje digitalnih poduzeća?

Nakon toga, kad se svaka grupa vrati na početnu poziciju, trebaju proći sve što su ostale grupe zapisale i pripremiti kratku prezentaciju.

V. World café – prezentacije (30 minuta)

Grupe predstavljaju svoja pitanja, a trener dodaje više informacija o oblicima, metodama i uslugama u digitalnim poduzećima.

VI. Uloga rada s mladima (40 minuta)

Sudionici se organiziraju u grupe sa sudionicima iz istih zemalja kako bi razgovarali o ulozi rada s mladima u obrazovanju mladih o oblicima oglašavanja u digitalnom marketingu, metodama i dostupnim uslugama. Imajući na umu mlade u svojoj lokalnoj zajednici koji bi bili potencijalni digitalni start-up poduzetnici, grupe raspravljaju o sljedećem:

- Kako rad s mladima može podržati mlade digitalne poduzetnike početnike?
- Koje resurse imamo na raspolaganju?
- Koji bi dionici trebali biti uključeni?

Nakon 20-minutne rasprave unutar grupa, svaka grupa prezentira svoje zaključke.

Trener sažima i zatvara sesiju.

Potrebni materijali: minimalno 10 kemijskih olovki, digitalni uređaji, internetska veza, flipchart papiri, markeri, projektor, materijali za world café.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Biti upoznati s različitim alatima oglašavanja u digitalnom marketingu;
- Razumjeti postupak izrade sadržaja za digitalni marketing i potrebne alate za njegovo objavljivanje;
- Saznati više o različitim oblicima, metodama i uslugama za oglašavanje u digitalnom marketing;
- Razumjeti ulogu rada s mladima u podršci mladim digitalnim poduzetnicima početnicima u ovom procesu.



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

- Pročitajte više o digitalnom marketing za digitalne poduzetnike u projektnom priručniku "Start-up u digitalnom poduzetništvu"
- Oblici digitalnog marketinga: <https://idgadvertising.com/types-of-digital-advertising/>)
- Usluge digitalnog marketinga: <https://www.webfx.com/internet-marketing/digital-advertising-services.html>)
- Metode internetskog oglašavanja: <https://postcron.com/en/blog/internet-advertising/>)
- Zašto je digitalni marketing važan za digitalna start-up poduzeća: <https://hafizmuhammadali.com/blog/digital-marketing-for-startups/>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Ova sesija sadrži puno informacija povezanih s temom. Moguće je da nisu sve jednako važne za vašu grupu, pa prilagodite sadržaj i tijek sesije potrebama grupe.
- Unaprijed recite sudionicima da će im trebati pametni telefoni s aplikacijom za fotografije ili videozapise.



Internetske / digitalne kampanje

Naziv sesije: Online / digitalne kampanje

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: Internetske / digitalne kampanja koriste se u digitalnim poduzećima iz nekoliko razloga. Tri su glavne vrste kampanja: 1) Kampanje za privlačenje kupaca - za privlačenje kupaca za kupnju proizvoda ili usluga poduzeća; 2) konverzijske kampanje – za pretvaranje sljedbenika u kupce; 3) Kampanje zadržavanja i povjerenja - za izgradnju povjerenja kod trenutnih kupaca i motivirati ih da nastave koristiti usluge poduzeća ili kupovati proizvode.

Svrha sesije: Istražiti internetski / digitalni marketing i njegovu važnost za digitalna start-up poduzeća.

Ciljevi:

- Naučiti što je digitalna kampanja i zašto je važna;
- Analizirati primjere uspješnih studija slučaja;
- Razumjeti što čini uspješnu internetsku / digitalnu kampanju

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Oluja ideja;
- Studije slučaja;
- Teorija;
- Grupni rad.

Tok sesije:

I. Što je digitalna kampanja i zašto je važna? (15 minuta)

Trener predstavlja sesiju tražeći od sudionika da uzmu 2 post-it papirića u različitim bojama. Na jednoj pišu što je za njih digitalna kampanja, a na drugoj zašto je to važno za digitalna start-up poduzeća. Sudionici dijele svoja razmišljanja, a trener dodaje ključne informacije o digitalnoj kampanji.

II. Karakteristike uspješne digitalne kampanje? (15 minuta)


Trener prikazuje primjer uspješne digitalne kampanje, npr. Međunarodni dan žena s PayPal-om: Razgovor o raznolikosti, kulturi i poslovanju (<https://www.youtube.com/watch?v=57KV-1PT4mA>)

Sudionici gledaju i bilježe zašto misle da je primjer koji vide dobra digitalna kampanja i što donosi tvrtki koja ju je objavila.

Sudionici dijele i raspravljaju o najvažnijim karakteristikama uspješne digitalne kampanje.

III. Studije slučaja – primjeri digitalnih kampanji (40 minuta)

Sudionici se dijele u 6 skupina. Svaka grupa dobit će jedan primjer uspješne digitalne kampanje. Trener daje materijale svakoj grupi sa sljedećim slučajevima:

- 
- Ispričajte priču s emocionalnim okidačima - Heineken
 - Stvorite siguran prostor za manje glamurozne brendove - Tena
 - Višekanalna strategija - Single Grain i Eric Siu
 - Korisnički generirani sadržaj i influencer sadržaj - ASOS
 - Iskoristite interese svojih kupaca - Wholesome Culture
 - Dodajte dašak iskustvenog marketinga – Uniqlo

Opisi su dostupni ovdje: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/6-of-the-best-digital-marketing-campaigns-you-can-learn-from>

Grupe trebaju dodatno istražiti svaki slučaj na internetu, raspraviti i zapisati sljedeće točke:

- Koja je strategija korištena i koji kanali?
- Što kampanju čini uspješnom?
- Zašto je digitalna kampanja važna za digitalna start-up poduzeća?

IV. Dijeljenje i zatvaranje sesije (20 minuta)

Grupe dijele svoje zaključke, a trener zapisuje sve važne točke na flipchart papir.

U posljednjem krugu sudionici su pozvani podijeliti jednu stvar koju su naučili o digitalnim kampanjama, a koju prije nisu znali.

Potrebni materijali: Post-it papirići, flipchart papir, markeri, laptop, projektor.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Znati što je digitalna kampanja i zašto je važna;
- Analizirati primjere uspješnih studija slučaja;
- Shvatiti što čini uspješnu internetsku / digitalnu kampanju.

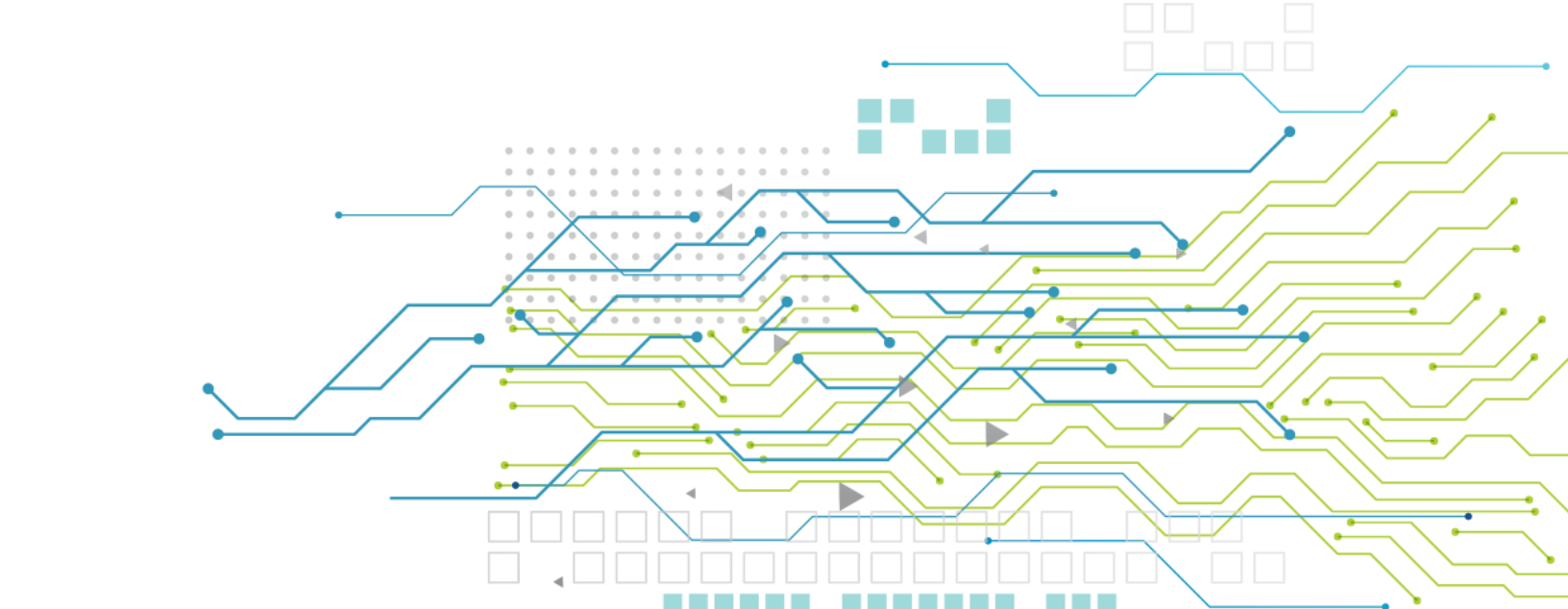


Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

- Pročitajte više o internetskim / digitalnim kampanjama u projektnom priručniku “Start-up u digitalnom poduzetništvu”
- Vrste digitalnih kampanja: <https://artdivision.co.uk/marketing-campaign-types/>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Studije slučajeva mogu se prilagoditi ili razlikovati, ovisno o grupi i vremenu kada se trening odvija, tako da su primjeri svježiji jer je svijet digitalnih kampanji dinamičan i neprestano se mijenja.
- 



Društvene mreže/medijski alati – kako povećati rezultate društvenih medija

Naziv sesije: Društvene mreže / medijski alati – kako povećati rezultate društvenih medija

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: Društvene mreže postoje više od 20 godina u različitim formatima. Njihova je evolucija bila vrlo brza, a nastavljaju se mijenjati i dalje, kao što se mijenjaju životi ljudi na globalnoj razini. Najčešće društvene mreže važne za digitalna pokretanja uključuju Facebook, Instagram, LinkedIn i Twitter. Ove četiri postoje najduže i imaju najveći broj korisnika u usporedbi s drugim društvenim mrežama. Popularne su i druge društvene mreže kao TikTok, Snapchat, Pinterest, međutim svake se godine pojavljuju nove društvene mreže, a popularnost svih njih neprestano se mijenja.

Svrha sesije: Upoznati se s različitim društvenim mrežama / medijskim alatima za digitalna start-up poduzeća kako bi povećali svoje rezultate na društvenim mrežama.

Ciljevi:

- Razumjeti razvoj društvenih mreža;
- Mapirati najpopularnije društvene mreže;
- Istražiti alate koji pomažu povećanju rezultata na društvenim mrežama.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višjejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Mentalna mapa;
- Grupni rad;
- Prezentacije;
- Video;
- Teorija.

Tok sesije:


I. Evolucija društvenih mreža (30 minuta)

Trener uvodi sudionike u sesiju prikazivanjem videozapisa o razvoju društvenih mreža od 1997. do danas: https://www.youtube.com/watch?v=iHnUg0_eS8Q

Sudionici čine 7 grupa. Svaka skupina na papiriću dobiva jednu društvenu mrežu (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok, Snapchat, Pinterest), o kojoj trebaju istražiti više: vrstu sadržaja, profil članova, način komunikacije itd. Oni izrađuju mentalnu mapu o društvenim mrežama koje su dobili kako bi je kasnije predstavili drugim skupinama.

Grupe nakon 15 minuta predstave svoje mentalne mape i lijepe ih na zid.

II. Društvene mreže / dostupni medijski alati (30 minuta)



Sudionici nastavljaju raditi na temi društvenih mreža u različitim skupinama. Vraćaju se grupama u kojima su prije radili na svojim digitalnim poduzećima. Grupe nasumično odaberu jednu od mentalnih mapa o društvenim mrežama na zidu, tako da svaka grupa radi s drugom društvenom mrežom.

Grupe imaju 30 minuta da istraže vrste alata dostupnih digitalnim poduzećima kako bi povećali svoje rezultate na društvenim mrežama putem te određene mreže. Svaka skupina izrađuje poster na flipchart papiru o društvenoj mreži na kojoj rade. Moraju uključiti sljedeće informacije:

- Osnovne karakteristike / format društvene mreže
- Alati dostupni za tu određenu društvenu mrežu - za povećanje rezultata
- Kako bi koristili određenu društvenu mrežu za svoje digitalno poduzeće

III. Alati - prezentacije (20 minuta)

Grupe prezentiraju svoje rezultate. Trener na kraju dodaje više informacija o alatima ako je potrebno.

IV. Zaključivanje sesije (10 minuta)

Sudionici sjede u krugu i u nekoliko riječi podijele kako im bilo.

Potrebni materijali: A3 papiri, markeri, internet veza, laptop, projektor, flipchart papir.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Razumjeti kako su se društvene mreže razvile od njihovog prvog pojavljivanja;
- Imati pregled najpopularnijih mreža društvenih medija;
- Biti upoznati s raznim alatima koji pomažu povećati rezultate digitalnih poduzeća na društvenim mrežama.



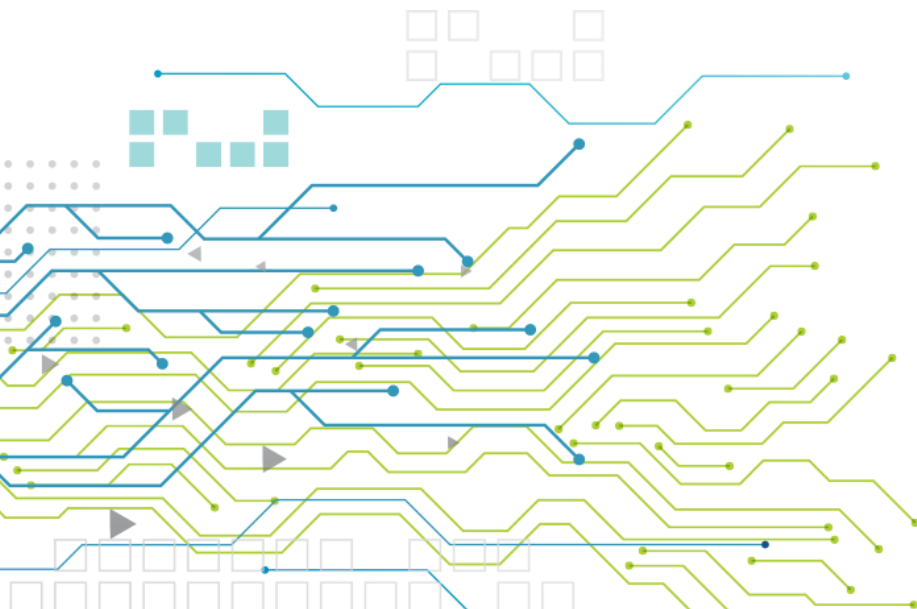
Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

- Pročitajte više o novim medijima u projektnom priručniku “Start-up u digitalnom poduzetništvu”
- Pročitajte više o alatima za društvene mreže:
<https://contentmarketinginstitute.com/2018/08/best-social-media-tools/>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Društvene mreže koje dajete grupama u prvom dijelu sesije mogu biti različite. Prilagodite se najpopularnijim društvenim mrežama u trenutku treninga.
- Potaknite sudionike da rade na društvenoj mreži koju obično ne koriste ili ne vole, tako da se





Internetsko oglašavanje

Naziv sesije: Internetsko oglašavanje

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: Internetsko oglašavanje jedan je dio digitalnog marketinga koji je usredotočen samo na internetske komunikacijske kanale. Uključuje marketing sadržaja, društvene mreže, plaćeno oglašavanje, SEO, oglašavanje putem e-pošte, mobilno oglašavanje, natpise, affiliate marketing itd.

Svrha sesije: Razumjeti koji su oblici internetskog marketinga najkorisniji za određene proizvode ili usluge koje pružaju digitalna start-up poduzeća.

Ciljevi:

- Upoznati se s internetskim oglašavanjem i najčešćim kanalima komunikacije;
- Razviti strategiju oglašavanja;
- Razmijeniti povratne informacije i ideje o konačnim proizvodima grupnog rada

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Teorija;
- Grupni rad;
- Razvoj strategije;
- Dijeljenje;
- Prezentacije u obliku izložbe;
- Povratne informacije.

Tok sesije:

I. Uvod u internetsko oglašavanje (10 minuta)

Trener uvodi pojam internetskog oglašavanja i većinu komunikacijskih kanala, prednosti i nedostatke istog.


II. Koji digitalni kanal izabrati? (10 minuta)

Sudionici se vraćaju u grupe u kojima rade na razvoju zajedničkog digitalnog start-up poduzeća. Njihov je zadatak razviti strategiju internetskog oglašavanja za oglašavanje svojih proizvoda / usluga putem internetskih komunikacijskih kanala. Nakon što se dogovore oko izbora kanala, nastavljaju raditi na razvoju strategije oglašavanja.

III. Strategija internetskog oglašavanja (30 minuta)

Grupe rade na svojim strategijama internetskog oglašavanja. Trebaju uključiti sljedeće podatke:

- Usluga / proizvod koji njihova digitalna tvrtka želi ili treba oglašavati

- 
- Željeni komunikacijski kanal za oglašavanje
 - Sadržaj koji žele oglašavati (njegov oblik)
 - Potrebni resursi
 - Osoba zadužena za provedbu strategije oglašavanja
 - Pokazatelji uspjeha (kako će znati da su postigli svoje rezultate)
 - Potencijalni rizici i koristi korištenja odabranog komunikacijskog kanala

IV. Prezentacija u obliku izložbe (20 minuta)

Svaka grupa svoje planove oglašavanja stavlja uz ostatak materijala koje su razvili oko svojih digitalnih start-up poduzeća tijekom treninga do tog trenutka. Druge grupe imaju priliku razgledati oko sebe i vidjeti sve što su druge grupe razvile. Svaka osoba uzme nekoliko post-it papirića i dok obilazi, zapisuje povratne informacije, prijedloge ili pitanja o materijalima i sadržaju koji su razvile druge grupe.

V. Sažetak i zaključivanje sesije (10 minuta)

Grupe provjeravaju što su ostali napisali na njihove materijale. Sudionici sjede u velikom krugu i imaju priliku postaviti pitanja trenerima, međusobno si dati povratne informacije, podijeliti najvažnije lekcije naučene o svim temama do tog trenutka.

Trener sažima ključne točke sesije.

Potrebni materijali: Isprintan nacrt strategije internetskog oglašavanja za svaku grupu, papiri, markeri, post-it papirići, projektor, laptopi, internetska veza.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Naučiti o internetskom oglašavanju i najčešćim komunikacijskim kanalima;
- Razviti strategiju oglašavanja;
- Razmijeniti povratne informacije i ideje o konačnim proizvodima grupnog rada

Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

- Pročitajte više o internetskom oglašavanju i različitim komunikacijskim kanalima u projektnom priručniku “Start-up u digitalnom poduzetništvu”
- Više o internetskom oglašavanju pronađite ovdje:
<https://sendpulse.com/support/glossary/advertising>

Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Dajte grupama dovoljno vremena za prezentaciju u obliku galerije, kako bi imale vremena provjeriti što su druge grupe radile do tog trenutka. Potaknite ih da daju iskrene povratne informacije i postavljaju pitanja koja bi zaista bila korisna za grupe da čuju ili razmisle.





Vizualna prezentacija u digitalnom marketingu

Naziv sesije: Vizualna prezentacija u digitalnom marketingu

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: Ako netko želi promovirati vlastito poduzeće, mora točno znati što će potaknuti rast i uključenost korisnika na internetu. Tekstualni sadržaj uvijek će biti sastavni dio marketinga, ali da bi se zaista izdvojio u digitalno doba, vizualni sadržaj mora igrati glavnu ulogu u našem cjelokupnom djelovanju. Kad uzmemo u obzir da 65% ljudi uči vizualno, 90% informacija koje dolaze u mozak su vizualne, a prezentacije s vizualnim pomoćnicima uvjerljivije za 43%, ima smisla koristiti vrste vizualnih sadržaja s kojima ljudi prirodno psihološki rezoniraju.

Svrha sesije: Naučiti o vizualnoj prezentaciji u digitalnom marketingu i razumjeti važnost pažljivog odabira vizualnog sadržaja.

Ciljevi:

- Razumjeti važnost vizualne prezentacije u digitalnom marketingu;
- Analizirati primjere dobrih vizualnih prezentacija.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Oluja ideja;
- Povratne informacije;
- Grupni rad.

Tok sesije:


I. Što je vizualni sadržaj u digitalnom marketingu (15 minuta)

Trener uvodi sesiju tražeći od sudionika da razmisle o tome što je vizualni sadržaj i nabroje primjere. Sudionici dijele svoja razmišljanja, a trener ih zapisuje na flipchart i dodaje ključne točke o vizualnom sadržaju.

II. Promocija majice kroz Meme (30 minuta)

Trener uvodi sesiju. Sudionici se dijele u parove. Svaki će par dobiti sliku majice otisnutu na papiru, svaki bi par trebao dobiti drugu vrstu majice, a njihov zadatak je predstaviti je u obliku Meme-a. Svoje pametne telefone smiju koristiti za uređivanje.

III. Prezentacije (20 minuta)



Svaki bi par trebao učitati svoj Meme u FB grupu. Kad svi parovi učitaju svoj Meme, sudionici pokazuju sliku majice i objašnjavaju Meme. Nakon što vide svaki Meme, timovi dijele alate i izvore koje su koristili za njegovo stvaranje te ukratko objašnjavaju zašto su odabrali određenu fotografiju za Meme.

IV. 6 vrsta vizualnog sadržaja u digitalnom marketingu (25 minuta)

Trener nastavlja predstavljati 6 vrsta vizualnih sadržaja u digitalnom marketingu i objašnjava svaki sadržaj pojedinačno.

- Slike
- Videozapisi
- Infografika
- Memovi
- Prezentacije (npr. SlideShare)
- Snimke zaslona

Sudionici imaju prostora za dodavanje ili postavljanje pitanja.

Trener sažima i zatvara sesiju.

Potrebni materijali: Papiri, bojice, markeri i laptopi

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Razumjeti važnost vizualnog sadržaja u digitalnom marketingu;
- Imati pregled najvažnijih vizualnih sadržaja koji se mogu koristiti u digitalnoj prezentaciji.



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

- Razlozi zašto uključiti fotografije u vaš marketing: <https://www.jeffbullas.com/6-powerful-reasons-why-you-should-include-images-in-your-marketing-infographic/>
- Izrada vlastitog dizajna: <https://www.canva.com/>
- Besplatne fotografije: <https://morguefile.com/photos/morguefile/1/pop>
- 9 savjeta za izradu ubojitog video zapisa: <https://neilpatel.com/blog/creating-a-explainer-video/>
- Izrada zadivljujućih video zapisa: <https://invideo.io/>
- Odabir prave boje: <https://www.dtelepathy.com/blog/inspiration/beautiful-color-palettes-for-your-next-web-project>
- Meme generator: <https://imgflip.com/memegenerator>
- Richard Dawkins, Meme: <https://www.wired.co.uk/article/richard-dawkins-memes>
- SlideShare: <https://www.slideshare.net/>
- Skitch: <https://evernote.com/products/skitch>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Potaknite sudionike da budu što kreativniji pri stvaranju Memova, da ne koriste samo ono što je već popularno i poznato već i da izrađuju vlastite. Mogu čak koristiti fotografije snimljene tijekom treninga i napraviti Meme od njih.



Fotografija u digitalnom poduzetništvu – prezentiranje ‘najbolje strane’ proizvoda

Naziv sesije: Fotografija u digitalnom poduzetništvu – prezentiranje ‘najbolje strane’ proizvoda”

Trajanje: 180 minuta

Pozadina: Ljudi svoje vijesti, zabavu i prijatelje ne primaju samo s društvenih mreža. U digitalno doba postoje čitavi svemiri u kojima se može učiti, kupovati, istraživati, prikazivati, razvijati ukus i biti kreativan - utjecati i biti pod utjecajem. Postoji ogroman prostor ne samo za rast pojedinaca i poduzeća, već i za posve nove oblike poslovanja.

Rođenje digitalnog marketinga prije otprilike 30 godina značilo je da smo pod utjecajem interneta više nego ikad prije. Staviti ne stranu novine i letke, platforme društvenih mreža poput Instagrama postaju sve učinkovitiji način za podizanje profila vašeg brenda. To ističe važnost slika i njihovo usklađivanje s digitalnim marketingom.

Dakle, tu dolazimo do objavljivanja vaše fotografije. Precizna, jasna slika pružit će kupcu brzu isporuku proizvoda koji prodajete. Ljudi ne žele biti bombardirani tekstem tek nakon što otvore vašu stranicu, imajte na umu da imate samo oko 3 sekunde da uključite tog prvog korisnika. Želimo privući pažnju korisnika. Želimo im pokazati točan proizvod koji ih zanima i kako se može koristiti u svakodnevnom životu. To se naziva vizualni kontekst. Nakon što uhvatimo pogled potrošača, tada im možemo dati daljnje detalje.

Svrha sesije: Povećati razinu znanja o fotografiji općenito i podići svjesnost o fotografiji kao presudnom dijelu vizualnog doba.

Ciljevi:

- Upoznati sudionike s osnovnom poviješću fotografije;
- Motivirati i inspirirati sudionike da razmišljaju vizualno;
- Izraditi foto prezentaciju proizvoda/usluge.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Teorija;
- Video zapis;
- Grupni rad;
- Istraživanje;
- Analiza;
- Pretraživanje interneta;
- Interaktivna prezentacija;
- Izrada kolaža;
- Izložba;
- Povratne informacije.

Tok sesije:

I. Kratka povijest fotografije (15 minuta)

Trener prikazuje dva kratka filma o povijesti fotografije i moći fotografije. Nakon projekcije, trener daje više podataka i odgovara na pitanja ako ih ima.

II. Koja vam fotografija privlači pažnju? (15 minuta)

Sudionici odabiru jednu komercijalnu fotografiju poznatog brenda koja im je privukla pažnju. Njihov je zadatak pojedinačno analizirati fotografiju odgovarajući na ova pitanja:

- Zašto je baš ova fotografija privukla vašu pažnju?
- čemu se radi na fotografiji?
- Možete li ispričati priču dok gledate fotografiju?
- Obratite pažnju na svjetlost i sastav, što vidite?

III. Prezentacija odabrane fotografije (30 minuta)

Svaki sudionik predstavlja odabranu komercijalnu fotografiju. Drugi su sudionici pozvani da također komentiraju i postavljaju pitanja.

IV. Odabir proizvoda ili usluge za promociju (30 minuta)

Trener podijeli sudionike u 5 grupa. Svaka se skupina mora dogovoriti o proizvodu ili usluzi koju će promovirati. Zadaci su:

- Odaberite uslugu / proizvod koji želite oglašavati;
- Napravite kratku povijest svoje usluge / proizvoda;
- Pronađite nešto posebno o svojoj usluzi / proizvodu što vas čini jedinstvenim.

PAUZA

V. Upotreba kolaža za izradu postera koji će promovirati uslugu / proizvod (50 minuta)

Sudionici su podijeljeni u grupe i imaju zadatak izraditi promotivni poster za uslugu / proizvod koji su odabrali u prethodnom dijelu. Njihov je zadatak napraviti foto kolaž koristeći stare novine, časopise, stare plakate itd.

VI. Izložba kolaža (30 minuta)

Svaka grupa bira mjesto u sobi gdje će predstaviti svoj kolaž. Sudionici obilaze i posjećuju svako mjesto. Također, sudionici su pozvani dati povratne informacije i postaviti pitanja.

VII. Zaključivanje sesije (10 minuta)

Potrebni materijali: Flipchart papiri, kemijske olovke, laptop, projektor, platno za projektor, škare, novine, šareni papiri, ljepilo.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Razumjeti pojam fotografije u digitalnom marketingu;
- Razraditi ideju o tome kako promovirati svoj proizvod / uslugu;
- Davati i primati povratne informacije o svojoj ideji;
- Shvatiti prednosti fotografije u digitalnom marketingu.



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

- Povijest fotografije: <https://www.youtube.com/watch?v=JoxGEymA8ro>
- Snaga fotografije: <https://www.youtube.com/watch?v=jNAPh8nGj1U>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Potaknite sudionike da prilikom izrade kolaža koriste čitav prostor papira, ne samo da lijepe male komadiće, već da stvarno pokrivaju cijeli prostor kakav je napravljen u bilo kojoj aplikaciji za uređivanje





Upotreba fotografije kao alata u online kampanjama

Naziv sesije: Upotreba fotografije kao alata u online kampanjama

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: Fotografija u marketingu treba promatraču prenijeti misli, ideje, poruke i osjećaje kako bi ih uvjerila u određene informacije, potaknula na razmišljanje i konačno ih dovela do akcije. Ako se odlučite za fotografiju koristiti za internetsku kampanju, prvo pravilo koje morate slijediti je - obratite pažnju na fotografiju! Budite njegov tvorac, ali i kritičar i promatrač. U obilju konkurentskih sadržaja korisnici će primijetiti onaj koji je najzanimljiviji, koji se ističe i koji je dobro odrađen. Loša fotografija stvorit će dojam da je i vaš proizvod ili usluga loš. Za dobru fotografiju, naravno, uvijek je poželjno angažirati dobrog i profesionalnog fotografa, ali dok ste na početku svog posla i nemate dovoljno sredstava za profesionalnu uslugu, svoje vrijeme ozbiljno posvetite stvaranju dobre fotografije. Dobru fotografiju ne morate napraviti u studiju sa skupom opremom, bit će dovoljno za korištenje vašeg telefona.

Svrha sesije: Izraditi online kampanju kroz upotrebu fotografije kao alata i razumjeti dobrobiti fotografije za online kampanje.

Ciljevi:

- Naučiti kako koristiti fotografiju u digitalnim kampanjama.
- Razumjeti što čini uspješnu online kampanju

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- Teorija;
- Grupni rad;
- Istraživanje;
- Analiza;
- Pretraživanje interneta;
- Interaktivna prezentacija;
- Povratne informacije.

Tok sesije:

I. Kampanje na društvenim mrežama (20 minuta)

Sudionici nastavljaju raditi u istim skupinama. Njihov je zadatak istražiti Instagram i pronaći inspirativnu internetsku kampanju koja je koristila fotografiju kao glavni alat, ali ako je moguće da pronađu kampanju koja je oglašavala slične proizvode ili usluge koje oni nude.

II. Izradite vlastitu digitalnu kampanju korištenjem fotografije? (60 minuta)



Trener predstavlja osnovna pravila o tome kako napraviti digitalnu kampanju:

- Koristite grupe na društvenim mrežama;
- Uključite svoju publiku;
- Potaknite svoju publiku da stvara i dijeli;
- Neka stvari budu jednostavne;
- Udružite se s ostalim proizvodima / uslugama.

Sudionici mogu slobodno koristiti svoje mobilne telefone i aplikacije tijekom ove sesije. Njihov je zadatak izraditi internetsku kampanju za svoj proizvod / uslugu s fotografijama s vlastitim mobilnim telefonima. Mjesto snimanja mogu odabrati sami.

III. Prezentacija digitalne kampanje (20 minuta)

Svaka skupina predstavlja svoju kampanju ostalima. Ostali su sudionici također pozvani da komentiraju i postavljaju pitanja te da se pridruže kampanji na internetu. Trener ih podupire pitanjima za razmišljanje o budućoj internetskoj kampanji.

Potrebni materijali: Flipchart papiri, kemijske olovke, laptop, napunjeni mobiteli, platno za projekciju, projektor

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Izraditi digitalnu kampanju korištenjem fotografije kao alatom;
- Biti sposobni razumjeti i uočiti dobre strane kampanje.



Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

- Moderni marketing i fotografija: <https://medium.com/@Depositphotos/the-heart-of-modern-marketing-is-photography-and-heres-why-2d4d4d93a7c8>
- Upotreba umjetnosti za preokretanje svijeta: https://www.ted.com/talks/jr_s_ted_prize_wish_use_art_to_turn_the_world_inside_out?language=en
- 12 savjeta za bolje fotografiranje za kampanje na društvenim mrežama: <https://www.quicksprout.com/2018/12/01/12-tips-for-taking-better-marketing-photos-for-your-social-media-campaigns/>
- Kako fotografirati za više kanalne kampanje u tiskanom, digitalnim i društvenim medijima: <https://www.digitalartsonline.co.uk/features/photography/how-shoot-photos-for-multi-channel-campaign-across-print-web-social/#2>
- Kako koristiti fotografiju u oglašavanju za uključivanje i inspiriranje publike: <https://instapage.com/blog/advertising-photography>
- Kako pokrenuti uspješnu kampanju na društvenim medijima kroz upotrebu fotografije: <https://www.sevenatoms.com/blog/social-media-campaign-using-product-photography>



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Prilikom predavljanja digitalnih kampanja na kraju sesije, te u slučaju kada su sudionici jako zainteresirani i treba im puno vremena za predavljanje i upoznavanje detalja svih predavljenih digitalnih kampanja - treneri bi trebali biti spremni predložiti dodatni termin za nastavak izložbe nakon sesije. Istodobno, treneri bi trebali biti spremni usmjeriti pažnju sudionika na potrebne točke rasprave u okviru naše sesije i ostaviti dodatne aspekte mrežnih kampanja za određeno vrijeme nakon sesije.



Alati za fotografiju i novi mediji za promociju i razvoj poduzeća

Naziv sesije: Alati za fotografiju i novi mediji za promociju i razvoj poduzeća

Trajanje: 90 minuta

Pozadina: Internet je dio svakodnevnog života. On je mjesto zabave, obrazovanja, kupnje usluga i proizvoda. Baš kao što putem Interneta pronađete ono što vam treba, na isti način na koji vas pronalaze i vaši klijenti.

Da biste uspješno promovirali svoje poslovanje, morate biti prisutni i aktivni na društvenim mrežama. Iako su različite platforme izgrađene na istom principu (izgradnja zajednice s kojom će se dijeliti sadržaj), svaka koristi drugačiji medij: fotografija, tekst i fotografija ili dijeljenje sadržaja, tekst u obliku dulje priče.

Fotografija je komplicirana umjetnička forma. Elementi izloženosti, kompozicija, svjetlost, tematika, trenutak i mnogi drugi zajedno se čine kako bi stvorili jednu dvodimenzionalnu sliku koja se prikazuje gledatelju. Učenje svega toga dugotrajno je i teško. No, korak po korak, svaki od elemenata može se metodički naučiti i kombinirati u vaše vlastite fotografije. Prvi korak ka razumijevanju fotografije je poznavanje kompozicije.

Kompozicija je raspored elemenata u okviru fotografije. Unatoč onome što vam mogu reći mnogi članci ili videozapisi, manje se radi o poštivanju pravila, a više o korištenju niza smjernica za pronalaženje odgovarajućeg načina opisivanja scene pred sobom s fotoaparatom u ruci. Svaka scena je drugačija. Neke će biti jednostavnije; neke će biti puno složenije. Kada počinjete razmišljati o elementima kompozicije, možete crtati kako biste pomogli gledatelju da vidi ono što želite da vidi na vašim fotografijama.

Svrha sesije: Naučiti osnovne alate u fotografiji i neka općenite nepisane smjernice kojih je potrebno biti svjestan pri korištenju novih medija za promociju.

Ciljevi:

- Upoznati sudionike s osnovnim elementima fotografije;
- Upoznati sudionike s programima za uređivanje fotografija koji se mogu koristiti besplatno;
- Upoznati sudionike s najvažnijom platformom novih medija i nekoliko savjeta i trikova.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti;
- Digitalne kompetencije.

Metodologija i metode:

- (Interaktivna) prezentacija;
- Oluja ideja;
- Rasprave u malim grupama;
- Grupni zadaci;
- Video zapis.

Tok sesije:

I. Savjeti o kompoziciji fotografija (10 minuta)

Trener predstavlja video, koji će prikazati 9 savjeta za kompoziciju fotografija temeljenih na radu Stevea McCurryja: https://www.youtube.com/watch?v=7ZVyNjKSr0M&feature=emb_title

Dok prikazuje video, trener također objašnjava svaki koncept kompozicije i predstavljene savjete.

II. Istraživanje o programima za uređivanje fotografija i novim medijima (40 minuta)

Sudionici nastavljaju raditi u 3 grupe. Svaka skupina ima drugačiji zadatak:

- 1) 1. grupa: Istražite internet i pronađite programe za uređivanje fotografija koji se mogu koristiti besplatno. Pripremite kratki opis programa koje pronađete s objašnjenjem što točno nude.
- 2) 2. grupa: Koji god kanal na društvenim mrežama odlučili koristiti za promociju svog proizvoda / usluge, postoje neke opće nepisane smjernice kojih biste trebali biti svjesni. Otkrijte koje su i navedite ih.
- 3) 3. grupa: Koje su najvažnije i najinovativnije nove medijske platforme? Navedite ih i napravite kratki opis.

Svaka bi skupina trebala vizualno predstaviti svoje istraživanje i predstaviti ga grupi. Oni mogu napraviti kolaž i za svoje prezentacije.

III. Prezentacije (20 minuta)

Grupe prezentiraju svoje nalaze. Trener dodaje više sadržaja ako je potrebno.

IV. Zatvaranje sesije (10 minuta)

Sudionici sjede u krug i dijele u nekoliko riječi kakva im je bila sesija.

Potrebni materijali: Flipchart papiri, kemijske olovke, laptop, platno za projekciju, projektori, novine, škare, papiri u boji, ljepilo.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Imati općenito razumijevanje koncepta kompozicije na fotografiji;
- Znati nabrojati najvažnije savjete i trikove kada koriste nove medije za svoje poduzetništvo;
- Znati nabrojati najvažnije nove medije i njihovu upotrebu.

Pozadinski dokumenti i daljnje čitanje:

- Pravila okvira i kompozicije: <https://www.youtube.com/watch?v=fM64ycm7tz4>
- Savjeti za kompoziciju fotografije: <https://petapixel.com/2015/03/16/9-photo-composition-tips-as-seen-in-photographs-by-steve-mccurry/>
- Novi mediji: <https://www.snhu.edu/about-us/newsroom/2020/02/what-is-new-media>

Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Za dio istraživanja o programima za uređivanje fotografija i novim medijima, organizatori i treneri trebaju osigurati da internet dobro funkcionira za vrijeme sesije.





Kako može rad s mladima pomoći u razvoju važnih ('mekih') vještina za rad na digitalnim radnim mjestima te prednosti i rizici za poduzeća

Naziv sesije: Kako može rad s mladima pomoći u razvoju važnih ('mekih') vještina za rad na digitalnim radnim mjestima te prednosti i rizici za poduzeća

Trajanje: 180 minuta

Pozadina: Imati poduzetnički način razmišljanja jedna je od najvažnijih karakteristika šireg razumijevanja poduzetništva. Uspješan poduzetnik mora imati stav za uočavanje problema koji postoje u zajednici i razvijati kreativna i inovativna rješenja. Nakon nekoliko dana učenja o pokretanju digitalnog poduzetništva, sudionici ulaze u ulogu osoba koje rade s mladima i podrška su mladim ljudima u procesu pokretanja i rasta njihovih digitalnih poduzeća, kao i u podizanju zapošljivosti, novoj eri u poduzetništvu, u razmišljanju tko su digitalni poduzetnici i njihove kompetencije, pozitivne i negativne strane digitalne suradnje na virtualnim radnim mjestima. Sudionici su sada osnaženi razmišljati kako ove ideje oživjeti kroz neformalno obrazovanje i razviti radionice za daljnje poticanje digitalnog poduzetništva u njihovim lokalnim zajednicama.

Svrha sesije: Razviti radionice za neformalno obrazovanje / radionice za rad s mladima povezane s temom koje se mogu provesti u lokalnom radu s mladima.

Ciljevi:

- Razumjeti osnove radionice u neformalnom obrazovanju s mladima u lokalnim zajednicama;
- Razviti radionice koje će se provesti u lokalnim zajednicama nakon treninga;
- Pružiti stalnu podršku i mentorstvo timovima sudionika tijekom razvijanja njihovih radionica.

Kompetencije:

- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencija višjejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti.

Metodologija i metode:

- Teorija;
- Rad u malim grupama;
- Konzultacije.

Tok sesije:

I. Osnove radionica (20 minuta)

Trener predstavlja strukturu i glavne elemente radionice, pitanja za razmišljanje o iskustvenom učenju i metode „ribolova“ (grupa, tijek, zone učenja).

II. Određivanje specifične teme radionice (40 minuta)

Sudionici formiraju grupe i dogovaraju se o temi svoje radionice. Oni definiraju cilj radionice i ciljeve učenja radionice / programa te odlučuju o potrebnom vremenu za ostvarenje tih ciljeva.

III. Nacrt radionice (10 minuta)

Trener objašnjava elemente nacrtu modela okvira sesije koji će koristiti za daljnje definiranje i planiranje određenih radionica po sudionicima: naslov, trajanje, vrijeme, pozadina, svrha i ciljevi, kompetencije, tijek sesije, potrebni materijali, rezultati sesije, preporuke za ponavljanje radionica.

IV. Daljnje definiranje i planiranje radionica sudionika (80 minuta)

Sudionici rade na popunjavanju detaljnih nacrtu sesija za svoje predložene radionice. Treneri su prisutni na određenom mjestu i dostupni su grupama da im dođu s pitanjima za smjernice i podršku kako bi detaljno razvili svoje planove.

V. Prezentacija nacrtu radionica i povratne informacije (30 minuta)

Grupe na kraju predstavljaju svoje nacrtu radionica. Ostali sudionici daju im povratne informacije o njihovom nacrtu davanjem prijedloga o tome gdje uložiti više vremena ili truda da bi radionice bile korisnije za lokalnu mladež.

Potrebni materijali: projektor, laptop, isprintani nacrtu radionice, elektronska verzija nacrtu, laptopi / računala za sudionike.

Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Razumjeti osnove neformalne obrazovne radionice s mladima u lokalnim zajednicama;
- Razvili radionice za provedbu u lokalnim zajednicama nakon treninga;
- Zajedno učiti i podržavati se davanjem povratnih informacija te dobivanjem podrške i mentorstva tijekom razvijanja svojih radionica.
- Nadahnuti jedni druge planovima radionica da ostanu motivirani za definiranje, planiranje, organiziranje i provođenje takvih aktivnosti.



Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Treneri bi trebali pružiti podršku timovima sudionika tijekom cijelog procesa i u svakom koraku razvoja radionica.





Završna sesija treninga

Naziv sesije; Završna sesija treninga

Trajanje: 180 minuta

Pozadina: Na ovoj sesiji sudionici imaju priliku u potpunosti razmisliti o ishodima učenja treninga, podijeliti svoje dojmove i procijeniti cjelokupni trening i njegove specifične dijelove. Ova sesija ima značajnu važnost i za trenere i organizatore, jer je vrijeme kada se ocjenjuju njihovi napori - oni dobivaju povratne informacije o programu i organizaciji treninga od njihove glavne ciljne skupine kako bi provjerili i poboljšati njihovu izvedbu za moguće umnožavanje takvih / sličnih budućih programa treninga.

Svrha sesije: Reflektirati se na ishode učenja i ocijeniti trening.

Ciljevi:

- Zaključiti utjecaj treninga na sudionike i njihovo učenje tijekom treninga (kroz samorefleksiju i započinjanje rada na vlastitom Youthpass-u;
- Vizualna, usmena i pismena evaluacija treninga (kroz vizualnu evaluaciju, obrazac za evaluaciju i završni krug).

Kompetencije:

- Kompetencija višejezičnosti;
- Kompetencije osobnog, socijalnog i učenja kako učiti.

Metodologija i metode:

- Samorefleksija;
- Evaluacija u obliku mete;
- Pismena evaluacija;
- Dijeljenje u velikoj grupi.

Tok sesije:

I. Samorefleksija na vlastito učenje (30 minuta)

Treneri podsjećaju polaznike na sve elemente treninga kroz koje su prošli do tada, od prvog dana i međusobnog upoznavanja. Polaznici se sami osvrću na svoje učenje i izrađuju popis svojih učenja za ovaj trening. Treneri su na raspolaganju za sva pitanja i pojašnjenje.

II. Youthpass i razvijene kompetencije (60 minuta)

Treneri podsjećaju sudionike na 8 ključnih kompetencija i kako se izražavaju riječima na različitim primjerima. Polaznici prolaze kroz Youthpass kompetencije i formuliraju koje su kompetencije razvili kroz koje aktivnosti na treningu. Dio kompetencija ispunjavaju izravno u predloženom obrascu koji im daju treneri.

III. Metoda vizualne evaluacije – “meta” (20 minuta)

Treneri pripremaju metodu vizualne evaluacije - „meta“. Krug je podijeljen u šest dijelova. Svaki dio predstavlja jedan aspekt treninga:

- grupna atmosfera / interakcija;
- rad trenera;
- stečeno znanje na osobnoj razini;
- odgovarajuća metodologija prema temama treninga;
- vlastito sudjelovanje;
- logistička organizacija.

Sudionici su pozvani podijeliti svoja razmišljanja o treningu putem ove metode vrednovanja. Svaki sudionik treba odabrati znak koji će ga predstavljati. U svakom dijelu kruga trebali bi procijeniti svoje zadovoljstvo – što je znak bliže sredini, znači da su sudionici zadovoljniji.

IV. Pismena evaluacija – evaluacijski obrazac (40 minuta)

Treneri su ranije pripremili pisani obrazac za evaluaciju i trebali su ga već postaviti online prije nego što će ga predstaviti sudionicima na sesiji. Sudionici su pozvani ispuniti online obrazac za ocjenjivanje koji se sastoji od zatvorenih pitanja (Likhertova skala) i otvorenih pitanja koja se odnose na različite elemente treninga, učenja, mogućih poboljšanja i korisnost tema / sesija.

V. Grupna evaluacija i završni krug (30 minuta)

Kako ova aktivnost predstavlja završnu aktivnost u takvom grupnom sastavu, to je konačna prilika da svi sudionici međusobno izraze svoje završne misli, kao i da glasno izraze svoje (ne)zadovoljstvo treningom. U krugu, jedan po jedan, svi iznose svoje komentare / povratne informacije / želje. Rundu završavaju organizatori zahvaljujući svima na uspješnom treningu.

Potrebni materijali: Pitanja za samorefleksiju sudionika, crtež “mete” na flipchart papiru, evaluacijski obrazac, isprintane Youthpass potvrde o učenju.

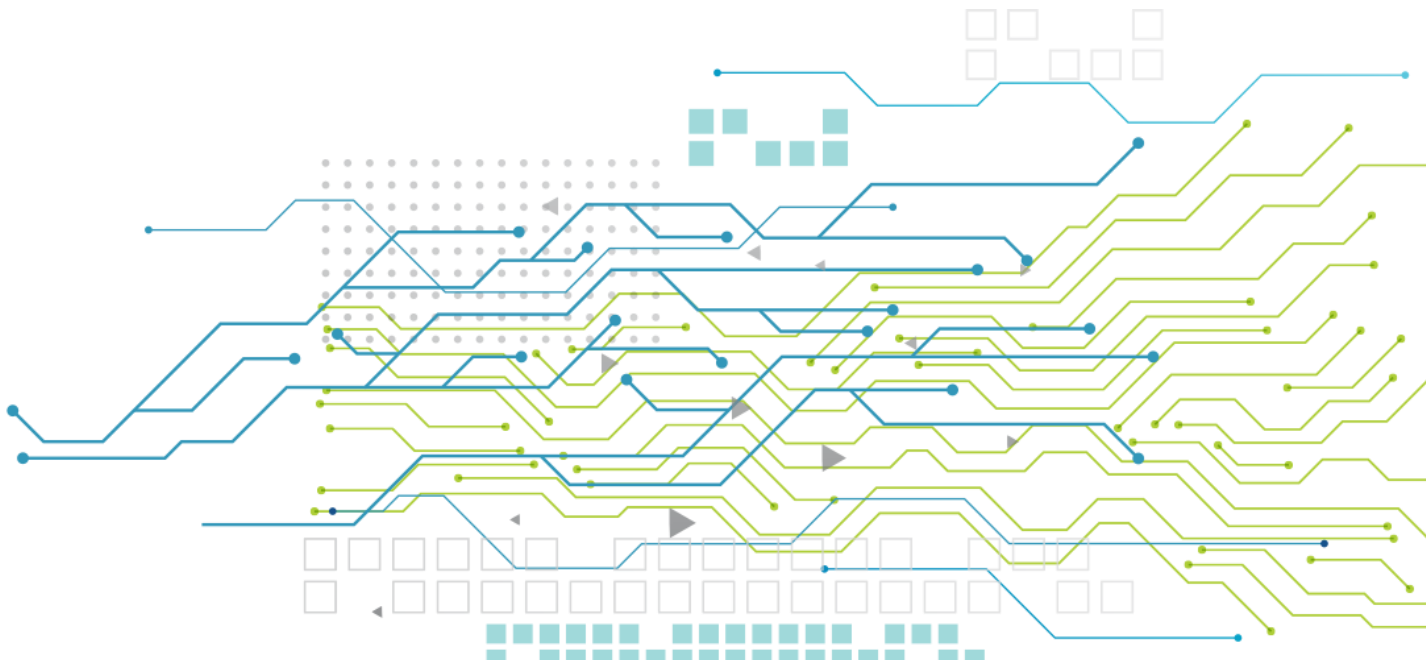
Rezultati sesije:

Na kraju sesije, sudionici će:

- Razmisliti o svom procesu učenja kroz trening;
- Podijeliti svoje uvide s ostatkom grupe;
- Evaluirati trening;
- Primiti Youthpass certifikate.

Preporuke za provođenje ove sesije za buduće trenere:

- Treneri bi se trebali pobrinuti da osiguraju dovoljno vremena za pravilnu evaluaciju i zatvaranje grupnog rada.





IZDAVAČ

Udruga za unaprjeđivanje suvremenih životnih vještina „Ostvarenje“, Hrvatska



Uz podršku programa Erasmus + Evropske unije



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.