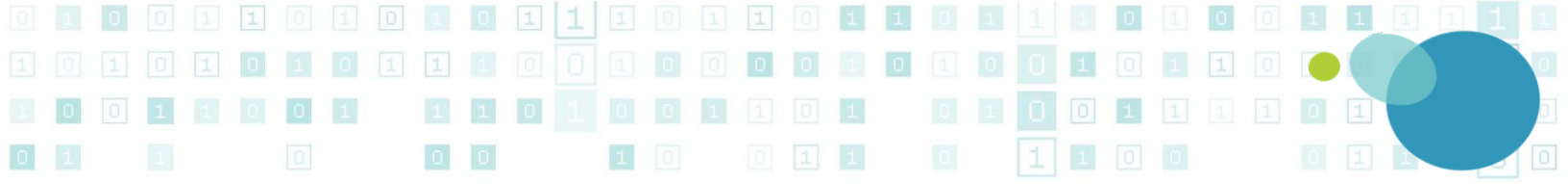


КУРИКУЛУМ

за обуку

Оснаживање омладинских радника и радница да подстичу младе за покретање дигиталног стартап предузећа





НАСЛОВ:

Курикулум за обуку „Оснаживање омладинских радника и радница да подстиичу младе за покретање дигиталног стартап предузећа“

ПРОЈЕКАТ:

„Стартап у дигиталном предузетништву за младе“, финансиран је од стране *British Council*-а, Националне агенције у Уједињеном Краљевству, у оквиру програма Еразмус+.

Пројектни партнери:

- *Silver Fox North East CIC*, Уједињено Краљевство (апликант)
 - *PIN consulting*, Србија
- *Udruga za unaprijedivanje suvremenih životnih vještina „Ostvarenje“*, Хрватска
 - *Youth Power Germany e.V.*, Немачка
 - *Ung Kraft / Youth Power*, Шведска

ИЗДАВАЧ:

Udruga za unaprijedivanje suvremenih životnih vještina „Ostvarenje“, Хрватска

УРЕДНИЦА:

Данијела Маторчевић

АУТОРИ И АУТОРКЕ:

Данијела Маторчевић
Домагој Морић
Милица Миловић Киноли
Армин Черкез
Фрањо Бркан
Патрик Нзузи

ПРЕВОД СА ЕНГЛЕСКОГ ЈЕЗИКА:

Невена Сићевић

ГРАФИЧКИ ДИЗАЈН:

Ведран Раић



САДРЖАЈ

САЖЕТАК ПРОЈЕКТА:.....	4
О КУРИКУЛУМУ:.....	6
ПРЕПОРУКЕ ЗА КОРИШЋЕЊЕ ОВОГ КУРИКУЛУМА И ОРГАНИЗАЦИЈУ СРОДНИХ АКТИВНОСТИ	10
Увод и изградња групе	13
НФО и омладински рад за изградњу компетенција младих (укључујући Јутпас/ <i>Youthpass</i>).....	17
Предузетничко учење као начин обогаћења омладинског рада	21
Предузетништво новог доба и његов значај за едукаторе/ке и омладинске раднике/це	24
ИТ сектор и дигитално предузетништво	27
Дигитална револуција – нови начин пословања.....	29
Дигитално предузеће – дефиниција, главне одлике и успешне студије случаја	32
Како покренути дигитално предузеће („леан“ стартап метода и дигитална стратегија)	34
Дигитално радно место – предности и ризици	36
Ко је дигитални/а предузетник/ца (дефинисање СКА компетенција које свака особа мора да поседује да би била дигитални/а предузетник/ца)	39
Дигитални маркетинг – основни концепти и предности	42
Конкурентске предности уз дигитални маркетинг.....	45
Маркетинг садржаја.....	47
Алати, методе, услуге и облици рекламирања у дигиталном маркетингу.....	49
Онлајн/дигитална кампања	52
Алати за друштвене мреже/медије – како максимално унапредити резултате са друштвених мрежа	54
Интернет рекламирање.....	56
Визуелна презентација у дигиталном маркетингу.....	58
Фотографија у дигиталном предузетништву – приказ „најбоље стране“ робе	60
Фотографија као алат за онлајн кампању	63
Фотографски алати и нови медији за промоцију и развој предузећа.....	65
Како омладински рад може помоћи у изградњи релевантних („меких“/социјалних) вештина за рад у дигиталном простору и сусрет са предностима и ризицима предузетништва	67
Сесија затварања обуке	69

САЖЕТАК ПРОЈЕКТА:

Од недавних времена сведоци смо високој стопи незапослености, поготово када је реч о младим људима који имају потешкоће да пронађу свој први посао и сакупе релевантно искуство за своје (будуће) каријере. Самозапошљавање и предузетништво истичу се као могућност изградње каријере вредна помена. Међутим, са развојем ИТ сектора, класична „офлајн“ предузећа не доносе довољно муштерија и профита, и самим тим нису дугог века. Ми верујемо да самозапошљавање младих у области дигиталног предузетништва може допринети смањењу незапослености код младих.

Да би се укључили у дигитално предузетништво, сви заинтересовани млади/појединци и појединке морају да имају одређено висок (виши) ниво ИКТ/дигиталних компетенција. Како већина незапослених младих испитаника/ца који/е су учествовали/е у нашој краткој анкети признаје, недостају им компетенције дигиталног пословања; те овим пројектом ми доприносимо развоју њихових ИКТ/дигиталних компетенција, односно релевантних и висококвалитетних вештина и компетенција за њихово бављење дигиталним предузетнишвом.

Стога, овим пројектом одговарамо на потребе дефинисане од стране институција, као и на потребе сопствених омладинских радника и радница и младих. Промовишемо дигитално предузетништво код младих и стварамо интелектуалне производе који ће служити као квалитетан материјал за управљање знањем у сврху образовања тренутних и будућих омладинских радника и радница ради ефикасног и ефективног оснаживања и менторства младих у области дигиталног предузетништва.

Циљеви пројекта:

- Оснаживање незапослених младих за покретање стартап предузећа у дигиталном предузетништву кроз развој инспиративног, иновативног и модерног приручника, као и онлајн курса.
- Оснаживање наших омладинских радника/ца и побољшање управљања знањем код организација које се баве омладинским радом у теорији и пракси у циљу изградње компетенција омладинских радника/ца у области дигиталног предузетништва за омладину, кроз ЛТТА активност (енг. *learning-teaching-training activity*) и иновативни курикулум за обуку омладинских радника/ца као и корисну књигу алата за извођење радионица са младима.
- Размена добрих пракси и даље развијање квалитетног стратешког партнерства међу партнерима из 5 европских земаља које проживљавају различите реалности у контексту запошљавања младих и дигиталног предузетништва.

Пројектне активности су:

- А1 – Пројектни менаџмент
- М1 –Иницијални (*kick-off*) састанак
- О1 – Приручник „Стартап у дигиталном предузетништву”
- М2 – Други састанак
- О2 – Курикулум „Оснаживање омладинских радника да подстицху младе за покретање дигиталног стартап предузећа“
- М3 – Трећи састанак

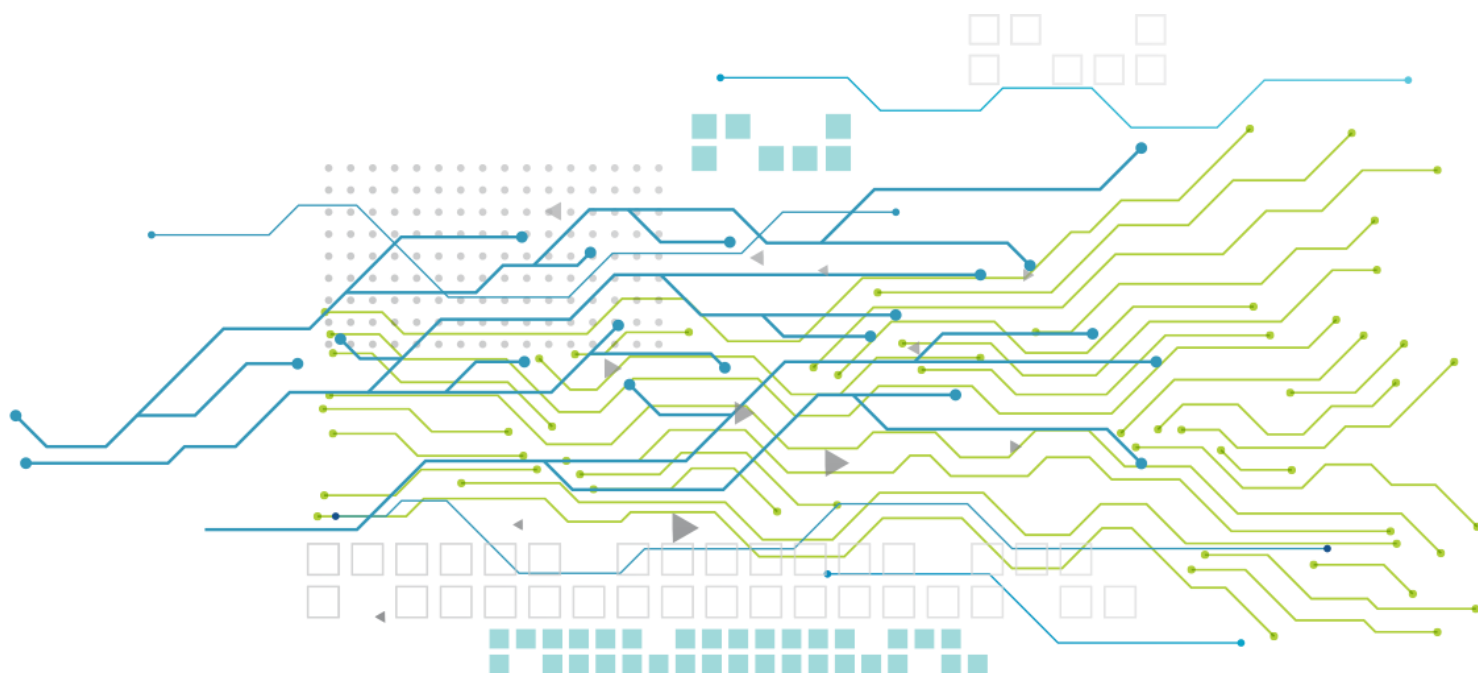
- O3 – Књига алата „Менторство и подршка младима за покретање дигиталног стартап предузећа“
- M4 – Четврти састанак
- O4 – Курс за е-учење „Курс о покретању дигиталног стартап предузећа за младе“
- Ц1 – ЛТТА активност (енг. *learning-teaching-training activity*) – „Тренинг за тренере и тренерке у области покретања дигиталног стартапа за младе“
- E1, E2, E3, E4, E5 – Отворене конференције у Србији, Хрватској, Шведској, Немачкој и Уједињеном Краљевству
- M5 – Завршни евалуациони састанак

Омладинске организације које су укључене и заступљене у пројекту од стране својих омладинских радника и радница унапредиће своје праксе, системе подршке и управљање знањем када је у питању тренутно и будуће оснаживање њихових долазећих омладинских радника и радница за охрабривање младих да покрену дигитална стартап предузећа.

Незапослени млади ће имати користи од проширених алата и механизма подршке у својим заједницама за покретање омладинског стартап предузећа кроз дигитално предузетништво. Постојаће више квалитетних могућности (кроз проширене активности омладинског рада) за незапослене младе да развију своје компетенције за иновације и креативност у дигиталном предузетништву одн. за дигитално предузетништво. На тај начин ће више младих у заједницама (укључујући и оне који нису имали привилегију да стекну формално образовање у школама за ИКТ/дигиталне компетенције) имати прилику за побољшање компетенција и праксе у коришћењу ИКТ алата за развој пословања. Ово ће додатно утицати на споменуте младе тиме што ће им се пружити више шанси за прикупљање искуства и изградњу планиране каријере бавећи се оним што прижељкују и за своје запослење.

Партнери на пројекту су:

- *Silver Fox North East CIC*, Уједињено Краљевство (апликант)
- *PIN consulting*, Србија
- *Udruga za unaprjeđivanje suvremenih životnih vještina „Ostvarenje“*, Хрватска
- *Youth Power Germany e.V.*, Немачка
- *Ung Kraft / Youth Power*, Шведска



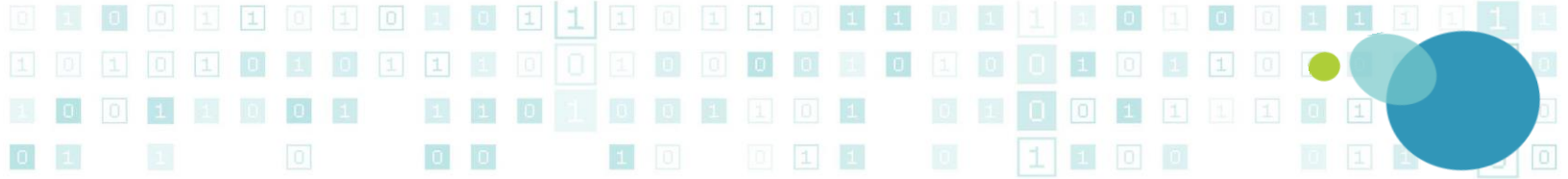


О КУРИКУЛУМУ:

Овај курикулум се може посматрати као алат намењен свим заинтересованим омладинским тренерима и тренеркама и његова сврха је квалитетно унапређење управљања знањем у омладинским организацијама и организацијама за младе, будући да подстиче једноставно и квалитетно умножавање знања и пракси које описује, а уједно ствара простор за будуће образовање и оснаживање омладинских радника и радница који/е су заинтересовани/е за организовање/спровођење образовања о дигиталном предузетништву код младих (конвенционалних младих и младих са смањеним могућностима) у нашим заједницама.

Специфични циљеви обуке су:

- упознавање учесника/ца са основним принципима неформалног образовања (укључујући разлике између формалног, неформалног и информалног учења, стилова учења и њихових утицаја на неформално образовање/НФО);
- размишљање о теоријском оквиру предузетничког учења (енг. *entrepreneurial learning, EL*) – шта је оно, због чега се користи и који су постојећи његови модели; међусобна инспирација о томе како се различити модели предузетничког учења могу користити у омладинском раду у циљу развоја компетенција младих;
- разумевање концепта новог предузетништва; размишљање о индивидуалним и организацијским компетенцијама и капацитетима који су потребни за подстицање квалитетног образовања/омладинског рада за едукацију младих у новој ери предузетништва;
- упознавање учесника/ца са ИКТ-ама и дигиталним предузетништвом;
- визуализација могућности које ствара дигитална револуција за предузећа у будућности;
- приказивање концепта дигиталног предузећа учесницима/цама;
- пружање алата за оснивање дигиталног предузећа створених од стране учесника/ца;
- стицање искуства о изазовима и предностима које доноси дигитално радно место и учење из тих искустава;
- разумевање које компетенције дигитални/а предузетник/ца мора да поседује у оквиру СКА модела (енг. *skills, knowledge, attitudes*) и како омладински рад може помоћи у изградњи релевантних („меких“/социјалних) вештина за рад у дигиталном радном простору и предузетништву;
- увод у концепт дигиталног маркетинга и његових предности;
- одређивање конкурентске/конкурентских предности дигиталног предузећа;
- учење о маркетингу садржаја и разумевање важности стварања садржаја за дигиталне компаније;
- увођење разних алата, метода, услуга и облика рекламирања у дигиталном маркетингу;
- истраживање онлајн/дигиталног маркетинга и његовог значаја за дигитална стартап предузећа;
- упознавање са различитим алатима за друштвене мреже/медије намењене стартапима за максимално унапређење резултата на друштвеним мрежама;
- учење о визуелној презентацији у дигиталном маркетингу и разумевање важности опрезног одабира визуелног садржаја и коришћења фотографије као алата за онлајн кампање;
- развој радионица неформалног образовања и омладинског рада на теме прилагођене локалном омладинском раду.

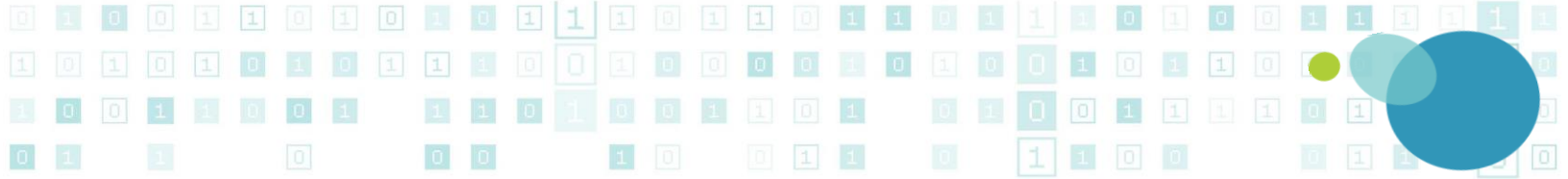


Ова обука је заснована на приступу, принципима и методама неформалног образовања. Састоји се из интерактивних и партиципативних метода које су скројене према профилима и потребама учесника и учесница, од којих су неке: теоријске теме и предавања, индивидуални рад и рад у групи, групне вежбе и игре, симулације и игре улога, развој примера у малим групама, дискусије итд. Језик обуке је енглески.



Програм обуке:

Дан 1	
поподне	Долазак учесника/ца на обуку
увече	Добродошлица и отварање
Дан 2	
ујутру	Увод и изградња групе
поподне	НФО и омладински рад за изградњу компетенција младих (укључујући Јупнас/ <i>Youthpass</i>)
увече	Интеркултурално вече
Дан 3	
ујутру	Предузетничко учење као начин обогаћења омладинског рада
поподне	Предузетништво новог доба и његов значај за едукаторе/ке и омладинске раднике/це
поподне	ИТ сектор и дигитално предузетништво
поподне	Дневна рефлексија и евалуација
увече	Сајам организација
Дан 4	
ујутру	Дигитална револуција – нови начин пословања
ујутру	Дигитално предузеће – дефиниција, главне одлике и успешне студије случаја
поподне	Како покренути дигитално предузеће („леан“ стартап метода и дигитална стратегија)
поподне	Дигитално радно место – предности и ризици
поподне	Дневна рефлексија и евалуација
Дан 5	
ујутру	Ко је дигитални/а предузетник/ца (дефинисање СКА компетенција које свака особа мора да поседује да би била дигитални/а предузетник/ца)
ујутру	Дигитални маркетинг – основни концепти и предности
поподне	Дигитални маркетинг – основни концепти и предности (наставак)
поподне	Конкурентске предности уз дигитални маркетинг
поподне	Маркетинг садржаја
поподне	Дневна рефлексија и евалуација
Дан 6	
поподне	Алати, методе, услуге и облици рекламирања у дигиталном маркетингу
поподне	СЛОБОДНО ПОСЛЕПОДНЕ
Дан 7	
ујутру	Онлајн/дигитална кампања
ујутру	Алати за друштвене мреже/медије – како максимално унапредити резултате са друштвених мрежа
поподне	Интернет рекламирање
поподне	Визуелна презентација у дигиталном маркетингу
поподне	Дневна рефлексија и евалуација
Дан 8	
ујутру	Фотографија у дигиталном предузетништву – приказ „најбоље стране“ робе
поподне	Фотографија као алат за онлајн кампању
поподне	Фотографски алати и нови медији за промоцију и развој предузећа
увече	Дневна рефлексија и евалуација
Дан 9	
ујутру	Како омладински рад може помоћи у изградњи релевантних („меких“/социјалних) вештина за рад у дигиталном простору и сусрет са предностима и ризицима предузетништва
поподне	Сесија затварања обуке
увече	Забава пред одлазак
Дан 10	
ујутру	Одлазак учесника/ца



Учесници/це морају да испуне следеће критеријуме:

- да буду активни/е омладински/е радници/це или омладински/е лидери/ке заинтересовани/е да постану омладински/е радници/е у партнерским организацијама;
- да желе да примене и пренесу стечено знање у виду умножавања програма;
- да желе да пруже иницијативу у пољу оснаживања младих при покретању дигиталних предузећа;
- да желе да остварују партнерства са учесницима/цама из различитих организација и земаља;
- да су у могућности да присуствују и активно учествују током целог трајања обуке и да након учешћа у обуци спроведу локалне радионице са младима;
- да имају више од 18 година и да могу да прате програм на енглеском језику.





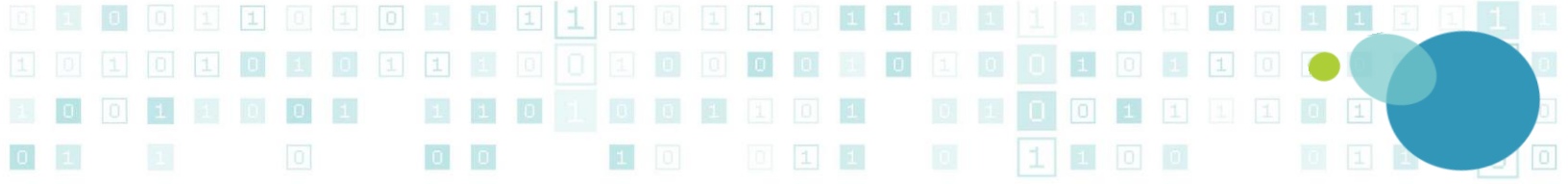
ПРЕПОРУКЕ ЗА КОРИШЋЕЊЕ ОВОГ КУРИКУЛУМА И ОРГАНИЗАЦИЈУ СРОДНИХ АКТИВНОСТИ

Курикулум „Оснаживање омладинских радника и радница да подстицху младе за покретање дигиталног стартап предузећа“ настао је у сврху ширења утицаја нашег пројекта на друге партнерске организације и сличне омладинске организације и организације за младе те њихове координаторе/ке, омладинске раднике/це и едукаторе/ке. Његов циљ је даљи развој управљања знањем и изградња капацитета организација и њихових омладинских радника/ца како би могли/е да пруже подршку младима у својим локалним заједницама.

Овај курикулум је ресурсни материјал за све који/е се интересују за тему стартап предузећа у дигиталном предузетништву. Од посебног је значаја за омладинске раднике/це запослене у организацијама, као и за волонтере/ке који/е желе да спроводе едукативне радионице. Курикулум је инспирација и за тренере/ке у датој области, будући да су они/е ти/е кој/е преносе знање, поготово када организују сличне обуке на локалном и Европском нивоу.

Наш циљ за организацију обуке уз употребу овог курикулума је да учесници/це развију знања, вештине и ставове у вези са дигиталним предузетништвом, као и друге релевантне вештине. Компетенције које првенствено желимо да развијемо код учесника/ца су следеће:

- компетенције које се односе на основне принципе неформалног образовања (укључујући разлике између формалног, неформалног и информалног учења, стилова учења и њихових утицаја на НФО);
- знање теоријског оквира Предузетничког учења (*EL*) – шта је оно и зашто се користи;
- разумевање концепта новог предузетништва и размишљање о индивидуалним и организацијским компетенцијама и способностима потребним за подржавање квалитетног образовања/омладинског рада за образовање младих људи за предузетништво новог доба;
- знање и свест о ИКТ-ама, дигиталном предузетништву, дигиталним компанијама и радним местима;
- разумевање компетенција које дигитални/а предузетник/ца мора да поседује у оквиру СКА модела (енг. *skills, knowledge, attitudes*) и како омладински рад може помоћи у изградњи релевантних („меких“/социјалних) вештина за рад у дигиталном простору и предузетништву;
- знање и разумевање дигиталног маркетинга, конкурентске предности дигиталног маркетинга и маркетинга садржаја;
- знање и свест о различитим алатима, методама, услугама и облицима рекламирања у дигиталном маркетингу, као и онлајн/дигиталним кампањама;
- знање и свест о различитим алатима за друштвене мреже/медије намењене стартапима за максимално унапређење резултата на друштвеним мрежама;
- знање и свест о визуелној презентацији у дигиталном маркетингу, фотографији у дигиталном предузетништву и онлајн кампањама, као и о фотографским алатима и приликама које нови медији нуде дигиталним предузећима;
- знање и свест о начинима како применити садржај обуке и радионице у раду са локалним младима зарад пружања подршке током процеса покретања њихових дигиталних предузећа.




Попис компетенција које ће учесници/це развити је дат и у опису сваке засебне сесије. То значи да ћете, када будете читали предлог активности, на почетку имати увид у то која област компетенције се развија кроз дати програм.

Генерално гледано, ова обука одговара на потребу развоја комуникацијских вештина, лидерских вештина, вештина тимског рада, дигиталних вештина, као и других вештина релевантних за стартапе у дигиталном предузетништву. То ће, на крају, помоћи учесницима/цама да постану свесни самих себе, других људи, и препознају начине како да пруже подршку младима у покретању дигиталних предузећа.

Да бисте могли/е да организујете квалитетну обуку на основу овог курикулума, и да бисте постигли жељене циљеве учења постављене у опису сваке сесије, предлагемо вам да учесницима/цама најпре осигурате квалитетну средину за учење. Она се остварује у неколико фаза.

1. фаза: Пре почетка саме обуке

- Побрините се да учесници/це добију све релевантне информације у вези са њиховим учешћем (инфо пакет, образац за пријаву/регистрацију). Саветује се да замолите учеснике/це да у пријави опишу своју мотивацију и разлоге зашто желе да учествују на обуци. Такође их замолите да опишу на који начин могу да допринесу обуци и да ли постоје неке конкретне теме које желе да се обраде. Ово такође треба да урадите неколико пута и током обуке, када учесници/це буду имали потпуну идеју о активностима на којима учествују. На овај начин ћете осигурати задовољство код учесника/ца и задовољавање њихових потреба. Уколико наведу неку тему која није у уској вези са садржајем обуке, можете их упутити како да истраже постојећу литературу на ту тему и подржите их у том процесу.
- Пројектни/е менаџери/ке и организације које шаљу учеснике/це би требало да одрже припремне састанке са учесницима/цама. Требало би да им представе циљеве обуке, како ће она изгледати и по потреби их припреме на следећим основама – језичкој, културној или емоционалној. За неке би то могао бити први пут да учествују на таквој врсти обуке, па би било добро упознати их са оквиром неформалног образовања. Уколико је потребно, учесници/це би требало да добију и одређену врсту техничке подршке (нпр. помоћ при резервацији путних карата). Још један важан део је припрема за садржај обуке. Учесници/це морају да имају одређено разумевање локалне стварности када је реч о младима у њиховим заједницама и земљама да би могли/е да развијају радионице за младе на ову тему. Ово такође укључује и разумевање изазова са којима се сусрећу омладински радници и раднице који/е се баве истом темом. То значи да учесници/це морају да истраже своје локалне стварности. Строго се саветује да пројектни/е менаџери/ке подрже учеснике/це при овом задатку како би се осигурала релевантност и ажурност представљених података.
- Организације које шаљу учеснике/це треба да их припреме за рад и функционисање у интеркултуралном окружењу, будући да ће им бити доступне информације о осталим организацијама и њиховим земљама, као и профилу одабраних учесника/ца.

- 
- Учесници/це треба да донесу на обуку одређене материјале за сесију о Сајму организација. Материјали могу бити било шта у вези са њиховом организацијом. Уз то, организације треба да воде рачуна о томе да учесници/це имају све потребне брошуре, ажуриране информације о локалним и међународним пројектима, линкове ка веб-сајтовима и контакт информације своје организације. Уколико учесници/це то желе, саветује се да понесу локалну храну или пиће које ће поделити са осталима.

2. фаза: Током обуке

- Активности планиране овим курикулумом развили су тренери/ке из задате области за младе, али и припаднике/це других старосних група који/е желе да уче о компетенцијама за дигитално предузетништво. Понекад, у зависности од броја особа у групи, активности трају краће или дуже. Имајте на уму могућу разлику у нивоу знања међу учесницима/цама. Она може утицати и на целокупну групну динамику. Сходно томе, слободно прилагодите сесије према потребама ваше групе.
- У опису сваке од сесија видећете препоруке за њихово спровођење. Молимо вас да их прочитате и узмете у обзир уколико више одговарају вашој групи.
- Евалуација и учење важан су део сваке активности обуке. То је такође истакнуто овим курикулумом. На почетку обуке полазнике/це треба упознати са Јутпас (енг. *Youthpass*) сертификатом или неким другим обликом рефлексије. Важно је да учесници/це разумеју да је важан процес, а не крајњи циљ. Стога предлажемо да им дате дневник учења или неки други алат где могу записивати своје тачке учења током целе недеље. Подстакните их да поставе своје циљеве учења и да размишљају о њима током целе недеље.
- Осигурајте довољно времена за свакодневну рефлексију. Она се може радити у паровима или мањим групама од 3-4 особе како би се одговорило на различита питања (нпр. Какав вам је био овај дан? Шта сте научили/е о себи? Које сте компетенције побољшали/е? Како можете бити проактивнији/е да научите још више?). Спровођење свакодневне рефлексије зависиће од тренера/ки или фацилитатора/ки који/е спроводе овај курикулум, међутим, овај корак је кључан за квалитетно спровођење сесија.
- Како би искуство учења било квалитетно, предлажемо да спроведете дневну евалуацију у пленуму или у мањим групама. Она служи да учесници/це процене методе, садржај и друге аспекте обуке. Да ли ће евалуација бити анонимна или ћете тражити да учесници/це отворено говоре о томе какав је био дан, зависи од вас. У сваком случају, на овај начин ћете добити прилику да одговорите на потребе учесника/ца и да спроведете квалитетну и успешну активност.

3. фаза: Након обуке

- Сам крај обуке није крај путовања за учеснике/це. Како бисте проверили/е утицај активности на учеснике/це, саветујемо да спроведете кратку евалуацију неколико месеци након обуке. Користећи овај приступ бићете у стању да прикупите праве и скорашње податке о дугорочном учинку који је обука оставила на учеснике/це. Такође, отворено питајте учеснике/це за предлоге и могућа побољшања спроведених активности.



Увод и изградња групе

Назив сесије: Увод и изградња групе

Трајање: 180 минута

Позадина: Уводна сесија поставља темеље који омогућавају рад у групи и стварање квалитетне средине за учење за све учеснике/це. Током ове сесије учесницима и учесницама се пружају најважније информације о обуци, као и логистичке информације о месту одржавања, смештају, дневном распореду итд. Учесници/це долазе из различитих партнерских организација, земаља, личних и професионалних позадина и имају различито искуство у активностима неформалног образовања и омладинском раду. Имају прилику да се представе једни/е другима, да поделе одакле долазе, чиме се баве, као и да уче о другим учесницима/цама и шта сви они/све оне доносе са собом на обуку.

Сврха сесије: Постављање темеља за процесе учења током обуке кроз пружање неопходних информација у вези са спровођењем обуке и начинима на које ће процес бити организован.

Циљеви:

- увод у основе обуке, теме које ће бити обрађене и приказ агенде;
- представљање тренера/ки, организатора/ки и учесника/ца;
- међусобно упознавање;
- слушање о мотивацијама учесника/ца за учешће на обуци;
- утврђивање очекивања учесника/ца од обуке и могућих доприноса које могу дати зарад њеног квалитетног спровођења;
- дефинисање правила заједничког рада током обуке.

Компетенције:

- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- грађанске компетенције;
- компетенција за културну свесност и изражавање.

Медологија и методе:


- рад у пленуму;
- презентације;
- вежба изградње тима уз сажетак;
- дискусија.

Ток сесије:

I. Званичан увод и добродошлица (10 минута)

Представници/це координационе организације или пројектни координатор/ка званично отвара/ју обуку уз представљање основних информација. Они/е представљају тим који ће бити задужен за спровођење програма и активности обуке. Сваки/а члан/ица тима се представља и даје кратак опис своје улоге на обуци.

II. Рунда упознавања (10 минута)



Учесници/це су позвани/е да се представе један/на по један/на – говоре своја имена, одакле долазе, коју организацију представљају и шта су по занимању.

III. Игрице учења имена (10 минута)

Цела група, укључујући учеснике/це, тренере/ке и тим, стоји у кругу и спроводи неколико игара учења имена (учење имена уз бацање лопте, комбинација имена и неког покрета итд.) док сви/е не науче сва имена у групи.

IV. Међусобно упознавање – брзи састанак (30 минута)

Тренер/ка даје инструкције учесницима/цама да се поделе у две мање групе тако што ће се поређати у две линије, једни/е насупрот другима. Свака особа ради заједно са особом прекопута себе. Тренери/ке представљају концепт сличан брзом састанку чија је идеја да се у 3-4 минута упознају тако што ће разговарати о одређеној теми коју задаје тренер/ка у свакој рунди. Након 3-4 минута, једна страна се помера за 1-2 места удесно или улево (у зависности од инструкција) како би се направили нови парови и нова познанства.

Теме могу бити:

- моје лично порекло/најважније о мени
- мој посао или студије
- моји хобији / чиме се бавим у слободно време
- моје искуство на пољу рада са младима
- мој пут на ову обуку / како сам стигао/ла овде
- једна ствар без које не могу
- моја улога у организацији коју представљам
- моја мотивација за учешће на овој обуци
- подели своја искуства о стартапима у дигиталном предузетништву

V. Представљање агенде (10 минута)

Тренери/ке представљају програм обуке тако што стварају визуелну причу о пројекту на зиду.

VI. Очекивања, доприноси и страхови (30 минута)

Учесници/це су подељени/е у групе од троје. Треба да међусобно поделе следеће информације:

- a) ЖЕЉЕ/ОЧЕКИВАЊА: шта желе од обуке одн. каква очекивања имају.
- b) СТРАХОВИ: шта не желе да се деси одн. чега се боје да се може десити.
- c) ДОПРИНОСИ: свака особа доноси са собом јединствено искуство, одређену вештину и способност/таленат; треба да препознају свој допринос у процесу учења на обуци.

Даље, треба да напишу одговоре на постит цедуље (и сакупе их све) и залепе их на флипчарт папир.

Сада се формирају 4 групе. Свака група ће добити један флипчарт папир на коме треба да групише постит цедуље и да сумира резултате. Након тога, учесници/це треба да представе шта су сазнали/е и да након сваке презентације разговарају о представљеном (важно је за тренере/ке да укажу на одређен ресурс који може помоћи да се оствари неко очекивање, разговарати о страховима, нагласити доприносе још више – уз постављање питања или давање коментара).

VII. Вежба „Немогућа мисија“ (60 минута)

Учесници/це треба да обаве 12-15 мисија које ће их навести да истраже смештај/место у коме се налазе и да сарађују. Морају да се самоорганизују како би могли/е да испуне све мисије. Међу наведеним мисијама, тренери/ке траже од групе да наведу и 5 правила за суживот. Како би добили/е потврду о обављеном задатку од тренера/ки, група треба да им представи све обављене мисије.

Тренер/ка води разговор и поставља следећа питања:

- Како је протекао рад у групи?
- Како су поделили/е задатке у тиму?
- Да ли је било лако направити договор?
- Да ли су успели/е да обаве све задатке?
- Шта је било важније – да обаве све задатке или нешто друго?

Тренер/ка води дискусију са учесницима/цама све док не пронађу заједничка правила која ће поштовати у наредној недељи.

VIII. Групни договор (25 минута)

Учесници/це су позвани/е да направе групни договор, што ће урадити у неколико корака и уз активно учешће свих учесника/ца.

1. корак: Индивидуално напишите две ствари које су вам неопходне да бисте се осећали/е сигурно или које вам омогућавају слободан рад и учење током обуке. Одвојите 2 минута у миру и тишини за ово питање.
2. корак: Поделите са особом до вас шта сте написали/е, упоредите одговоре и заједно их сузите у једну ставку или направите њихову комбинацију. За ово имате 5 минута.
3. корак: Поделите у пленуму ваш заједнички резултат.

Тренер/ка записује предложене групне договоре на флипчарт. Води дискусију са учесницима/цама. Да ли се сви/е слажемо са написаним? Да ли нешто треба преформулисати? Тренер/ка објашњава да ће групни договор бити окачен на зиду и да се може ревидирати у сваком тренутку.

Потребни материјали: А4 папири, А3 папири, флипчарт папири, постит цедуље, маркери, бојице, лаптоп, пројектор, постер и визуелна прича о пројекту, постер са 12-15 мисија.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- се упознати са главном идејом пројекта и организационим тимом;
- научити и вежбати међусобна имена;
- се упознати са агендом обуке;
- поделити своје мотивације за учешће, своја очекивања и доприносе, и добиће повратну информацију од организатора/ки, тренера/ки и других учесника/ца;
- развити осећај припадања групи и учења унутар ње.

Позадинска литература и даље читање:

Више информација:

- О енерџајзерима, игрицама за учење имена и активностима загревања:
<https://www.sessionlab.com/library/energiser>
- Видео са инструкцијама за „Немогућу мисију“:
https://www.youtube.com/watch?v=jTo_4D9Ghlw

Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

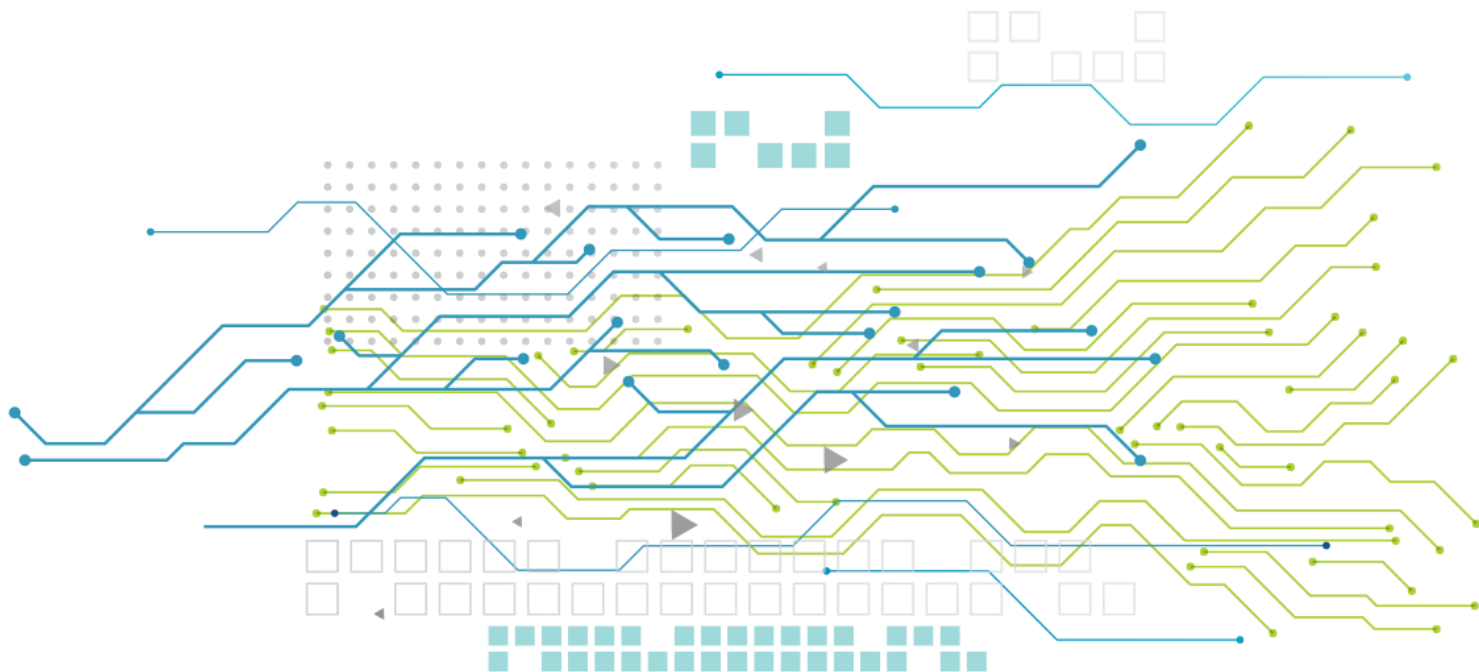
- Вежба „Брзи састанак“ у начелу може бити веома гласна када учесници/це крену да деле своје личне приче. Стога се препоручује да замолите учеснике/це да, уколико је то могуће, говоре што тише.
- Причање приче и коришћење графичког садржаја је креативан начин којим можете задржати пажњу учесника/ца и уведете тему обуке. Направите видљив графички садржај





димензија већих од A4 папира. Користите једноставније речи током приповедања како бисте се прилагодили/е различитим нивоима знања енглеског језика које имају особе у групи. Понављајте одређене сегменте приче неколико пута користећи различити вокабулар како би сви/е могли да утону у причу и испрате је.

- Током „Немогуће мисије“: јасно назначите да употреба мобилних телефона/лаптопова није дозвољена како бисте мотивисали/е учеснике/це да заправо напусте радну просторију и истраже околину.





НФО и омладински рад за изградњу компетенција младих (укључујући Јутпас/Youthpass)

Назив сесије: НФО и омладински рад за изградњу компетенција младих (укључујући Јутпас/Youthpass)

Трајање: 180 минута

Позадина: Неформално образовање је дуго времена било посматрано као учење које се дешава независно од формалног образовања, и било је питање преференције и спремности индивидуе ка улагању ресурса у даље учење и напредак. У последњих 10 година прелази из приватног у јавни интерес и препознаје се као важан део јачања личног, друштвеног и професионалног развоја међу младима. Уз помоћ јавног финансирања постаје доступно многим и отвара нову перспективу за учење као доживотни процес који се наставља и након формалног образовања, и то кроз учешће у активностима неформалног образовања на локалном, националном и међународном нивоу. НФО такође игра значајну улогу у побољшању запошљивости младих тако што пружа могућности за даљи развој компетенција које су комплементарне њиховом формалном образовању; или ствара прилике за потпуну промену правца живота младе особе. Предузетништво се посматра(ло) на сличан начин – као нешто што не припада формалном нити неформалном образовању, а поготово не омладинском раду.

Сврха сесије: Упознавање учесника/ца са основним принципима неформалног образовања (укључујући разлике између формалног, неформалног и информалног образовања, стилове учења и њихов утицај на НФО).

Циљеви:

- разумевање неформалног образовања;
- разликовање формалног, неформалног и информалног образовања;
- разговор о вези између неформалног образовања и запошљивости;
- препознавање личног стила учења;
- разумевање улоге омладинског рада и његове повезаности са потребама у друштву;
- повезивање Јутпас потврде са запошљивошћу.

Компетенције:

- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- предузетничке компетенције.

Методологија и методе:

- туш идеја;
- покретна дебата;
- упитник за саморефлексију;
- теоријски садржај;
- комплексна вежба;
- дискусија у малим групама;
- презентација у пленуму.

Ток сесије:

I. Увод у тему (20 минута)

Учесници/це су позвани на туш идеја око појма „учење“, као и да створе његову визуелну презентацију. Њихов задатак је да у групама од четворо створе заједничко разумевање концепта учења. Када заврше тај задатак, треба да направе кратке презентације. Тренер/ка даје основне информације о учењу.

II. Покретна дебата о учењу (45 минута)

Учесници/це се затим позивају да стану у линију, где треба да се померају на скали од 1 до 10, у зависности од тога колико се слажу са изговореном тврдњом. Након сваке тврдње учесници/це се позивају да разговарају међусобно и да се помере ка особи која дели своје мишљење или даље од ње.

Тврдње су следеће:

- Омладински рад (ОР) развија компетенције младих људи које друге области образовања не развијају. (8 кључних компетенција)
- ОР може да обучи младе људе како да понуде своје вештине кроз волонтерски рад.
- ОР нуди боље признавање и бележење компетенција и вештина. (Јупас сертификат)
- Омладински рад тежи социјализацији младих људи како би развили/е компетенције које ће им помоћи да истражују своје таленте, жеље и снове.
- Млади људи који уче о дигиталном предузетништву кроз омладински рад развијају знања, кључне вештине и ставове када је реч о пословању (као што су креативност, иницијатива, упорност, тимски рад, свест о ризику и осећај за одговорност) и активнији су на свакодневной бази.
- ОР међу младима развија осећај припадности и прихватања као једнаких и вредних чланова/ица заједнице.
- Активности ОР-а и НФО-а су нешто што свака особа треба да искуси у свом животу.

Тренер/ка тада сумира кључна запажања и објашњава да су учесници/це продискутовали/е неке од елемената омладинског рада и неформалног образовања.

III. Разлика између формалног, неформалног и информалног учења (30 минута)

Тренер/ка даје кратак садржај о формалном, неформалном и информалном учењу, њиховим главним карактеристикама, међусобним разликама и појединачним употребама. Представља принципе и методе НФО-а као и врсте активности.

IV. Моје виђење НФО-а? (30 минута)

Тренер/ка затим задаје наредни задатак. Учесници/це у треба да у малим групама уз цртеж, скулптуру или неки други вид уметности представе своје виђење неформалног образовања. Треба да пробају да размишљају о теми дискусије претходног сегмента. Главна питања су: Које је моје виђење неформалног образовања? и Шта га чини другачијим од других типова образовања? Треба да направе презентацију заједничког разумевања НФО-а унутар групе.

Када заврше, представљају своје закључке.

V. Саморефлексија о учењу (25 минута)

Учесници/це се подсећају да је основа сваког типа образовања стицање нових вештина, знања и ставова. У овој вежби сваки/а учесник/ца ће добити папир који описује 8 стилова учења. Треба да га прочитају и да покушају да пронађу свој омиљени стил учења (или више њих). Када заврше са овим индивидуалним задатком, позивају се да поделе своје закључке у групама од троје. Нека

објасне једни/е другима: зашто сам одабрао/ла овај стил; када сам схватио/ла да волим да га користим; да ли сам раније радије користио/ла неки други стил.

Тренер/ка затвара вежбу говорећи да се стилови учења мењају кроз живот и да у једном моменту можемо преферирати један стил, а онда да га променимо у односу на околности периода у коме се налазимо или животним улогима које тада обављамо.

VI. Повезивање НФО-а, признавања учења и запошљивости (30 минута)

Учесници/це се деле у 4 групе; две треба да излистају све компетенције које млада особа треба да поседује како би пронашла посао, а друге две записују компетенције које млада особа може да стекне кроз НФО. Скупите све папире на под и у средини повезујте оне које су заједничке.

Следи дискусија: *Како сте дошли/е до ових компетенција? Шта мислите, које су најважније од свих наведених? Шта мислите о заједничким компетенцијама које су у средини – да ли фокус НФО-а треба да буде баш на њима?*

Затим, тренер/ка говори о истраживању о утицају неформалног образовања у омладинским организацијама на запошљивост младих. Он/а такође повезује запошљивост са Јутпасом, додатно истичући утицај истраживања.

Потребни материјали: А4 папире, хемијске оловке, маркери, фломастери, трака, постит цедуље.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- разумети методе и приступе неформалног образовања и препознаће разлике између формалног, неформалног и информалног учења;
- стећи нова знања о учењу и различитим типовима образовања;
- разумети улогу омладинског рада и његове повезаности са потребама у друштву;
- умети да препознају своје омиљене стилове учења и како се они мењају кроз време;
- постати свеснији/е повезаности између НФО-а и запошљивости, као и компетенцијама потребним у овој области.

Позадинска литература и даље читање:

Више информација:

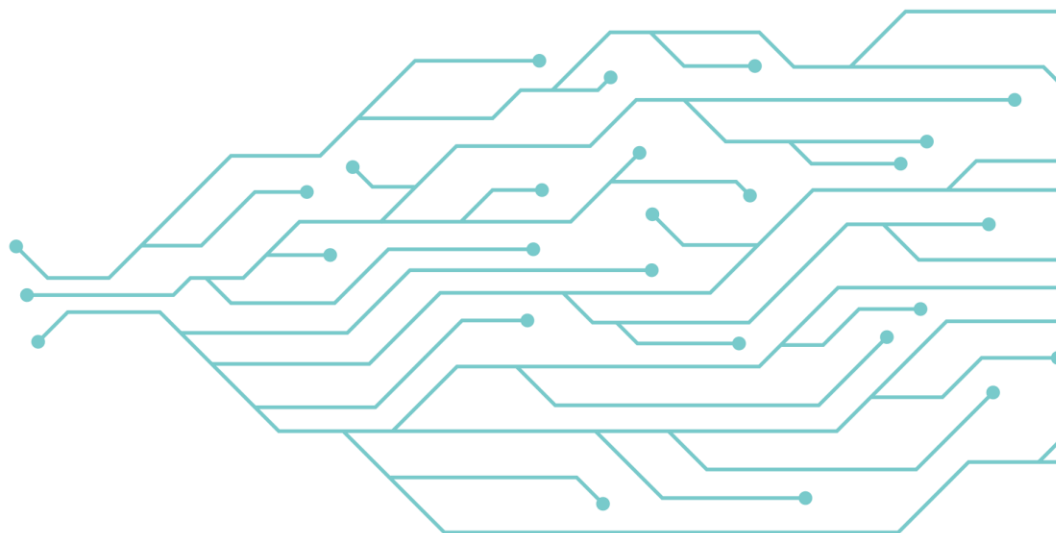
- Инспирација за тврдње током „Покретне дебате о учењу“ потиче из следећег поглавља: *“Obstacle area and Keyword Solutions youth work can offer”* које је настало као резултат семинара <https://www.salto-youth.net/rc/inclusion/archive/archive-publications/youthworkenhancingemployability/>, стр. 8
- Извештај експертске групе о Развоју креативног и иновативног потенцијала младих људи кроз неформално образовање на начине релевантне за запошљивост (*Developing the creative and innovative potential of young people through non-formal learning in ways that are relevant to employability*), (2014.); Европска комисија (http://ec.europa.eu/assets/eac/youth/news/2014/documents/report-creative-potential_en.pdf)
- Публикација о омладинском раду и неформалном учењу у Европском оквиру учења (*Europe’s education landscape*), (2015.); Европска комисија: https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/reports/youth-work-nonformal-learning_en.pdf
- Разлике између формалног, неформалног и информалног учења (веб-сајт Савета Европе): <https://www.coe.int/en/web/lang-migrants/formal-non-formal-and-informal-learning>





Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Покретна дебата се може прилагодити особама са инвалидитетом тако што ћете користити столице или створити амбијент „вртешке“. Тврдње које ћете читати се такође могу прилагодити потребама различитих група.
- Увек је добро да пружите комбинацију теорије и праксе. Када говорите о активностима НФО-а, увек дајте више времена учесницима/цама да истраже, виде и осете методологију као такву, а не само да усвајају теоријске садржаје.





Предузетничко учење као начин обогаћења омладинског рада

Назив сесије: Предузетничко учење као начин обогаћења омладинског рада

Трајање: 180 минута

Позадина: Предузетничко учење постало је суштински део формалног и неформалног образовања. Сматра се начином развијања предузетничког става, промовисања трансформације идеја у праксу кроз преузимање иницијативе у свом раду, као и подстицањем самозапошљавања међу младима који себе виде у тој улози. Спровођење предузетничког учења у омладинском раду захтева свест о потребама локалних младих људи, које компетенције још увек треба да развију и које заинтересоване стране да укључе. Како би могли/е да подрже младе у покретању дигиталних предузећа, учесници/це треба да имају основно знање о предузетништву и ситуацији са (не)запошљавањем младих у својим локалним заједницама или земљама.

Сврха сесије: Размишљање о теоријском оквиру предузетничког учења (енг. *Entrepreneurial learning, EL*) - шта је то, зашто се користи, који су његови постојећи модели - као и међусобно инспирисање за спровођење различитих модела ЕЛ-а у омладинском раду зарад развијања компетенција младих.

Циљеви:

- разумевање теоријског оквира предузетничког учења (ЕЛ-а) – шта је то, зашто се користи и који су његови постојећи модели;
- развијање свести о важности ЕЛ-а у омладинском раду;
- разговор о могућим начинима спровођења ЕЛ-у омладинском раду зарад развијања компетенција младих;
- разговор о заинтересованим странама („стејкхолдерима“) у ЕЛ-у;
- дефинисање улога сектора омладинског рада и предузетничког сектора у ЕЛ-у.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- грађанске компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу.


Методологија и методе:

- интерактивни садржај;
- групни рад;
- интерактивне дискусије;
- рад у младим групама;
- рефлексија.

Ток сесије:

I. Увод у тему (15 минута)

Учесници/це су позвани/е да узму два постита различите боје. На једном поститу записују оно што већ знају о предузетничком учењу, а на другом пишу оно што желе да сазнају. Деле своје ставове



и лепе постит папириће на флипчарт. Тренер/ка резимира све прикупљене одговоре у кратку дефиницију о томе шта је предузетничко учење, што ће бити увод у следећи део сесије.

II. Предузетничко учење – корак 1: прикупљање идеја (40 минута)

Група се дели на мање групе од четворо. Тренер/ка представља питања која свака група треба да продискутује и одговори:

- Које компетенције (вештине, ставове, знања и вредности) треба да поседује особа са склоностима према предузетништву?
- Који стејкхолдери треба да буду укључени у процес предузетничког учења и које су њихове улоге?
- Како створити контекст за учење за младе људе у коме ће развити предузетничке компетенције и начине мишљења?
- Које активности/програми већ постоје у вашој околини које/и промовишу предузетничко учење међу младима?

Групе имају 30 минута за дискусију. Тренер/ка затим даје 10 додатних минута за визуализацију одговора на флипчарту.

III. Предузетничко учење – корак 2: презентације и повезивање са теоријом (40 минута)

Учесници/це се позивају да представе одговоре на питања. Додатна питања и коментари су добродошли. Након сваке презентације, тренер/ка даје додатне информације и садржај о подацима прикупљеним из различитих публикација и истраживања урађених на ову тему. Тренер/ка такође представља постојећи модел предузетничког учења.

IV. Предузетничко учење и омладински рад (20 минута)

Надовезујући се на претходне налазе, тренер/ка повезује следећу тему са претходним делом и представља тачке повезнице између предузетничког учења и омладинског рада, заједно са њиховим главним изазовима. Представљени подаци су преузети из истраживања (нпр. „Узети будућности у своје руке“/*“Taking the future into their own hands”*) и брошура (нпр. „Млади, предузетништво и неформално учење: рад у току“/*“Young people, entrepreneurship & non-formal learning: a work in progress”*).


V. Како да спроведем ЕЛ у свом раду са младима? (35 минута)

Учесници/це даље добијају задатак да размисле о свом окружењу и различитим стејкхолдерима: друштву, младима, школама, влади, предузећима, омладинским центрима... Позвани/е су да формирају групе са осталим учесницима/цама из исте земље и на основу података о предузетничком учењу и различитим стејкхолдерима у својим земљама и/или локалним заједницама, запишу следеће:

- Које активности можете да организујете са младима у вашој земљи како бисте спровели/е предузетничко учење за подстицање младих да покрену своја дигитална предузећа?
- Који утицај би оне имале на младе људе?
- Које бисте стејкхолдере/заинтересоване стране укључили/е?
- Са којим препрекама или изазовима бисте могли/е да се сусретнете на том путу?
- Који ресурси и каква помоћ вам је потребна?

VI. Размена у пленуму и сажетак активности (30 минута)

Учесници/це су позвани/е да поделе своје идеје у пленуму. Други/е могу постављати питања и коментарисати представљене информације. Тренер/ка записује све активности на постит папириће и лепи их на зид за будућу инспирацију и могућу сарадњу између партнерских организација.



Потребни материјали: А4 папири, А3 папири, флипчарт папири, постит папирићи, маркери, бојице, лаптоп и пројектор.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- разумети концепт предузетничког учења (ЕЛ) и омладинског рада;
- знати разлике између различитих модела ЕЛ-а;
- разумети које компетенције треба да се развију кроз ЕЛ;
- створити своје планове активности које ће спровести у својим земљама;
- анализирати однос између омладинског рада и предузетништва.



Позадинска литература и даље читање:

Више информација:

- Прочитајте више о предузетничком учењу у водичу „Квалитетно предузетничко учење кроз омладински рад“ (*Guidebook: Quality Entrepreneurial Learning Through Youth Work*) који се може преузети овде: <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.* Европска комисија; доступно на <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8f5910d8-6b64-11e7-b2f2-01aa75ed71a1/language-en>
- *Martin Lackéus, 2015. Entrepreneurship in Education.* Организација за економску сарадњу и развој и Европска комисија; доступно на 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.* САЛТО ресурсни центар за учешће младих, доступно на <https://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.hr/&httpsredir=1&article=1440&context=intl>



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Водич „Квалитетно предузетничко учење кроз омладински рад“ је добар ресурс за припрему теоријског садржаја сесије. Садржи све релевантне информације на ову тему потребне за припрему сесије. Можете одабрати тачке или теме које су најважније за групу.
- Добро је да у презентације групног рада укључите различите учеснике/це што је више могуће.
- Тренери/ке треба да охрабре поделу идеја и давање коментара међу учесницима/цама тако што ће постављати питања групама које представљају.
- Оптимални број људи за рад у групи је 4.



Предузетништво новог доба и његов значај за едукаторе/ке и омладинске раднике/це

Назив сесије: Предузетништво новог доба и његов значај за едукаторе/ке и омладинске раднике/це

Трајање: 90 минута

Позадина: Предузетништво се умногоме променило у последњих 20 година. Десили су се многи помаци у друштвима и економијама широм света - развој технологије, приступ ресурсима и клијентима/кињама из целог света, канали комуникације, прелазак са краткорочног начина размишљања усредсређеног на профит, на дугорочни начин размишљања усмерен на одрживост и друштвени утицај предузетништва. Дошли/е смо до предузетништва „новог доба“ које од предузетника/ца захтева другачији склоп компетенција и став усмерен на проналажење решења. Недавне глобалне промене повећале су потребу за дигитализацијом и стварају све више простора дигиталним предузећима да постану уобичајени начин пословања широм света.

Сврха сесије: Разумевање концепта новог предузетништва и размишљање о индивидуалним и организационим компетенцијама и способностима потребним за спровођење квалитетног образовања/омладинског рада за подучавање младих за предузетништво новог доба.

Циљеви:

- подела виђења о променама које се дешавају у свету;
- дискусија о ономе што више не постоји и ономе што тренутно настаје у свету;
- разумевање разлике између предузетништва „старог“ и „новог доба“;
- учење о предузетничким компетенцијама потребним за покретање дигиталног предузећа;
- рефлексија о томе шта је потребно омладинским радницима/цама да би могли/е да подрже развој компетенција младих за покретање дигиталног предузетништва кроз ОР.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу.


Методологија и методе:

- теоријски садржај са интерактивним дискусијама;
- питања и одговори;
- упитник;
- индивидуална рефлексија и индивидуалне/групне консултације.

Ток сесије:

I. **Време глобалне трансформације (20 минута)**

Од учесника се тражи да размисле о разним аспектима живота који су доживели највеће промене током последњих 10 година (нпр. технологија, образовање, здравство, комуникација, запошљивост итд.). Учесници/це заједно и наглас прелажу идеје у великој групи, а тренер/ка записује кључне тачке на једном флипчарту.



Затим, учесници/це формирају групе од по 4 особе у којима треба детаљније да разговарају о овим променама и прецизирају их према следећим питањима:

- Шта је престало да постоји на свету или полако изумире?
- Шта се појавило уместо тога? Шта је развијено?

Учесници/це представљају своја открића, идеје и закључке. Тренер/ка иницира дискусију следећим питањем: *Како су ове промене утицале на дигитално предузетништво?*

II. Предузетништво новог доба – о концепту (30 минута)

Тренер/ка представља концепт „новог“ предузетништва и његове карактеристике у поређењу са „старим“ предузетништвом као и зашто је ова тема релевантна.

Затим представља *EntreComp* оквир компетенција за подстицање развоја 8 кључних компетенција потребних за развој предузетничког начина размишљања међу младима кроз укључивање различитих заинтересованих страна/стејхолдера да успоставе мост између образовања и посла.

Тренер/ка ставља све компетенције и пратеће поткомпетенције из *EntreComp* оквира на под. Учесници/це су позвани да обиђу све компетенције и поткомпетенције и маркерима обележе тачке на оне које сматрају да је важно да млади/а предузетник/ца развије приликом покретања и управљања дигиталним предузећем.

III. Мапа мојих предузетничких компетенција и компетенција које треба да развијем (30 минута)

Учесници/це самостално стварају мапу својих компетенција - свих знања, вештина и ставова који су развили/е кроз своје формално, неформално и информално образовање - а које би могле бити важне за покретање и управљање дигиталним предузећем. Записују их и поред сваке/ог од њих дају процену степена развитка у виду скале од 1 до 10.

Учесници/це затим узимају постит папириће и записују идеје на следеће теме:

- Које компетенције треба још да развијам?
- Где могу да пронађем оно што ми је потребно?

На крају овог дела, учесници/це се позивају да промене угао гледања и да стану у ципеле у омладинских радника/ца који/е раде са младима заинтересованим за покретање дигиталних предузећа. Треба да формирају парове са особом поред себе и да разговарају о следећем питању: *На који начин могу подржати младе у развоју компетенција за покретање дигиталних предузећа?*

IV. Размена у пленуму и мапирање потенцијалних могућности (10 минута)

Конечно, учесници/це се окупљају и деле како је протекла активност. Позвају се да поделе своја открића – компетенције које су препознали/е као важне за развој младих при покретању њихових дигиталних предузећа.

Потребни материјали: А4 папири, А3 папири, бојице, маркери, флипчарт папир, лаптоп, пројектор, постит цедуље, одштампане или написане *EntreComp* компетенције.

Исход сесије:

Након сесије учесници/е ће:

- разумети концепт новог предузетништва и његове карактеристике;
- знати које су предузетничке компетенције потребне за развој предузетничког начина размишљања у предузетништву новог доба;

- размишљати о својим личним компетенцијама и открити на чему још увек треба да раде како би били/е у стању да подрже развој компетенција младих за покретање дигиталног предузетништва кроз омладински рад.



Позадинска литература и даље читање:

Више информација:

- Прочитајте више о предузетништву новог доба у водичу „Квалитетно предузетничко учење кроз омладински рад“ (*Guidebook: Quality Entrepreneurial Learning Through Youth Work*) који се може пронаћи овде:
<https://www.youth-power.org/blog/publications/quality-entrepreneurial-learning-through-youth-work/>
- *EntreComp* оквир предузетничких компетенција:
<https://ec.europa.eu/jrc/en/entrecomp>
- Више о предузетништву новог доба од стране Дејвида Раја:
<https://www.slideshare.net/ZoneGlyndwr/entrepreneurial-learning-david-rae>



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Пустите неку музику да свира у позадини док учесници/це раде на мапама својих предузетничких компетенција. Дајте им довољно времена за тај задатак. Када буду делили/е закључке у пленуму, дајте им инструкције да представе само најважније тачке и суштину.





ИТ сектор и дигитално предузетништво

Назив сесије: ИТ сектор и дигитално предузетништво

Трајање: 90 минута

Позадина: ИТ сектор брзо напредује у данашњем свету. Много је проблема решено захваљујући паметним технологијама и ИКТ решењима. У скорашњем периоду, ИКТ технологије постају још важније за људе да се повежу у дигитални свет и да спроводе свој посао. Данас више него икад сведочимо све већој потражњи за дигитализацијом многих процеса у предузећима; истовремено, ИКТ решења се развијају да би удовољила тренутним захтевима дигиталних предузећа. У оквиру ове сесије учесници/це ће разговарати о значају ИТ сектора и карактеристикама дигиталног предузетништва уопште.

Сврха сесије: Упознавање учесника/ца са ИКТ-ом и дигиталним предузетнишвом.

Циљеви:

- дефинисање ИКТ-а и њихових услуга, типова посла и области ИТ сектора;
- дискусија о предностима и манама дигиталног предузетништва;
- упознавање учесника/ца са карактеристикама дигиталног предузетништва;
- дискусија о контексту спровођења дигиталног предузетништва.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- дигиталне компетенције.

Методологија и методе:

- теоријски садржај (презентације);
- рад у малим групама;
- индивидуална рефлексивност;
- дискусија.

Ток сесије:

I. Увод у тему (20 минута)

Тренер/ка отвара сесију презентујући теоријски оквир ИТ сектора – шта су ИКТ, које су њихове услуге, типови посла и области ИТ сектора.

II. Дигитално предузетништво (30 минута)

Учесници/це се деле у групе од четворо. Унутар својих малих група разговарају о следећем:

- Које су карактеристике дигиталног предузетништва?
- Које су предности дигиталног предузетништва?
- Које су мане дигиталног предузетништва?

III. Прикупљање резултата и рангирање (40 минута)

Учесници/це су позвани да залепе своје папире на зид како би дали/е приказ свих карактеристика. У тишини проверавају све карактеристике. Свако узима три налепнице, бира три најважније карактеристике и ставља налепницу поред сваке од њих.

Тренер/ка затим даје преглед најважнијих елемената дигиталног предузетништва:

- економија дељења;
- дигиталне технологије које подстичу интернализацију;
- олакшана комуникација, јефтинија и бржа испорука услуга;
- дигиталне стратегије;
- глобална тржишта и конкуренција;
- рад са различитим културама и пореклима;
- канали продаје;
- нови медији;
- онлајн пословање и плаћање;
- дигитални маркетинг;
- дигитално радно место;
- процена и управљање ризицима;
- финансијско планирање и
- план пословања/бизнис план.

Тренер/ка додаје да ће претходно споменуте ставке бити детаљније обрађене током наредних дана обуке.

Потребни материјали: А4 папире различитих боја, маркери, налепнице, пројектор, лаптоп.

Исход сесије:

Након сесије ученици/це ће:

- имати опште разумевање о ИТ сектору, типовима и областима пословања као и његовим услугама;
- умети да наведу најважније карактеристике дигиталног предузетништва;
- разумети факторе који је неопходно имати у виду при покретању и управљању дигиталним предузећем.



Позадинска литература и даље читање:

Више информација:

- <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



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Поделите учеснике/це у младе групе једнаког броја чланова/ица и дајте реч свима да искажу своје мишљење. Кажите им да одговори на сва питања морају бити записани на папире различитих боја (нпр. карактеристике на зелени, предности на плави и мане на жути). Сакупите их све на гомилу.
- Током дискусије о карактеристикама постављајте питања у вези са њиховим најважнијим карактеристикама дигиталног предузетништва.



Дигитална револуција – нови начин пословања

Назив сесије: Дигитална револуција – нови начин пословања

Трајање: 90 минута

Позадина: Дигитална револуција се сматра експлозијом у информационим технологијама која је започела 1980-их, траје још увек и развија се брже него икад. Утицала је на живот већине људи широм света ширењем телекомуникација и рачунарских технологија. Створила је потпуно нов начин рада јер је људима омогућено да се изместе са локалног или националног и достигну глобални ниво. Дигитални свет је постао пресудан за функционисање друштва. Неки његови аспекти доживљавају се као добри и корисни, док су неки негативни или чак штетни. Ипак, то је постала стварност већине компанија, предузећа и свих оних који/е су део радне снаге. Дигитализација је револуционисала начин пословања захваљујући доступности брзих интернет услуга и добављача, развоју различитих апликација и програма, развоју различитих паметних уређаја, могућности чувања информација на „облацима“, проширењу различитих комуникационих канала, итд. Вештине функционисања у дигиталном свету постале су кључне за излазак на тржиште и останак на њему. Уз све доступне могућности данас, пословне прилике су постале неограничене.

Сврха сесије: Визуализација могућности које дигитална револуција доноси за предузећа у будућности.

Циљеви:

- развијање свести о променама које дигитална револуција ствара у свакодневном животу;
- разумевање брзине којом се дешава дигитална револуција;
- визуализација будућности која долази зарад препознавања предузетничких могућности.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.


Методологија и методе:

- рад у паровима;
- теоријски садржај (презентације);
- рад у малим групама;
- представа;
- дискусија.

Ток сесије:

1. Дигитална револуција – да ли смо спремни? (20 минута)

Тренер/ка уводи тему и тражи од учесника да формирају парове. Задатак сваког пара је да размисле о свим аспектима свог живота и да запишу шта би било другачије у њиховом животу да није било дигиталне револуције. Парови записују све ствари које не би могли/е да ураде да се дигитална револуција није догодила.



Након 10 минута парови деле своје закључке, а тренер/ка сумира кључне информације и области погођене дигиталном револуцијом.

II. Дигитална револуција – будућа визија (40 минута)

Учесници/це гледају видео о дигиталној трансформацији и променама које она доноси (доступан на: <https://www.youtube.com/watch?v=ystdF6jN7hc>).

Учесници/це се позивају да поделе своје утиске о видеу и размишљања о предстојећим променама у свету услед дигиталне трансформације.

Тренер/ка им говори следеће: да би неко био/ла успешан/на дигитални/а предузетник/ца, није потребно само да разуме тренутне трендове на пољу дигиталног предузетништва, већ је неопходно и да има визију куда се тржиште креће и шта доноси будућност. Следећи задатак односи се на визуализацију онога што долази у будућности са циљем покретања дигиталног предузећа које прати будуће трендове и које не рециклира старе идеје и дигитална решења. Учесници/це формирају 5 малих група и свака добија један од следећих цитата за инспирацију:

- „Никада не мењате ствари тако што се борите против постојеће стварности. Да бисте нешто променили, морате саградити нови модел који постојећи модел чини застарелим.“ (Бакминстер Фулер)
- „Дигитална револуција је готово једнака претња за традиционално медијско пословање као што је струја за продају свећа.“ (Кен Олета)
- „Због брзине људског знања, због дигиталне револуције, имам глас и не морам да вриштим.“ (Роџер Еберт)
- „Дигитална револуција је променила начин на који радимо ствари јер нисте више под тим притиском да је филм драгоцен и да је филм скуп.“ (Колм Мини)
- „Знаете, смешно је то што нам се дешава. Наши животи су постали дигитални. Наши пријатељи су сада виртуелни. И све што бисте икада желели да знате је удаљено само један клик. Доживљавање света путем половних информација није довољно. Ако желимо аутентичност, морамо је иницирати. Никада нећемо достићи свој пуни потенцијал уколико се погурамо да га пронађемо. Управо је то самооткриће оно што нас неизбежно води у најнеистраженија места на земљи.“ (Тревис Рајс)

Њихов задатак је да направе кратак скеч или представу која ће трајати највише 5 минута и у којој ће приказати своју визију дигиталне револуције у будућности и шта она доноси свету - како ће изгледати живот и како ће се људи понашати. Учесници/це могу да користе све ресурсе који су им на располагању како би свој скеч/своју представу учинили/е што реалистичнијом.

III. Дигитална револуција – време је за представу (20 минута)

Групе обављају свој перформанс без откривања своје главне теме. Остале групе покушавају да погоде о чему се ради.

IV. Сумирање и затварање (10 минута)

Потребни материјали: лаптоп, пројектор, папир у боји, маказе, различити материјал за потребе скечева, одштампани и исечени цитати.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- бити свесни/е промена које је дигитална револуција донела свету;
- моћи да визуализују будућност дигиталне револуције;
- изразити своју визију и креативност.



Позадинска литература и даље читање:

Више информација:

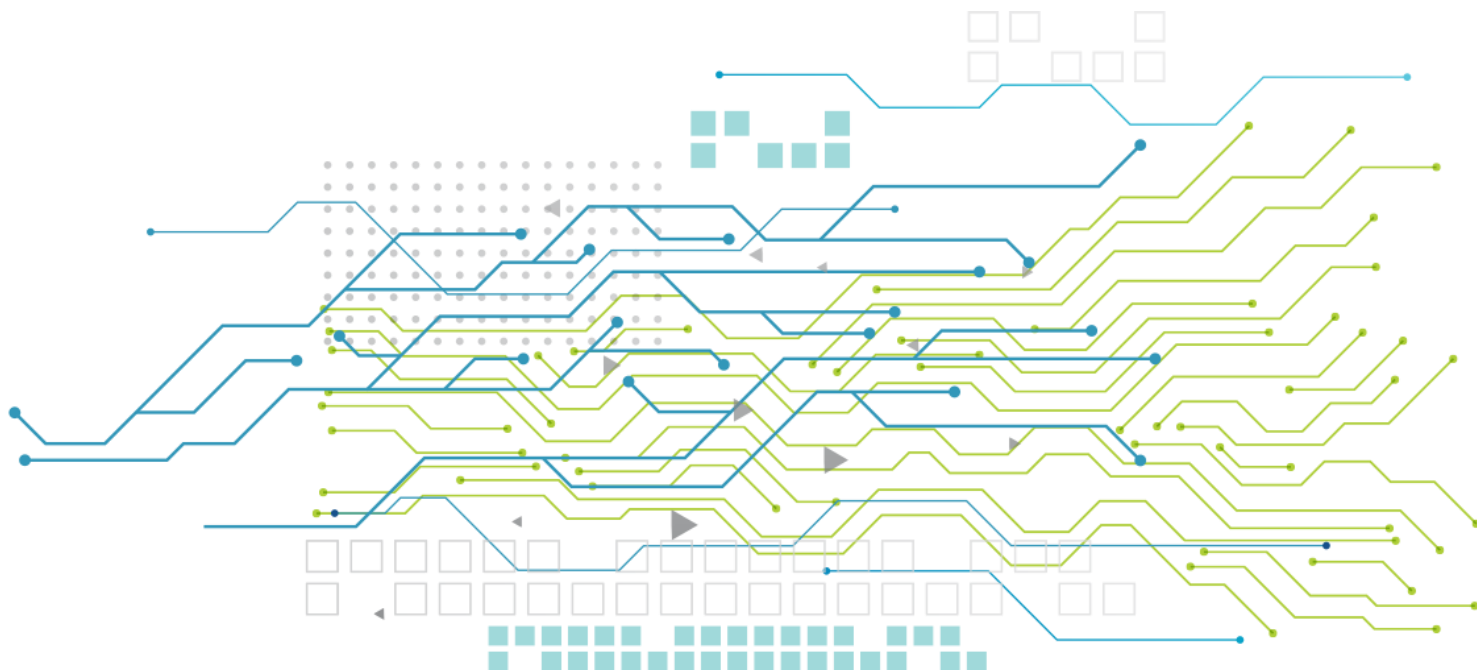
- Инфографика о дигиталној револуцији:

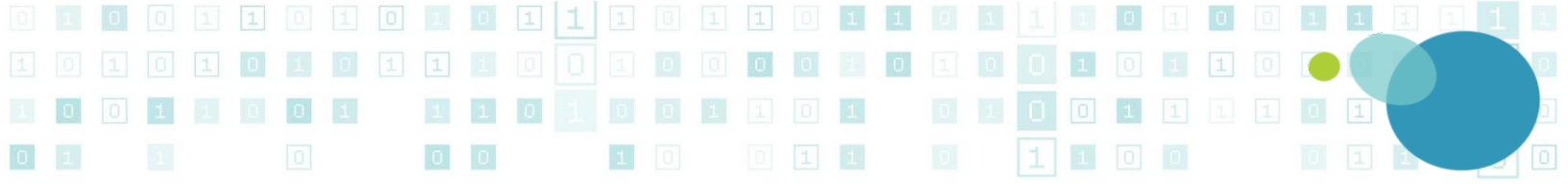
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjhv_a49aHrAhUNGuwKHWHvD1IQFjAMegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fstfc.ukri.org%2Ffiles%2Fdigital-revolution-infographic%2F&usg=AOvVaw1b-2crdW31e4ks6ZbSZ6cJ



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Цитати у вези са темом се лако могу прилагодити и изменити према потребама групе.
- Понудите различите материјале који су вам доступни за припрему представе. Охрабрите учеснике/це да користе различите просторе/просторије у смештају и око њега за инспирацију или сам перформанс.





Дигитално предузеће – дефиниција, главне одлике и успешне студије случаја

Назив сесије: Дигитално предузеће – дефиниција, главне одлике и успешне студије случаја

Трајање: 90 минута

Позадина: Дигитална предузећа су начин на који млади могу да развијају своје идеје и тестирају их уз ниске трошкове и низак ниво одржавања. Она обично захтевају коришћење низа дигиталних технологија како би се омогућила нова вредност у пословању. Употреба таквих технологија покреће раст и развој. Овде ћемо представити принципе дигиталне компаније и студије случаја.

Сврха сесије: Упознавање учесника/ца са концептом дигиталног предузећа.

Циљеви:

- разумевање о томе шта је дигитално предузеће;
- дискусија о студијама случаја;
- анализа личне средине по питању дигиталних предузећа;
- слушање о постојећим примерима предузећа правих предузетника/ца.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.

Методологија и методе:

- теоријски садржаји (презентације);
- рад у малим групама;
- студије случаја;
- учење од гостујућих говорника/ца;
- дискусија.

Ток сесије:

I. Дигитална компанија – дефиниција (20 минута)

Тренер/ка уводи сесију и позива учеснике/це на туш идеја о теми дигиталне компаније – са циљем стварања једне заједничке дефиниције. Сумира све тачке у једну дефиницију дигиталне компаније и представља најважније елементе дигиталног предузећа (у насумичном редоследу): предузетник/ца, идеја, питања, пословни план, тестирање стратегије, покретање предузећа, финансије, производ, маркетинг, продаја, присталице, менаџмент, лидерство. Учесници/це се затим деле у групе од 3 или 4 где треба да организују фазе покретања дигиталне компаније почињући од првог корака. Свака група представља своја открића и води се дискусија о фазама.

II. Студије случаја и карактеристике дигиталних предузећа (30 минута)

Тренер/ка представља 4 главне карактеристике дигиталне компаније и наводи неколико примера. Представља неколико студија случаја дигиталних пословних модела (*Amazon, Netflix, eBay, Uber,*

AirBnB). Учесници/це се деле у 5 група како би анализирали/е примере тих дигиталних компанија и то према главним карактеристикама дигиталних предузећа. Свака група излаже своје закључке у пленуму.

III. Скајп позив са успехом дигиталном стартап компанијом (40 минута)

Група се повезује са дигиталним/ом предузетником/цом преко Скајпа. Он/а представља своју компанију одговарајући на следећа питања:

- *Како сам покренуо/ла своју компанију?*
- *Зашто сам се одлучио/ла за дигитално окружење?*
- *Шта ради моја компанија?*
- *Које су главне предности које ја имам од тога?*
- *Који су главни изазови?*
- *Које су три ствари најважније за предузетнике/це?*

Учесници/це такође имају прилику да постављају питања током презентације.

Потребни материјали: А4 папири, флипчарт папири, постит цедуље, маркери, бојице, студије случаја, лаптоп и пројектор.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- разумети шта је то дигитално предузеће одн. дигитална компанија;
- моћи да излистају карактеристике дигиталног предузећа/дигиталне компаније;
- знати неколико успешних студија случаја у дигиталном предузетништву;
- научити о дигиталном предузетништву од успешног/е дигиталног/е предузетника/це.



Позадинска литература и даље читање:

Више информација:

- Прочитајте више о овој теми у приручнику овог пројекта, „Стартап у дигиталном предузетништву“
- Карактеристике дигиталног предузећа:
<https://www.institutefordigitaltransformation.org/four-characteristics-digital-transformation/>
- <https://www.brandwatch.com/blog/expert-advice-how-to-become-a-digital-company/>
- Додатне радионице о предузетништву:
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/training-module-on-entrepreneurship-education.2129/>



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Ступање у контакт са дигиталним/ом предузетник/цом који/е је основао/ла сопствено предузеће би било веома драгоцено како би учесници/це чули/е искуство из прве руке. Пронађите особу у локалној заједници која би се повезала путем Скајпа и комуницирала са учесницима. Договорите детаље састанка са особом унапред и дајте јој информације о групи и које информације би биле драгоцене за учеснике/це.
- Оснажите учеснике/це да постављају питања, унапред им објасните да ћете имати гостујућа предавања са делом за питања и одговоре како би могли/е да поставе питања која су им важна. Ако је потребно, обезбедите мало времена за размишљање.
- Студије случаја би требало припремити унапред и оне могу бити примери различитих компанија које сматрате релевантним и интересантним за учеснике/це.

Како покренути дигитално предузеће („леан“ стартап метода и дигитална стратегија)

Назив сесије: Како покренути дигитално предузеће („леан“ стартап метода и дигитална стратегија)

Трајање: 120 минута

Позадина: Стартап предузећа су у данашњем свету све распрострањенија. Иако многа на крају не буду успешна (из различитих разлога), покретање сопственог посла и раст кроз тај процес су узбудљиви, а истовремено нуде и дигитални производ који помаже у решавању неке потешкоће или проблема у заједници. Због тога ће се учесници/це упознати са „леан“ стартап методом и дигиталном стратегијом, као и са алатом „платно пословног модела“ (енг. *business model canvas*), који им може помоћи у планирању сопственог стартапа у будућности.

Сврха сесије: Пружање алата учесницима/цама за покретање дигиталне компаније.

Циљеви:

- пружање информација о стартап култури;
- упознавање са стартап методом;
- упознавање са дигиталном стратегијом;
- увођење алата *business model canvas* (платно пословног модела) и охрабривање учесника/ца да га користе на својим примерима.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу.

Методологија и методе:

- теоријски садржај (презентације);
- видео;
- рад у малим групама;
- метод пословног платна;
- дискусија.

Ток сесије:


I. Увод у стартап и „ЛЕАН“ метод (25 минута)

Учесници/це се упознају са теоријом стартапа: шта је то стартап, које су његове карактеристике и како функционише читав његов контекст. Поред тога, ЛЕАН метода се представља као могућност у будућем стварању компанија.

Након увода учесници гледају видео и објашњавају шта је то што стартап предузећа чини успешним. Видео је доступан овде:

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

II. Туш идеја – решавање проблема уз помоћ дигиталног предузећа (15 минута)



Тренер/ка позива учеснике/це да формирају групе од троје и пронађу проблем вредан решавања у својим заједницама. На основу свог одабраног проблема, треба да се сложе око решења које би понудили/е заједници покретањем дигиталног предузећа.

III. Увод у дигиталну стратегију и платно пословног модела (20 минута)

Тренер/ка затим уводи појмове дигитална стратегија и „пословно платно“ – главне елементе и питања на која треба дати одговор. Пословно платно се може објаснити на примеру компаније Лего, будући да сви/е познају њен производ. Видео је доступан овде:

<https://www.youtube.com/watch?v=g4E3fhybhGM>.

IV. Пословно платно у дигиталним компанијама (40 минута)

Учесници/це у истим групама настављају рад на пословном платну дигиталне компаније коју желе да покрену. Тренер/ка појашњава кључне тачке платна о којима треба да разговарају и да запишу: кључне активности, кључни партнери, мрежа партнера, предлог вредности, купци, односи купаца, канали, финансије и токови прихода.

V. Презентација пословних платна (20 минута)

Учесници/це затим представљају своја платна и појашњавају сваки сегмент својих дигиталних компанија. Тренер/ка и други/е учесници/це дају повратне информације.

Потребни материјали: А4 папири, А3 папири, флипчарт папири, постит цедуље, маркери, бојице, лаптоп, пројектор, копије платна пословних модела.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- знати дефиницију стартапа;
- разумети и моћи да наведу принципе ЛЕАН стартап методе;
- знати основне елементе платна пословног модела и дигиталне стратегије.

Позадинска литература и даље читање:

Више информација:

- О стартапима: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/start-up>
- О стартапима: <https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>
- О ЛЕАН методологији: <http://theleanstartup.com/principles>
- О платну пословног модела: <https://designabetterbusiness.com/2017/11/02/how-to-use-the-business-model-canvas-for-innovation/>

Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Током туша идеја охрабрите учеснике/це да размишљају у правцу покретања дигиталне компаније која решава један или више проблема у локалној заједници (или на глобалном нивоу).
- Одштампајте узорак платна пословног модела са детаљним описом за сваког/у учесника/цу. Дајте овољно времена групама за планирање и представљање свог пословног платна, као и за сесију питања и одговора.

Дигитално радно место – предности и ризици

Назив сесије: Дигитално радно место – предности и ризици

Трајање: 120 минута

Позадина: Рад у дигиталном окружењу подразумева употребу сваког ресурса/уређаја за организовање људи и процес који обављању посла даје додатну вредност док покреће дигиталну трансформацију. То обично значи да нам је међусобна комуникација олакшана, мада то врло лако може да пређе границу. Алати за онлајн сарадњу нуде могућност комуникације у свако доба. За многе дигиталне предузетнике/це реалност је да немају слободног времена, што их лако може довести до сагоревања. Иако рад на дигиталном радном месту може резултирати већом продуктивношћу, већим приходом и већим задовољством послом, важно је развити вештине и знања како направити баланс између дигиталног посла, других врсти послова и личног живота

Сврха сесије: Искусити изазове и предности дигиталног радног простора и учити из њих.

Циљеви:

- ширење свести о предностима и ризицима дигиталног радног простора кроз искуствено учење и презентацију истраживања;
- детаљна анализа ризика и предлог стратегија и препорука за њихово спречавање/превазилажење;
- стварање разумевања и развој компетенција о понашању у датом контексту са ограниченим временом и ресурсима и развој способности за стратешко размишљање, решавање проблема на лицу места, прихватање изазова, проактивно понашање, вежбање вештина комуникације, преговарања и лидерства, као и дигиталне писмености.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу.

Методологија и методе:

- комплексна вежба симулације;
- презентације;
- размена мишљења и искустава уз сажетак.

Ток сесије:

I. Симулација: Шта је то дигитално радно место? (50 минута)

Тренер/ка уводи сесију о предностима и ризицима дигиталног радног места и објашњава како ће учесници/це током симулационе вежбе радити у групама са истим особама са којима су радили претходног дана на стварању заједничке дигиталне компаније. Свака особа из групе ће радити самостално са различитог места и биће јој потребна нека врста дигиталног уређаја.

Циљ је да припреме презентацију о производу/услугу њихове компаније за предстојећи омладински форум о дигиталном предузетништву.

Будући да ће „тим компаније“ радити на даљину са различитих локација, од овог тренутка могу да комуницирају само виртуелно. Морају да замисле да је њихова пословна идеја сада прави посао и

да имају дигиталну компанију. Сарадња између „предузетника/ца“ из различитих компанија је дозвољена.

Тренер/ка поставља задатак у Фејзбук групу и објашњава детаље:

- „Ваша компанија је основана пре 8 месеци. Функционише прилично добро. Добили/е сте позив за учешће на Форуму младих „Дигитални млади у дигиталном добу“ где треба да представите своју дигиталну компанију и свој производ/услугу. Сви ваши запослени раде на даљину и то из 3 различита *co-working* простора. Сви/е су одговорни/е за припрему презентације. Морате се организовати да задатак обавите у року од 40 минута. Након тога, Форум ће започети и ви ћете се јавно представити..”
- „Направите дигиталну презентацију производа/услуге ваше компаније у трајању од највише 5 минута коју ћете приказати учесницима/цама предстојећег Форума младих о дигиталном предузетништву.“

Правила:

- сарадња чланова/ица тима је искључиво дигитална;
- морате да завршите презентацију пре паузе и да будете спремни/е да презентујете након паузе;
- морате се договорити:
 - КОЈИ ЈЕ ЦИЉ ПРЕЗЕНТАЦИЈЕ – заједничка визија о обављеном послу
 - КАКО ЋЕТЕ САРАЂИВАТИ – које алате (уређаје, апликације) ћете корисити за комуникацију и припрему презентације
 - КО ЋЕ РАДИТИ ШТА – подела задужења у временском року и распореду

ПАУЗА

II. Презентација компанија у пленуму (20 минута)

III. Размена и научене лекције (30 минута)

Након презентације сваки тим добија листу питања за рефлексiju. Њихов задатак је да рефлектују о искуству са задатка и да сумирају кључне предности и ризике рада у дигиталној компанији.

Преглед у малим групама:

- Како сте се договорили/е о садржају презентације (узели/е у обзир све индивидуалне идеје, предлоге, компромисе...)?
- Како сте поделили/е задатке унутар тима? Која је била основа за поделу улога?
- Да ли можете нешто рећи, и шта, о процесу лидерства? Да ли је било лидера/ки? Да ли су се они/е мењали/е током различитих фаза?
- У ком тренутку у онлајн сарадњи сте осетили/е највећу подршку?
- Да ли је било неких несугласица или тензија у тиму? Уколико да, који су били њихови узроци и како сте их превазишли/е?
- Да ли су, и који, културолошки елементи утицали на интеракцију међу колегама/колегеницама?
- Да ли је сваки/а члан/ица тима био/ла укључен/а, охрабрен/а, подржан/а и у стању да „да све од себе“ за пројекат (нпр. своје вештине, таленте итд.)?
- Да ли је било простора за учење/менторство и како сте га организовали/е?

IV. Презентација у пленуму о предностима и ризицима дигиталног радног простора (20 минута)

Учесници/це представљају своје закључке о предностима и ризицима на дигиталном радном месту. Тренер/ка сумира све тачке и предлаже стратегије за превенцију и превазилажење ризика у дигиталном радном простору.



Затварање сесије.

Потребни материјали: 3 *co-working* просторије са интернет конекцијом, компјутери/лаптопови/дигитални уређаји, пројектор.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- разумети процес рада у дигиталном простору и сарадње са другим члановима/цама тима који/е раде на дањину;
- бити свесни/е предности и ризика које доноси дигитално радно место;
- знати како да превазиђу или спрече неке ризике који могу настати на дигиталном радном месту.



Позадинска литература и даље читање:

Више информација:


- Прочитајте више о овој теми у приручнику овог пројекта, „Стартап у дигиталном предузетништву“
- *Deloitte*-ово истраживање о предностима дигиталног радног места:
https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/human-capital/The_digital_workplace.pdf



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Овај део програма је развијен као сложена симулација која учесницима може дати довољно наговештаја о позитивним и негативним странама дигиталне сарадње. Уколико је то могуће, дајте им више времена за симулацију, као и неке практичне препоруке како да превазиђу потешкоће са којима су се суочили/е током симулације.
- Задатак се може редефинисати, уколико је то потребно, како би одговарао току програма.
- У зависности од броја компанија/малих група биће вам потребна макар 3 радна простора са доступном интернет конекцијом.





Ко је дигитални/а предузетник/ца (дефинисање СКА компетенција које свака особа мора да поседује да би била дигитални/а предузетник/ца)

Назив сесије: Ко је дигитални/а предузетник/ца (дефинисање СКА компетенција које свака особа мора да поседује да би била дигитални/а предузетник/ца)

Трајање: 90 минута

Позадина: Бити предузетник/ца подразумева различите компетенције које особа треба да поседује или развије. Постоји много различитих модела предузетничких компетенција који се разликују у одређеним аспектима, међутим основни принципи су слични.

На основу СКА модела, предузетничке компетенције у нашем приручнику „Стартап у дигиталном предузетништву“ подељене су у 3 врсте компетенција:

1. когнитивне компетенције – односе се на специфичан начин размишљања који предузетник/ца треба да има одн. развија како би могао/ла да идентификује могућности и развија нове идеје засноване на тим могућностима. Ове компетенције подразумевају способност препознавања, процене, вредновања, решавања проблема и доношења одлука.
2. социјалне вештине – односе се на способност повезивања и умрежавања са другима ради остваривања друштвеног капитала предузећа.
3. покретачки став – односи се на став усмерен на акцију у циљу манифестације и искоришћавања могућности кроз процес свесног планирања, успостављања циљева, праћења, спровођења и прилагођавања према тренутној ситуацији.

Омладински рад може помоћи у развијању компетенција (знања, вештина и ставова) потребних особи да постане дигитални/а предузетник/ца. Како и на који начин омладински рад то остварује зависи од одређеног контекста.

Сврха сесије: Разумевање компетенција које дигитални/а предузетник/ца треба да има у оквиру СКА модела (вештине, знања, ставови) и како омладински рад може помоћи у изградњи релевантних (меких/социјалних) вештина за рад у дигиталном простору и дигиталном предузетништву.

Циљеви:

- истраживање приказа идеалног/е предузетника/це и његових/њених компетенција;
- разумевање стања постојећих могућности у локалним заједницама за усвајање ових и других релевантних компетенција;
- увод у основне компетенције за покретање дигиталног предузетништва;
- размишљање о томе које компетенције су важне за младе и које се могу развити кроз омладински рад.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу.

Методологија и методе:

- туш идеја;

- дискусија у малим групама;
- процена компетенција у покрету;
- групна вежба.

Ток сесије:

I. Замислимо идеалног/у предузетника/цу (20 минута)

Волонтер/ка седи на столицу у средини круга, а остали/е у виду туша идеја набрајају све вештине, знања и ставове које смо до сада истраживали/е и које би ИДЕАЛНИ/А дигитални/а предузетник/ца требало да поседује (што је могуће конкретније). Све идеје се записују на постит цедуље и лепе се на волонтера/ку.

Тада тренер/ка пита волонтера/ку: „Како се осећаш са свим тим очекивањима?“.

Све постит цедуље се затим стављају на цртеж силуете особе. Цедуље са знањем стављају се на ниво главе, оне са ставовима па целом телу, а оне са вештинама на руке и ноге.

II. Где стојиш? (20 минута)

Тренер/ка објашњава 3 зоне учења: зону удобности одн. зону комфора, зону учења одн. стреч-зону и зону панике.

Учесници/це се позиционирају према нивоу владања претходно поменутих компетенција: стојећи у средини просторије (за компетенције у зони комфора), седећи на столицу (за компетенције у зони учења) и стојећи на столицу (за компетенције у зони панике). Тренер/ка чита горе поменуте вештине, знања и ставове који су проистекли из претходне вежбе. Када неко стане у зону панике, тренер/ка од особа у другим зонама тражи препоруку која би помогла особи у зони панике да начини корак напред и иступи из ове зоне - које су могућности за вас одн. младе да стекнете ту вештину, компетенцију.

III. Компетенције потребне за успешног/у дигиталног/у предузетника/цу (20 минута)

Тренер/ка уводи 6 основних вештина које сваки/а појединац/ка одн. млада особа треба да поседује да би покрену/ла предузеће: продаја, дигитални маркетинг, рачуноводство и буџетирање, запошљавање и управљање запосленима, управљање временом, прилагодљивост. Више о овим вештинама можете почитати у приручнику „Стартап у дигиталном предузетништву“.

Тренер/ка додаје још неке основне компетенције за дигиталног/у предузетника/цу: друштвени медији, маркетинг путем интернет претраживача, аналитика, маркетинг садржаја, е-пошта, мобилни уређаји, стратегија и планирање, друштвена продаја, маркетинг са плаћањем по клику и видео.

IV. Могућности за развијање компетенција у локалним заједницама (30 минута)

Након презентације учесници/це формирају групе са другим особама из своје организације или државе. Њихов задатак је мапирање компетенција које млади могу развити кроз активности омладинског рада како би постали успешни/е дигитални/е предузетници/е. Њихов задатак је да наведу активности омладинског рада, програме или пројекте који нуде такве могућности, као и остале активности које нуде други стејкхолдери у њиховим заједницама.

Свака група прави флипчарт са идејама и представља их пред осталим учесницима/цама.

Потребни материјали: Цртеж силуете на флипчарт папиру, флипчарт папири, маркери, лаптоп, пројектор.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- имати заједничко разумевање о идеалном/ој дигиталном/ој предузетнику/ци и његовим/њеним пожељним СКА компетенцијама;
- разговарати и разменити мишљења о томе које СКА компетенције се лако могу изградити у нашим заједницама;
- донети закључке о томе како омладински рад може допринети стварању могућности за усвајање дефинисаних компетенција.



Позадинска литература и даље читање:

- Прочитајте више о суштинским компетенцијама за дигиталне предузетнике/це у приручнику овог пројекта, „Стартап у дигиталном предузетништву“.
- Материјал за читање о зонама учења:
<http://www.thempra.org.uk/social-pedagogy/key-concepts-in-social-pedagogy/the-learning-zone-model/>



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Иако неки/е учесници/це могу доћи на обуку са претходно развијеном свести о концепту компетенција и знања, вештина и ставова, препоручује се да тренер/ка свакако подсети групу да су ставови мотиватори учинка (преузимање иницијативе, мобилизација других, оријентација на циљ, решавање проблема). Ставови укључују вредности и тежње. Вештине могу бити како когнитивне (комуникација, лидерство, суочавање са неизвесношћу, планирање, кодирање софтвера, креативно размишљање), тако и практичне (цртање). Знање је повезано и са вештинама и са ставовима; знање може бити: познавање активног слушања, свест о подели улога у тимском раду, улози лидера/ке итд.

▪





Дигитални маркетинг – основни концепти и предности

Назив сесије: Дигитални маркетинг – основни концепти и предности

Трајање: 90 минута + 45 минута

Позадина: У временима када је већина света „на мрежи“, дигитални маркетинг постаје једна од основних компетенција које дигиталне компаније треба да изуче и савладају како би шириле свест око својих производа или услуга. Канали који чине дигитални маркетинг су одн. укључују: веб-сајтове, мреже друштвених медија, банере, маркетинг путем е-поште, мобилни маркетинг, СЕО, кампање са плаћањем по клику, ТВ, радио, СМС и све друге облике дигиталне комуникације. Сви ти канали нуде приступ глобалном тржишту уз потенцијал досезања различитих циљних група, комуникацију са својим купцима или потенцијалним купцима, стварање верне публике и продају производа или услуга са мањим трошковима у поређењу са методама традиционалног маркетинга.

Сврха сесије: Упознавање са концептом дигиталног маркетинга и његовим предностима.

Циљеви:

- разумевање шта је дигитални маркетинг и на који начин је присутан у свакодневним животима учесника/ца;
- учење о различитим врастама дигиталног маркетинга;
- развој дигиталне стратегије дигиталне компаније;
- сумирање предности дигиталног маркетинга;
- откривање могућности за онлајн учење о дигиталном маркетингу.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.

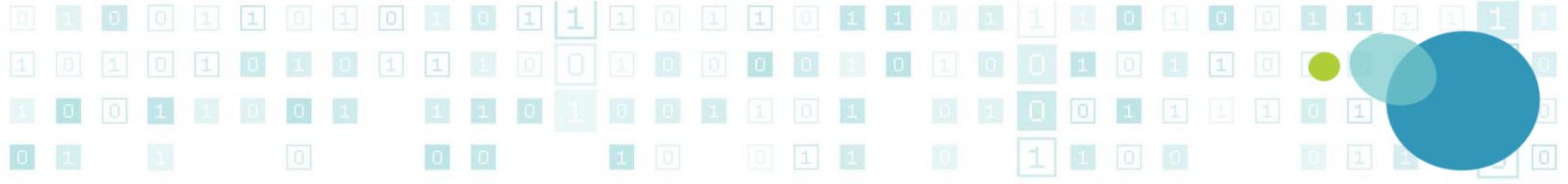
Методологија и методе:

- претрага преко интернета;
- теоријски садржај;
- интерактивна презентација;
- туш идеја;
- групни рад;
- презентације;
- повратна информација.

Ток сесије:

1. Дигитални маркетинг у нашој свакодневици (20 минута)

Тренер/ка представља концепт дигиталног маркетинга и позива учеснике/це да помоћу својих паметних телефона или лаптопова претраже информације путем интернета и пронађу примере дигиталног маркетинга којима су изложени/е у својој свакодневици. Претражују своје профиле на друштвеним мрежама, имејл налог, блогове, вести итд. и записују све обрасце и садржаје



производа/услуга који им се пласирају путем дигиталних платформи. Записују сваки пример на засебној постит цедуљи.

Учесници/це деле своја открића након 10 минута и лепе их на флипчарт.

II. Врсте дигиталног маркетинга (20 минута)

Тренер/ка уводи врсте дигиталног маркетинга уз помоћ интерактивне презентације: оптимизација интернет претраживача (енг. *search engine optimization, SEO*); маркетинг садржаја; маркетинг преко друштвених мрежа; плаћање по клику (енг. *pay per click, PPC*); партнерски маркетинг (*affiliate marketing*), „нејтив“ оглашавање (*native advertising*); аутоматизација маркетинга; маркетинг путем е-поште; онлајн односи са јавношћу/ПР; „инбаунд“ маркетинг (*inbound marketing*); спонзорисани садржај.

Неке од споменутих врста маркетинга биће обрађене у више детаља касније током обуке.

III. Дигитална стратегија за дигиталну компанију (50 минута)

Учесници/це су позвани да се окупе у групама у којима су правила/е нацрте дигиталних стратегија за онлајн присуство своје дигиталне компаније.

Тренер/ка уводи 10 корака за изградњу ефективне дигиталне стратегије уз кратка појашњења:

- Дефинишите своје „Зашто?“;
- Створите причу вашег брэнда;
- Дефинишите циљеве;
- Развијте личности своје публике;
- Направите „мапу пута корисника/це“;
- Идентификујте кључне канале;
- Развијте стратегију садржаја;
- Направите нацрт календара садржаја;
- Планирајте своје ресурсе;
- Измерите свој рад.

IV. Презентација дигиталних стратегија (30 минута)

Након паузе учесници/це у групама представљају своје стратегије за размену идеја. Тренер/ка им даје смернице тако што им представља питања о којима треба да размишљају у будућности, а која се тичу дигиталне стратегије.

Тренер/ка позива 2-3 особе да дају повратне информације за сваку презентацију у смислу навођења предности предложених дигиталних стратегија. Тренер/ка затим сумира све предности током презентација.

V. Где могу да учим о дигиталном маркетингу? (15 минута)

Тренер/ка резимира активност и представља неке од идеја интернет платформи где је могуће уписати курсеве о дигиталном маркетингу и дигиталној стратегији, зарад учења о овој теми, али и зарад менторисања младих предузетника/ца током процеса учења о овом аспекту дигиталног предузетништва.

Потребни материјали: флипчарт папири, маркери, А3 папири, лаптоп, пројектор, паметни телефони или други дигитални уређаји.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- разумети концепт дигиталног маркетинга;
- познавати типове дигиталног маркетинга;

- развити дигиталну стратегију;
- дати и примити повратну информацију за своје дигиталне стратегије;
- разумети предности дигиталног маркетинга;
- познавати онлајн изворе где могу да уче о дигиталном маркетингу.



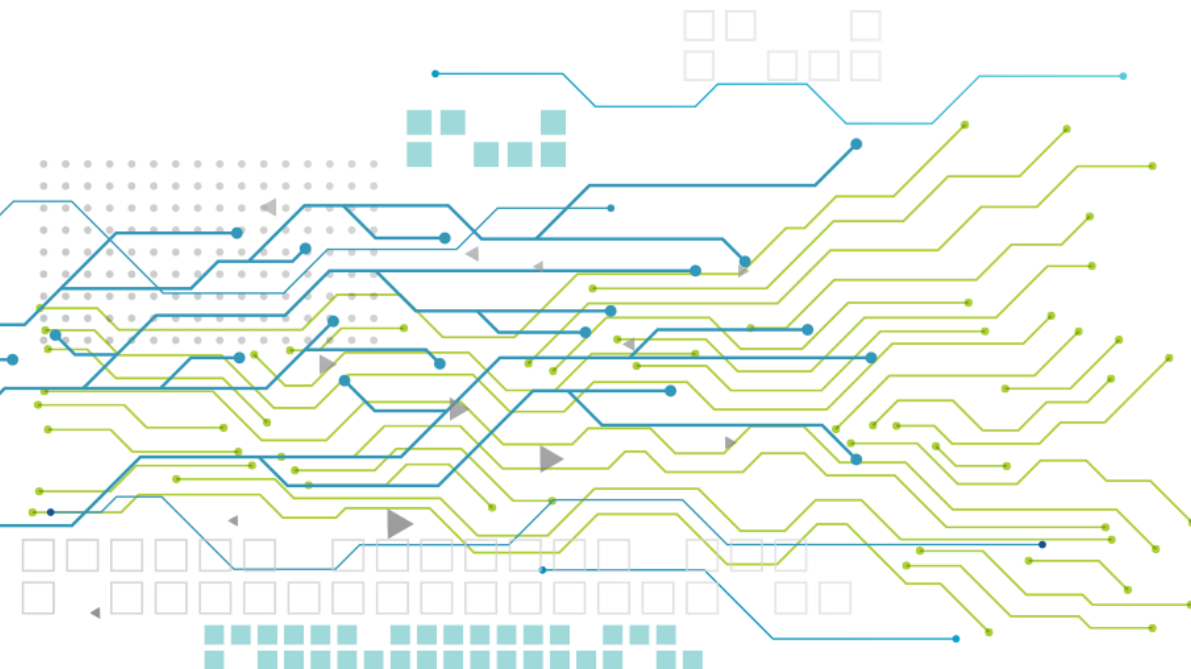
Позадинска литература и даље читање:

- Прочитајте више о дигиталном маркетингу и стратегији у приручнику овог пројекта, „Стартап у дигиталном предузетништву“.
- Прочитајте више о „10 корака за изградњу ефективне дигиталне стратегије“:
<https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy>
- Више о онлајн курсевима на тему дигиталног маркетинга:
<https://www.reliablesoft.net/best-digital-marketing-courses/>



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Одштампајте чланак „10 корака за изградњу ефективне дигиталне стратегије“ и поделите по једну копију сваког групи како би га могли/е консултовати током процеса изградње своје дигиталне стратегије.
- Реорганизујте сесију уколико групама буде потребно више времена за развој дигиталних стратегија. Међутим, постарајте се да током овог времена прођу кроз све тачке, макар и само површински.





Конкурентске предности уз дигитални маркетинг

Назив сесије: Конкурентске предности уз дигитални маркетинг

Трајање: 45 минута

Позадина: Дигитализација омогућава компанијама широм света да створе своје онлајн присуство. Међутим, само присуство у дигиталном свету не гарантује да ће компанија бити успешна. Зато је од кључне важности да компанија има конкурентску предност. Она омогућава компанији да привуче купце, као и да одржи лојалност компаније међу постојећим купцима. Конкурентске предности које дигиталне компаније могу постићи у односу на конкуренцију укључују: готовинску предност, вредносну предност и предност фокуса.

Сврха сесије: Откривање конкурентске/конкурентских предности дигиталне компаније.

Циљеви:

- мапирање конкуренције која нуди сличне производе или услуге;
- откривање конкурентске/конкурентских предности дигиталне компаније.

Компетенције:

- предузетничке компетенциј;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.

Методологија и методе:

- туш идеја;
- онлајн истраживање;
- анализа;
- рад у групи;
- презентација.

Ток сесије:

I. Мапа наше конкуренције (15 минута)

Учесници/це настављају да раде у истим групама; након што су креирали/е своје дигиталне стратегије и представили/е их, одлазе на интернет како би истражили/е своју потенцијалну конкуренцију. Њихов задатак је претрага веб-сајтова или друштвених медија и откривање компанија које нуде сличне производе или услуге њиховим производима/услугама.

II. Која је наша конкурентска предност? (20 минута)

Њихов следећи задатак је да у виду туша идеја открију конкурентске предности свог дигиталног предузећа. Нека од питања-смерница могу бити:

- Како је наш производ/наша услуга боља од конкурентске?
- Како наш производ/наша услуга нуди добар однос цене и квалитета?
- Које су предности и вредности које наши купци добијају од нас, а које не могу добити од наше конкуренције?
- Које су наше стратешке погодности?

- Какву поруку преноси наш бренд?

III. **Сакупљање идеја (10 минута)**

Учесници/це деле закључке о конкурентској предности својих дигиталних компањија.

Потребни материјали: папири, маркери, интернет конекција, лаптоп и паметни телефони.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- створити мапу конкуренције;
- моћи да открију конкурентску/конкурентске предности дигиталне компаније.



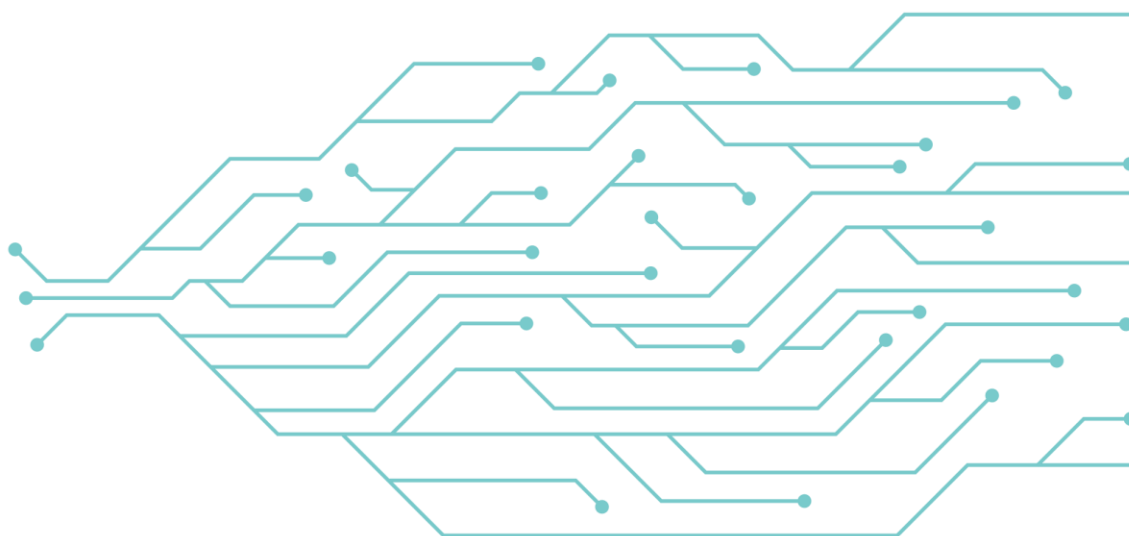
Позадинска литература и даље читање:

- <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/>



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Понудите дијапазон различитих материјала учесницима/цама за стварање мапе њихове конкуренције. Резултат не мора бити само дводимензионална презентација - могу се користити и различити предмети, материјали, постит цедуље итд.





Маркетинг садржаја

Назив сесије: Маркетинг садржаја

Трајање: 90 минута

Позадина: Садржај је централни део целокупне стратегије дигиталног маркетинга. Његов фокус је на стварању различитих врста резултата - слика, текстова, видео записа, поткастова, блогова, курсева, вебинара итд. Они се касније промовишу путем различитих онлајн канала комуникације.

Сврха сесије: Учење о маркетингу садржаја и разумевање важности стварања садржаја за дигиталне компаније.

Циљеви:

- учење о основама маркетинга;
- стварање свести о томе ко је публика дигиталне компаније и које су њене потребе;
- стварање профила публике компаније;
- дефинисање додатне вредности дигиталног предузећа;
- одлучивање о одговарајућем садржају који доноси додатну вредност за купце.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.

Методологија и методе:

- туш идеја;
- видео садржај;
- повратна информација;
- цртање;
- рад у групи.

Ток сесије:

I. Увод у маркетинг садржаја (20 минута)

Тренер/ка тражи од учесника/ца да размисле о својој омиљеној врсти одн. формату садржаја који воле да гледају, читају или слушају на интернету. Он/а затим уводи концепт маркетинга садржаја и пушта видео на ту тему учесницима/цама: <https://www.youtube.com/watch?v=InG3YTE5DSQ>.

Након гледања видеа, учесници/це деле шта су научили о маркетингу садржаја.

II. Ко је наша публика? (30 минута)

Тренер/ка говори да је за привлачење и задржавање нових купаца важно створити релевантан садржај који одговара њиховим потребама. Да би то било могуће, неопходно је разумети ко је њихова публика.

Следећи задатак биће наставак рада у истим групама у којима су развијали/е своје дигиталне компаније. Треба да анализирају ко би биле њихове муштерије и створити профил особе која би била прототип њихове публике/муштерија. Морају се позабавити физичким изгледом, узрастом,

професијом, интересовањима, локацијом, потрошачким утицајем и навикама. Ако су њихове муштерије друге компаније, баве се истим питањима.

Свака група треба да направи визуелни приказ (цртеж) својих муштерија са свим релевантним информацијама.

Свака група представља своје профиле и прима повратне информације од других.

III. Додатна вредност (15 минута)

На основу профила које су створили/е, групе настављају заједнички рад; треба да запишу само једну реченицу – која је додатна вредност коју стварају за своју публику уз помоћ своје дигиталне компаније. Након 10 минута деле своје резултате.

IV. Стварање садржаја (25 минута)

Тренер/ка објашњава последњи део сесије. Групе морају да дефинишу врсту садржаја који њихова дигитална компаније нуди својој публици зарад промоције својих дигиталних компанија и њихових производа или услуга.

Групе ће се мало измешати како би се омогућила другачија перспектива и како би се међусобно подржавали/е у процесу стварања. Двоје људи остаје у првобитној групи/тиму, а друге особе привремено проналазе место у различитим групама, само за потребе ове вежбе. Ротирају се да би разменили/е искуства, искусили/е динамику у другим тимовима и да би се подржали/е новим идејама. Задатак је да наведу што више идеја о врстама садржаја које ће створити и да одаберу 2 типа садржаја који ће бити у фокусу њихове стратегије маркетинга садржаја.

Потребни материјали: папири, бојице, маркери, флипчарт папири, постит цедуље, пројектор и лаптоп.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- разумети шта је маркетинг садржаја;
- умети да идентификују своју публику;
- створити профиле публике своје компаније;
- дефинисати додатну вредност дигиталне компаније;
- одабрати врсту садржаја коју желе да ствара њихова дигитална компанија.

Позадинска литература и даље читање:

- Прочитајте више о маркетингу садржаја у приручнику овог пројекта, „Стартап у дигиталном предузетништву”.
- Више о маркетингу садржаја:
<https://www.inc.com/aj-agrawal/6-content-marketing-lessons-for-beginners.html>
- Више о маркетингу садржаја:
<https://www.kunocreative.com/blog/content-marketing-plans>

Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Постоји много видео записа и упутстава различите дужине на тему дигиталног маркетинга. Изаберите неки други видео ако вам се чини релевантнији или кориснији за групу.
- Када тимови мењају неке од својих чланова, подстакните их да се међусобно подржавају у процесу стварања и да предлажу решења, уместо да само критикују. Идеја замене чланова тима је давање нове перспективе другим групама и добијање нових идеја и подршке из групе у коју особа долази.





Алати, методе, услуге и облици рекламирања у дигиталном маркетингу

Назив сесије: Алати, методе, услуге и облици рекламирања у дигиталном маркетингу

Трајање: 180 минута

Позадина: Када је реч о рекламирању путем дигиталног маркетинга, на располагању нам је толико много опција да је понекад веома тешко одлучити се шта користити и где се рекламирати, посебно када смо почетници/це у овој области. При одабиру алата, метода, услуга или облика рекламирања, важно је узети у обзир врсту производа или услуге коју компанија жели да рекламира, циљану публику и потенцијалне муштерије, као и локацију, старост и друге релевантне информације. Дигитални маркетинг укључује све облике дигиталних канала - ТВ, радио, интернет, СМС итд.

Сврха сесије: Увођење различитих алата, метода, услуга и облика рекламирања у дигиталном маркетингу.

Цињеви:

- учење о различитим алатима у дигиталном маркетингу;
- разумевање процеса стварања садржаја за дигитални маркетинг и неопходних алата за његово објављивање;
- истраживање различитих облика, метода и услуга за рекламирање у дигиталном маркетингу;
- разумевање улоге омладинског рада у пружању подршке младим предузетницима и предузетницама у овом делу процеса покретања дигиталног стартапа.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.


Методологија и методе:

- групни изазов;
- прављење видео записа;
- презентације;
- повратна информација;
- теоријски садржај;
- „светски кафе“.

Ток сесије:

I. Продаја оловке путем дигиталних канала (30 минута)

Тренер/ка представља сесију и говори учесницима/цама да ће започети са изазовом. Учесници/це се деле у тимове од 3 особе које раније нису радиле заједно. Сваки тим ће добити по једну хемијску оловку, а њихов задатак је да креирају дигитални садржај који би био реклама те оловке



и то у виду фотографије или видео записа који би били постављени на друштвене мреже компаније. Могу да користе алате за обраду фотографија и видео записа на својим паметним телефонима. Видео треба да траје највише 20 секунди. Идеја је да буде спонтано, без пуно припрема и што је могуће аутентичније.

За 20 минута сви тимови треба да поставе свој коначни производ у заједничку Фејзбук групу.

II. Време је за премијер(у)! (20 минута)

Када сви тимови поставе свој садржај, тренер/ка их приказује један по један. Након што погледају сваки видео или фотографију, тимови деле алате које су користили за његово креирање и укратко објашњавају свој креативни процес.

Тренер/ка записује све алате које групе спомињу на посебном флипчарту.

III. Остали алати у дигиталном маркетингу (20 минута)

Тренер/ка додаје још неколико примера алата у дигиталном маркетингу који су доступни за употребу. Тренер/ка даје смернице где се могу наћи и дели линк до веб-сајтова.

Примери неких алата за дигитални маркетинг:


- 1) алати за управљање друштвеним мрежама – *Sprout Social, Wyng; WooBox; Facebook's Power Editor; Twitter Native Platform*
- 2) алати за имејл маркетинг – *HubSpot Email Marketing; MailChimp; Marketo; GetResponse*
- 3) алати за програмско рекламирање – *ChoiceStream; Rocket Fuel; Simplifi*
- 4) алати за тестирање веб-сајтова – *Unbounce; Oraclay Maximiser; Optimizely, Visual Website Optimizer (VWO); HotJar*
- 5) сајтови за видео хостинг – *Wistia; Vimeo*
- 6) алати за стварање садржаја – *Landscape; Canva; Visual.ly*
- 7) алати за организацију и курацију садржаја – *Feedly; Scoop.it; Kapost*
- 8) алати за веб-сајт аналитику – *Kissmetrics; Google Analytics; Adobe Analytics; Woopra*
- 9) алати за кориснички сервис – *Zendesk; UserVoice Helpdesk; LiveChat*
- 10) алати за оптимизацију интернет претраживача – *Moz; SEMRuch; Screaming Frog*
- 11) алати за партнерски маркетинг – *CJ Affiliate; VigLink; Rakuten Affiliate Network*

IV. „Светски кафе“– облици рекламирања у дигиталном маркетингу, методе и услуге (40 минута)

Да би дубље зашли/е у тему облика рекламирања у дигиталном маркетингу, метода и услуга, учесници/це се деле у четири групе; свака група седе за један од столова у соби око једног флипчарт папира са одређеном темом и пратећим одштампаним белешкама.

Свака група има 10 минута да прође кроз материјале, разговара о питању и запише своје главне закључке. После 10 минута прелазе на следећи сто и разговарају о следећој теми, све док се не врате на питање од којег су кренули/е. Теме и питања о којима треба да разговарају и на која треба да одговоре су:

- Који облици рекламирања постоје у дигиталном маркетингу? Која је предност дигиталног маркетинга у поређењу са традиционалним облицима маркетинга? (Линк ка додатним информацијама и материјалима: <https://idgadvertising.com/types-of-digital-advertising/>)
- Зашто су услуге дигиталног маркетинга потребне дигиталним компанијама? (Линк ка додатним информацијама и материјалима: <https://www.webfx.com/internet-marketing/digital-advertising-services.html>)
- Које су најбоље методе за интернет рекламирање и које су њихове предности? (Линк ка додатним информацијама и материјалима: <https://postcron.com/en/blog/internet-advertising/>)
- Зашто је дигитални маркетинг важан за дигиталне стартап компаније?



Када свака група поново дође до свог почетног стола, треба да пређу кроз одговоре свих претходних група и припреме кратку презентацију закључака.

V. Светски кафе – презентације (30 минута)

Групе презентују своја питања, а тренер/ка пружа додатне информације о облицима, методама и услугама рекламирања у дигиталним предузећима.

VI. Улога омладинског рада (40 минута)

Учесници/це се деле у националне групе са задатком да разговарају о улози омладинског рада у образовању младих да уче о облицима рекламирања у дигиталном маркетингу, методама и доступним услугама.

Имајући у виду своје локалне младе који/е су потенцијални/е покретачи/чице дигиталних стартапа, групе разговарају о следећем:

- Како омладински рад(ници/це) подржавају младе покретаче/чице дигиталних стартап компанија?
- Који ресурси су нам на располагању?
- Који стејкхолдери треба да буду укључени?

Након дискусије од 20 минута свака група дели своје закључке. Тренер/ка сумира и затвара сесију.

Потребни материјали: минимум 10 оловака, дигитални уређаји, интернет конекција, флипчарт папири, маркери, пројектор, одштампани материјали за светски кафе.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- бити упознати/е са различитим алатима за рекламирање у дигиталном маркетингу;
- разумети процес стварања садржаја за дигитални маркетинг и неопходне алате за његово објављивање;
- научити о различитим облицима, методама и услугама за рекламирање у дигиталном маркетингу;
- разумети улогу омладинског рада у пружању подршке младим предузетницима и предузетницама у овом делу процеса покретања дигиталног стартапа.

Позадинска литература и даље читање:

- Прочитајте више о дигиталном маркетингу за дигиталне предузетнике и предузетнице у приручнику овог пројекта, „Стартап у дигиталном предузетништву“.
- Облици дигиталног маркетинга: <https://idgadvertising.com/types-of-digital-advertising/>
- Услуге дигиталног маркетинга: <https://www.webfx.com/internet-marketing/digital-advertising-services.html>
- Методе за интернет рекламирање: <https://postcron.com/en/blog/internet-advertising/>
- Зашто је дигитални маркетинг важан за дигиталне стартапе?: <https://hafizmuhammadali.com/blog/digital-marketing-for-startups/>

Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Ова сесија садржи обиље информација на дату тему. Можда неће баш све бити релевантне за вашу групу; можете прилагодити њен садржај и ток потребама ваше групе.
- Унапред обавестите учеснике/це да ће им бити потребни паметни телефони и апликације за обраду фото и видео садржаја.





Онлајн/дигитална кампања

Назив сесије: Онлајн/дигитална кампања

Трајање: 90 минута

Позадина: Онлајн/дигитална кампању дигиталне компаније користе из неколико разлога. Постоје три главне врсте кампања: 1) кампање за придобијање муштерија - за стицање муштерија које купују производе или услуге компаније; 2) конверзијске кампање - за претварање пратилаца у муштерије; 3) кампање за задржавање муштерија и њихово поверење - за изградњу поверења код тренутних муштерија и њихово мотивисање да наставе да користе услуге компаније или купују њене производе.

Сврха сесије: Истраживање о онлајн/дигиталним кампањама и њиховом значају за дигиталне стартапе.

Циљеви:

- учење о томе шта су дигиталне кампање и зашто су важне;
- анализа примера успешних студија случаја;
- разумевање особина које чине успешну онлајн/дигиталну кампању.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.

Методологија и методе:

- туш идеја;
- студије случаја;
- теоријски садржај;
- рад у групи.

Ток сесије:

I. Шта су то дигиталне кампање и зашто су важне? (15 минута)

Тренер/ка уводи сесију тражећи од сваког/е учесника/це да узме 2 постит цедуље различитих боја. На једној пишу шта је за њих дигитална кампања, а на другој зашто је она важна за дигиталне стартап компаније. Учесници/це деле своја размишљања, а тренер/ка их допуњава додајући кључне тачке о дигиталним кампањама.

II. Карактеристике успешне дигиталне кампање (15 минута)

Тренер/ка приказује пример успешне дигиталне кампање, нпр. Међународни дан жена са Пејпалом: Разговор о различитостима, култури и пословању (*International Women's Day with PayPal: Conversation on Diversity, Culture and Business*): <https://www.youtube.com/watch?v=57KV-1PT4mA>.

Учесници/це гледају видео и бележе зашто мисле да је пример који виде пример добре дигиталне кампање и шта она доноси компанији која ју је објавила.

Учесници/це деле своја мишљења и разговарају о најважнијим карактеристикама успешне дигиталне кампање.

III. Студије случаја – примери дигиталних кампања (40 минута)

Учесници/це се деле у 6 група. Свака група добија по један пример успешне дигиталне кампање. Тренер/ка им даје кратак текст на коме су описи следећих студија случаја:

1. *Tell a Story with Emotional Triggers - Heineken*
2. *Create a Safe Space for Less Glamorous Brands - Tena*
3. *Multi-Channel Strategy – Single Grain and Eric Siu*
4. *User-Generated & Influencer Content - ASOS*
5. *Leverage Your Customers' Interests - Wholesome Culture*
6. *Add a Touch of Experiential Marketing - Uniqlo*

Описи су доступни овде: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/6-of-the-best-digital-marketing-campaigns-you-can-learn-from>

Групе треба да спроведу додатно онлајн истраживање о сваком примеру, да разговарају и да одговоре на следећа питања:

- Која стратегија је употребљена и преко којих канала?
- Шта чини ову кампању успешном?
- Зашто су дигиталне кампање важне за дигитална стартап предузећа?

IV. Размена и затварање (20 минута)

Групе размењују своја открића, а тренер/ка записује све важне тачке на флипчарту.

У последњем кругу учесници/це се позвају да поделе једну нову ствар коју су научили/е о дигиталној кампањи.

Потребни материјали: постит цедуље, флипчарт папири, маркери, лаптоп, пројектор.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- знати шта су дигиталне кампање и зашто су важне;
- анализирати примере успешних студија случаја;
- разумети шта чини успешну онлајн/дигиталну кампању.

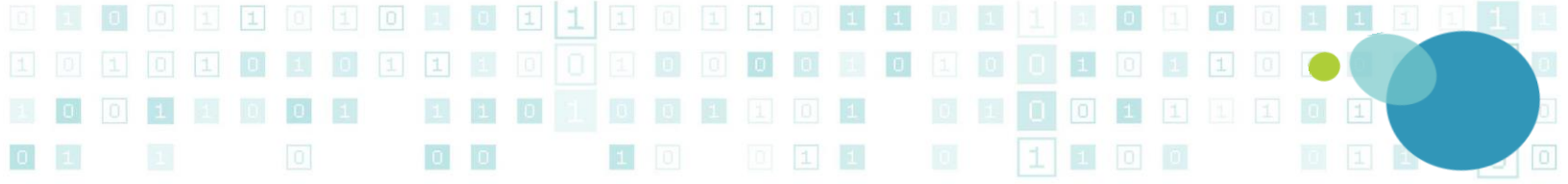
Позадинска литература и даље читање:

- Прочитајте више о онлајн/дигиталним кампањама у приручнику пројекта, „Стартап у дигиталном предузетништву“.
- Врсте кампања у дигиталном маркетингу:
<https://artdivision.co.uk/marketing-campaign-types/>

Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Студије случаја се могу адаптирати или заменити у складу са потребама групе и временом када се обука дешава; пружите скорашње примере и идите у корак са временом када говорите о дигиталним кампањама јер је њихов свет динамичан и константно се мења.





Алати за друштвене мреже/медије – како максимално унапредити резултате са друштвених мрежа

Назив сесије: Алати за друштвене мреже/медије – како максимално унапредити резултате са друштвених мрежа

Трајање: 90 минута

Позадина: Друштвени медији постоје више од 20 година у различитим форматима. Брзина њихове еволуције била је огромна те они и даље настављају да се мењају, мењајући тако и живот људи на глобалном нивоу. Најчешће мреже друштвених медија релевантне за дигитална стартап предузећа укључују *Facebook*, *Instagram*, *LinkedIn* и *Twitter*. Ове четири мреже постоје најдуже и имају највећи број корисника/ца у поређењу са другим друштвеним мрежама. Друге, попут *TikTok*-а, *Snapchat*-а или *Pinterest*-а, такође су постале популарне, међутим сваке године се појављује толико нових друштвених мрежа да се популарност свих њих непрестано мења.

Сврха сесије: Упознавање са различитим алатима за максимално унапређење резултата дигиталних стартап предузећа на друштвеним мрежама/медијима.

Циљеви:

- разумевање еволуције друштвених мрежа;
- мапирање најпопуларнијих мрежа друштвених медија;
- истраживање алата који помажу максималном унапређењу резултата друштвених мрежа.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.

Методологија и методе:

- мапе ума;
- рад у групи;
- презентације;
- видео;
- теоријски садржаји.

Ток сесије:

I. Еволуција друштвених мрежа (30 минута)

Тренер/ка уводи сесију о еволуцији платформи друштвених мрежа од 1997. до данас: https://www.youtube.com/watch?v=ihnUg0_eS8Q

Учесници/це се деле у 7 група. Свака група добија име једне друштвене мрежу на парчету папира (*Facebook*, *Instagram*, *LinkedIn*, *Twitter*, *TikTok*, *Snapchat*, *Pinterest*) о којој треба да истраже: врсту садржаја, профил чланова/ица, начин комуникације итд. Задатак је да израде мапу ума о друштвеним мрежама које су добили/е и да је касније представе другим групама.

Након 15 минута рада групе представљају своје мапе ума и лепе их на зид.

II. Доступни алати друштвених мрежа/медија (30 минута)

Учесници/це настављају групни рад на тему друштвених мрежа. Враћају се групама у којима су раније радили на својим стартапима. Групе насумично бирају једну од мапа ума о друштвеним мрежама на зиду, тако да свака група ради на другојтуђој друштвеној мрежи.

Групе имају 30 минута да истраже врсте алата доступних дигиталним компанијама да доведу резултате са својих друштвених мрежа до максимума на основу одабране мреже. Свака група прави флипчарт-постер о одабраној друштвеној мрежи. Треба да запишу следеће:

- основне карактеристике/формат одабране друштвене мреже;
- доступни алати за одабрану друштвену мрежу – у циљу максималног побољшања резултата;
- како би користили/е одабрану друштвену мрежу за свој дигитални стартап.

III. Алати - презентације (20 минута)

Групе представљају своја запажања. Тренер/ка на самом крају допуњује садржај о алатима, уколико је то потребно.

IV. Затварање (10 минута)

Учесници/це седају у круг и деле у неколико речи како је протекла сесија.

Потребни материјали: А3 папири, маркери, интернет конекција, лаптоп, пројектор, флипчарт папир.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- разумети еволуцију друштвених мрежа од њиховог самог настанка;
- имати преглед најпопуларнијих друштвених мрежа;
- бити/е упознати/е са различитим алатима који доприносе максималном унапређењу резултата друштвених мрежа.



Позадинска литература и даље читање:

- Прочитајте више о новим медијима у приручнику овог пројекта, „Стартап у дигиталном предузетништву“.
- Прочитајте више о алатима за друштвене мреже:
<https://contentmarketinginstitute.com/2018/08/best-social-media-tools/>



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Друштвене мреже које на самом почетку представљате учесницима/цама се могу разликовати. Прилагодите их да одговарају најпопуларнијим друштвеним мрежама у тренутку спровођења обуке.
- Охрабрите учеснике/це да раде на друштвеним мрежама које иначе не користе или не воле како бисте их навели/е да иступе из већ познатог и истраженог.

Интернет рекламирање

Назив сесије: Интернет рекламирање

Трајање: 90 минута

Позадина: Интернет рекламирање је један део дигиталног маркетинга који је фокусиран само на канале интернет комуникације. Обухвата маркетинг садржаја, друштвене мреже, плаћено оглашавање, SEO, рекламирање путем е-поште, рекламирање на мобилним уређајима, банере, партнерски маркетинг итд.

Сврха сесије: Разумевање који облици интернет рекламирања су најкориснији за одређене производе или услуге које нуде дигитална стартап предузећа.

Циљеви:

- учење о интернет рекламирању и најчешћим каналима комуникације;
- развој стратегије за рекламирање;
- размена повратне информације и идеја о крајњим исходима групног рада.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.

Методологија и методе :

- теоријски садржај;
- рад у групи;
- развијање стратегије;
- размена;
- презентација у галерији;
- повратна информација.

Ток сесије:

I. Увод у интернет рекламирање (10 минута)

Тренер/ка уводи концепт интернет рекламирања и најчешће канале комуникације, њихове предности и мане.


II. Који дигитални канал одабрати? (10 минута)

Учесници/це поново одлазе у групе за развој заједничког дигиталног стартап предузећа. Њихов задатак је да развију стратегију за интернет рекламирање својих производа/услуга путем онлајн канала комуникације. Договарају се о избору канала и настављају да раде на развоју стратегије.

III. Стратегија за интернет рекламирање (30 минута)

Групе раде на својим стратегијама. Треба да укључе следеће информације:

- услуга/производ коју/који њихова дигитална компанија жели или треба да рекламира;
- жељени канал комуникације за ту рекламу;

- 
- садржај који желе да рекламирају (облик садржаја);
 - неопходни ресурси;
 - особа задужена за спровођење рекламне стратегије;
 - индикатори успешности (како ће знати да су остварили своје резултате);
 - потенцијални ризици и потенцијалне предности коришћења одабраног канала комуникације.

IV. Презентација у галерији (20 минута)

Свака група ставља свој план оглашавања поред осталог материјала који су развили/е за своје дигитално стартап предузеће током целог трајања обуке. Све групе имају задатак да се осврну око себе и погледају шта су све друге групе развиле. Свака особа узмима неколико постит папирића и током обиласка записује повратне информације, сугестије или питања о материјалима и садржају који су развиле друге групе.

V. Сумирање и рунда затварање (10 минута)

Групе читају поруке са постит папирића других учесника/ца. Сви/е седају у велики круг и имају прилику да поставе преостала питања тренерима/кама, да дају повратне информације једни/е другима, поделе најважније лекције које су научили/е о свим темама обуке до овог тренутка. Тренер/ка сумира кључне тачке сесије.

Потребни материјали: одштампани приказ стратегије интернет рекламирања за сваку групу, папири, маркери, постит цедуље, пројектор, лаптоп, интернет конекција.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- имати знање о интернет рекламирању и најчешћим каналима комуникације;
- (умети) развити стратегију за рекламирање;
- разменити повратне информације и идеје о крајњим исходима групног рада.

Позадинска литература и даље читање:

- Прочитајте више о интернет рекламирању и различитим каналима комуникације у приручнику пројекта, „Стартап у дигиталном предузетништву“.
- Више о интернет рекламирању се може наћи и овде:
<https://sendpulse.com/support/glossary/advertising>

Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Тренери/ке треба да пруже довољно времена групама да спроведу презентације у галерији како би себи омогућили/е довољно времена да испрате рад свих група до тог тренутка. Охрабрите учеснике/це да дају искрену повратну информацију и да постављају питања која ће заиста бити од користи осталим групама да чују и промисле.





Визуелна презентација у дигиталном маркетингу

Назив сесије: Визуелна презентација у дигиталном маркетингу

Трајање: 90 минута

Позадина: Ако неко жели да промовише сопствено предузеће, мора тачно да зна шта ће стимулисати онлајн развој и интеракцију на интернет платформама. Текстуални садржај ће увек бити саставни део маркетинга, али да би се заиста издвојио у дигиталном добу, визуелни садржај мора да игра главну улогу у свим нашим активностима.

Када узмемо у обзир да 65% људи учи визуелно, 90% информација које долазе у мозак су визуелне, а презентације са визуелним помагалима убедљивије за 43%, коришћење визуелног садржаја са којим људи имају природну психолошку повезаност сасвим је оправдано.

Сврха сесије: Учење о визуелној презентацији у дигиталном маркетингу и разумевање важности опрезног одабира визуелног садржаја.

Циљеви:

- разумевање значаја визуелне презентације у дигиталном маркетингу;
- анализа примера добре визуелне презентације.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.

Методологија и методе:

- туш идеја;
- повратне информације;
- рад у групи.

Ток сесије:

I. Шта је визуелни садржај у дигиталном маркетингу? (15 минута)

Тренер/ка уводи сесију тражећи од учесника/ца да размисле о томе шта је визуелни садржај и наведу неке примере. Учесници/це исказују своја размишљања, а тренер/ка их записује на флипчарт и допуњује кључним информацијама о визуелном садржају.

II. Промоција мајице уз помоћ „мимова“ (30 минута)

Тренер/ка представља сесију. Учесници/це се деле у парове. Сваки пар ће добити слику мајице одштампану на парчету папира (сваки пар треба да добије различиту врсту мајице) и њихов задатак је да мајицу представе у облику „мима“ (*meme*). На располагању су им мобилни телефони и доступне апликације.

III. Презентација (20 минута)

Сваки пар треба да постави свој мим на Фејзбук групу. Када сви парови поставе свој мим, учесници/це показују слику мајице и објашњавају мим. Након што прегледају све објаве, тимови



деле алате и изворе које су користили/е за њихово стварање и укратко објашњавају зашто су изабрали одређену фотографију за свој мим.

IV. **6 врста визуелног садржаја у дигиталном маркетингу (25 минута)**

Тренер/ка затим представља 6 врста визуелног садржаја у дигиталном маркетингу и објашњава сваки сегмент засебно:

- слике
- видеи
- инфографике
- мимови
- презентације (нпр. *SlideShare*)
- снопшотови

Учесници/це имају простор да додају информације или да постављају питања. Тренер/ка сумира и затвара сесију.

Потребни материјали: папири, бојице, маркери, флипчарт папир и лаптоп.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- разумети важност визуелног садржаја у дигиталном маркетингу;
- имати преглед најважнијих визуелних садржаја који се могу користити за дигиталну презентацију.



Позадинска литература и даље читање:

- Разлози због којих треба да укључите слике у свој маркетинг: <https://www.jeffbullas.com/6-powerful-reasons-why-you-should-include-images-in-your-marketing-infographic/>
- Направите свој сопствени дизајн: <https://www.canva.com/>
- Бесплатне фотографије: <https://morguefile.com/photos/morguefile/1/pop>
- 9 „инсајдер“ савета за стварање одличног инструкцијског видеа: <https://neilpatel.com/blog/creating-a-explainer-video/>
- Направите видее који остављају без даха: <https://invideo.io/>
- Одаберите праву боју: <https://www.dtepathy.com/blog/inspiration/beautiful-color-palettes-for-your-next-web-project>
- Мим генератор: <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>



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Охрабрите учеснике/це да буду што је могуће креативнији/е када праве своје мимове – не само да користе оне постојеће и популарне већ да направе своје. Могу се послужити чак и фотографијама које су настале током обуке и да од њих направе своје мимове.



Фотографија у дигиталном предузетништву – приказ „најбоље стране“ робе

Назив сесије: Фотографија у дигиталном предузетништву – приказ „најбоље стране“ робе

Трајање: 180 минута

Позадина: Људи своје вести, забаву и везе са пријатељима не добијају само преко друштвених мрежа. У дигиталном добу постоје читави свемири у којима особа може учити, куповати, истраживати, емитовати, развијати свој укус и бити креативна – где може утицати на друге и бити под туђим утицајем. Дигитално доба нуди простор не само за раст појединаца/нке и предузећа, већ и за сасвим нове облике пословања.

Стварање дигиталног маркетинга пре око 30 година значило је да смо под утицајем интернета више него икад раније. Остављајући по страни новине и летке, платформе друштвених мрежа (попут нпр. Инстаграма) постају све ефикаснији начин за унапређење профила вашег бренда – истичући важност слика и како оне иду руку под руку са дигиталним маркетингом.

Дакле, ту долазимо до значаја ваше фотографије. Прецизна и јасна слика ће муштерији пружити брзу испоруку производа који продајете. Људи не желе да буду бомбардовани текстом када слете на вашу страницу, имајте на уму да имате само око 3 секунде да освојите ту прву муштерију. Желите да привучете њену пажњу. Желите да покажете муштеријама управо онај производ који их занима и како се може користити у свакодневном животу. То се назива визуелним контекстом. Након што привучемо пажњу муштерија, тек тада им се могу пружити додатни детаљи.

Сврха сесије: Повећавање нивоа знања о фотографији уопште и позање свести о фотографији као кључном актеру визуелног доба.

Циљеви:

- упознавање учесника/ца са основном историјом фотографије;
- мотивасање и инспирисање учесника/ца на визуелно размишљање;
- стварање фото-презентације производа/услуге.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.

Методологија и методе:

- теоријски садржај;
- видео;
- рад у групи;
- онлајн истраживање;
- анализа;
- интернет претрага;
- интерактивна презентација;
- прављење колажа;
- сајам;
- повратна информација.

Ток сесије:

I. Кратка историја фотографије (15 минута)

Тренер/ка приказује два кратка филма о историји фотографије и о моћи фотографије. Након пројекције, тренер/ка даје више података о теми и одговара на могућа питања.

II. Која фотографија вам је привукла пажњу? (15 минута)

Учесници/це затим треба да одаберу једну комерцијалну фотографију познатог бренда која им је привукла пажњу. Њихов задатак је да самостално анализирају фотографију одговарајући на следећа питања:

- Зашто вам је баш ова фотографија привукла пажњу?
- О чему је фотографија?
- Да ли можете да испричате причу иза фотографије док само гледате у њу?
- Обратите пажњу на светлост и композицију, шта примећујете?

III. Представљање одабране фотографије (30 минута)

Свака особа представља одабрану комерцијалну фотографију. Остали/е слушају и подстакнути/е су да дају коментаре и подстављају питања.

IV. Одабир производа или услуге за промоцију (30 минута)

Тренер/ка дели учеснике/це у 5 група. Свака група треба да се сложи око производа/услуге који/у ће промовисати. Задаци су:

- одаберите услугу/производ за промоцију;
- направите кратку историју своје услуге/свог производа;
- пронађите нешто посебно у вашој услузи/вашем производу што вас чини јединственима.

ПАУЗА

V. Прављење колажа за промо-постер услуге/производа (50 минута)

Учесници/це су подељени у групе и имају задатак да направе промо-постер за своју услугу/свој производ који су дефинисали/е у претходном делу. Треба да направе фото-колаж уз помоћ старих новина, магазина, старих постера итд.

VI. Сајам колажа (30 минута)

Свака група бира место у просторији где желе да представе свој колаж. Учесници/це ходају по просторији и посећују свако место. Они/е су такође позвани/е да постављају питања и дају повратне информације једни/е другима.

VII. Сумирање и затварање (10 минута)

Потребни материјали: флипчарт папири, оловке, лаптоп, платно за пројектор, пројектор, маказе, новине, папир у боји, лепак.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- разумети концепт коришћења фотографије у дигиталном маркетингу;
- стварати идеје како да промовишу свој производ/услугу;
- дати и примити повратну информацију за своју и туђе идеје;

- разумети предности коришћења фотографије у дигиталном маркетингу.



Позадинска литература и даље читање:

- Историја фотографије: <https://www.youtube.com/watch?v=JoxGEymA8ro>
- Моћ фотографије: <https://www.youtube.com/watch?v=jNApH8nGj1U>



Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Охрабрите учеснике/це да користе сав простор на папиру када праве своје колаже; нека се не фокусирају на одређене сегменте папира и мале исечке него нека заиста искористе цео папир, баш као да је постер направљен у апликацији за обраду фотографија.





Фотографија као алат за онлајн кампању

Назив сесије: Фотографија као алат за онлајн кампању

Трајање: 90 минута

Позадина: Циљ фотографије у маркетингу је пренос мисли, идеје, поруке и емоције на посматраче/чице, како би их убедила у одређене информације, подстакла на размишљање и коначно навела на акцију. Ако одлучите да користите фотографију у својој интернет кампањи, прво правило које морате следити је - обратите пажњу на њу! Будите њен стваралац/чица, али и критичар/ка и посматрач/ица. У обиљу конкурентских садржаја муштерије ће приметити само онај који је најзанимљивији, који се истиче и који је квалитетно урађен. Лоша фотографија створиће утисак да је и ваш/а производ/услуга лош/а. За добру фотографију је, наравно, увек пожељно унајмити доброг/у и професионалног/у фотографа/кињу, али док сте на почетку свог посла и немате довољно средстава за професионалну услугу, своје време озбиљно посветите стварању добре фотографије. Добра фотографија не мора да се прави у студију са скупом опремом, биће довољно да користите свој паметни телефон.

Сврха сесије: Стварање онлајн кампање уз помоћ фотографије и разумевање предности коришћења фотографије у онлајн кампањама.

Циљеви:

- учење како користити фотографију у онлајн кампањи;
- разумевање шта чини успешну онлајн кампању.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.

Методологија и методе:

- теоријски садржај;
- рад у групи;
- онлајн истраживање;
- анализа;
- интернет претрага;
- интерактивна презентација;
- повратна информација.

Ток сесије:

I. Кампања на друштвеним мрежама (20 минута)

Учесници/це настављају рад у истим групама. Њихов задатак је да спроведу истраживање на Инстаграму и пронађу инспиративну онлајн кампању која је користила фотографију као главни алат, идеално ће то бити кампања која рекламира сличне производе или услуге као и они/е.

II. Направите своју онлајн кампању уз помоћ фотографије (60 минута)

Тренер/ка уводи основна правила о томе како направити онлајн кампању:

- користите опцију групе на друштвеним мрежама;
- укључите своју публику;
- охрабрите своју публику да ствара и дели садржај;
- одржавајте ствари једноставним;
- направите партнерства са другим производима/услугама.

Током ове сесије учесници/це могу слободно да користе своје мобилне телефоне и апликације. Њихов задатак је да креирају онлајн кампању за свој/у производ/услугу са фотографијама које ће направити својим мобилним телефонима.

Место снимања бирају сами/е.

III. Представљање онлајн кампање (20 минута)

Свака група представља своју кампању. Остали/е су подстакнути/е да коментаришу и постављају питања и да се придруже онлајн кампањи. Тренер/ка их подржава постављајући питања о којима треба да размишљају током стварања будућих онлајн кампања.

Потребни материјали: флипчарт папири, оловке, лаптоп, напуњени телефони, платно за пројектор, пројектор.

Исход сесије:

Након сесије ученици/це ће:

- створити онлајн кампању користећи фотографију као кључни алат;
- моћи да разумеју и открију добру онлајн кампању.

Позадинска литература и даље читање:

- Модерни маркетинг и фотографија: <https://medium.com/@Depositphotos/the-heart-of-modern-marketing-is-photography-and-heres-why-2d4d4d93a7c8>
- Уметност превртања света: https://www.ted.com/talks/jr_s_ted_prize_wish_use_art_to_turn_the_world_inside_out?language=en
- 12 савета за боље маркетиншке фотографије за вашу кампању на друштвеним мрежама: <https://www.quicksprout.com/2018/12/01/12-tips-for-taking-better-marketing-photos-for-your-social-media-campaigns/>
- Како да правите фотографије за вишеканалне кампање (штампа, веб и друштвене мреже): <https://www.digitalartsonline.co.uk/features/photography/how-shoot-photos-for-multi-channel-campaign-across-print-web-social/#2>
- Како да користите фотографију да покренете и инспиришете своју публику: <https://instapage.com/blog/advertising-photography>
- Како да покренете успешну кампању на друштвеним мрежама уз фотографију производа: <https://www.sevenatoms.com/blog/social-media-campaign-using-product-photography>

Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Приликом представљања кампања на крају сесије, и у случају да су учесници/це веома заинтересовани/е за тему и време за представљање и детаљно упознавање са кампањама се одужи, будите спремни/е да предложите додатни термин за наставак изложбе након сесије. Уједно, будите спремни/е и да усмерите пажњу учесника/ца на потребне тачке дискусије у оквиру сесије, остављајући додатне аспекте кампања за неки каснији моменат.



Фотографски алати и нови медији за промоцију и развој предузећа

Назив сесије: Фотографски алати и нови медији за промоцију и развој предузећа

Трајање: 90 минута

Позадина: Интернет је део свакодневног живота; то је место забаве, образовања, куповине услуга и производа. Баш као што ви помоћу интернета можете пронаћи баш оно што вам треба, тако и ваше муштерије проналазе вас.

Успешно промовисање пословања захтева присуство и активност на друштвеним мрежама. Иако су различите платформе изградњене на истом принципу (изградња заједнице са којом ће се садржај делити), свака платформа користи другачији медиј, била то фотографија, текст и фотографија, подела садржаја, текст у облику дуже приче итд.

Фотографија је компликована уметничка форма. Елементи као што су изложеност и светло, композиција, тематика, тренутак и многи други комбинују се у циљу стварања једне дводимензионалне слике која се приказује посматрачу/чици. Учење свега овога је дуготрајно и тешко. Међутим, корак по корак, сваки од елемената може се методички научити и комбиновати у у сврху стварања ваше сопствене фотографије. Први корак ка разумевању фотографије је познавање композиције.

Композиција је распоред елемената у оквиру фотографије. Упркос ономе што можете сазнати из многих чланака или видео снимака, није толико реч о поштовању правила, колико о коришћењу скупа смерница за проналажење одговарајућег начина описивања сцене коју имате испред себе док држите камеру. Свака сцена је другачија. Неке ће бити једноставне, док ће неке бити много сложеније. Када почнете да размишљате о елементима композиције бићете у стању да надоградите свој кадар како бисте помогли посматрачу/чици да види оно што ви желите да види на вашим фотографијама.

Сврха сесије: Учење о основним алатима за фотографију и општим „неписаним“ смерницама којих се треба придржавати при коришћењу нових медија за промоцију.

Циљеви:

- упознавање учесника/ца са основним елементима фотографије;
- упознавање учесника/ца са бесплатним програмима за обраду фотографија;
- упознавање учесника/ца са најважнијим платформама нових медија и подела савета и трикова.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу;
- дигиталне компетенције.

Методологија и методе:

- (интерактивна) презентација;
- туш идеја;
- дискусија у малим групама;
- групна вежба;
- видео.

Ток сесије:

I. Савети за композицију фотографије (10 минута)

Тренер/ка представља видео снимак са 9 савета за композицију фотографије заснованих на делу Стива Меккарија:

https://www.youtube.com/watch?v=7ZVyNjKSr0M&feature=emb_title

Док приказује видео, тренер/ка такође описује концепт композиције и представљене савете.

II. Истраживање о програмима за обраду фотографија и новим медијима (40 минута)

Учесници/це настављају рад у 3 групе. Свака група има другачији задатак:

- 1) 1. група: Претражите интернет и пронађите бесплатне програме за обраду фотографија. Припремите кратак опис програма које пронађете са објашњењем шта тачно нуде.
- 2) 2. група: Који год канал на друштвеним мрежама да одаберете за промоцију свог производа/своје услуге, увек постоје неке опште неписане смернице којих би требало да budete свесни/е. Откријте какве су то смернице и наведите их.
- 3) Група 3: Које су најважније и најиновативније платформе за нове медије? Наведите их и укратко их опишите.

Свака група треба да направи визуелну презентацију свог истраживања и представи је осталима. Могу направити колаж или неки други вид презентације.

III. Презентације (20 минута)

Групе презентују своја открића. Тренер/ка додаје више информације уколико је потребно.

IV. Затварање (10 минута)

Учесници/це седају у круг и у неколико речи описују како је протекла сесија.

Потребни материјали: флипчарт папири, оловке, лаптоп, платно за пројектор, пројектор, новине, маказе, папир у боји, лепак.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- имати основно разумевање о концепту композиције фотографије;
- умети да наведу најважније савете и трикове за коришћење нових медија за своје предузеће;
- умети да наведу најважније нове медије и њихову употребу.

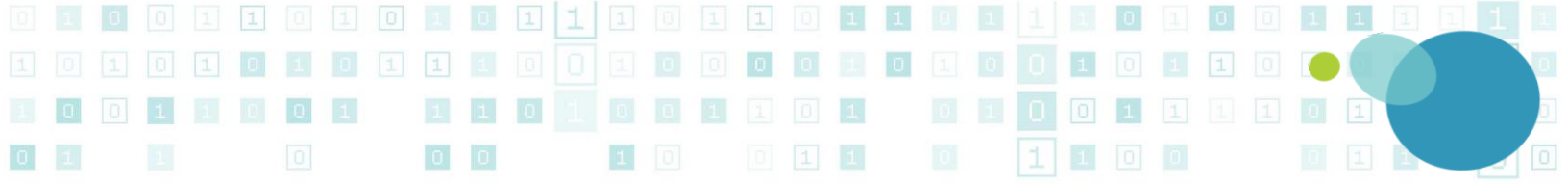
Позадинска литература и даље читање:

- Правила о кадрирању и композицији: <https://www.youtube.com/watch?v=fM64ycm7tz4>
- Савети за композицију фотографије: <https://petapixel.com/2015/03/16/9-photo-composition-tips-as-seen-in-photographs-by-steve-mccurry/>
- Нови медији: <https://www.snhu.edu/about-us/newsroom/2020/02/what-is-new-media>

Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Организатори/ке и тренери/ке треба да осигурају стабилну интернет конекцију за учеснике/це током дела о истраживању програма за обраду фотографија и нових медија.





Како омладински рад може помоћи у изградњи релевантних („меких“/социјалних) вештина за рад у дигиталном простору и сусрет са предностима и ризицима предузетништва

Назив сесије: Како омладински рад може помоћи у изградњи релевантних („меких“/социјалних) вештина за рад у дигиталном простору и сусрет са предностима и ризицима предузетништва

Трајање: 180 минута

Позадина: Усвајање предузетничког начина размишљања једна је од најважнијих карактеристика ширег разумевања предузетништва. Успешан/на предузетник/ца мора да има став према откривању проблема који постоје у заједници и да развије креативна и иновативна решења за исти. Након вишедневног учења о покретању дигиталног предузетништва, учесници/це залазе у улогу омладинског рада као вида подршке младим људима у процесу покретања и развијања својих дигиталних предузећа, као и у подизању запошљивости у новом добу предузетништва, размишљању о томе шта и ко су дигитални/е предузетници/е и њихове компетенције, позитивне и негативне стране дигиталне сарадње у виртуелном радном простору. Учесници/це су сада оспособљени/е да размишљају о томе како да кроз неформално образовање ове идеје примене у свакодневном животу и развију радионице за даље унапређивање дигиталног предузетништва у својим локалним заједницама.

Сврха сесије: Развијање радионица неформалног образовања/омладинског рада на наведене теме које се могу спровести у локалним омладинским активностима.

Циљеви:

- разумевање основа радионице неформалног образовања са младима у локалним заједницама;
- развијање радионица НФО-а за умножавање у локалним заједницама након обуке;
- пружање сталне подршке и менторства тимовима учесника/ца током развијања својих радионица.

Компетенције:

- предузетничке компетенције;
- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу.

Методологија и методе:

- теоријски садржај;
- рад у малим групама;
- консултације.

Ток сесије:

I. Основе радионице (20 минута)

Тренер/ка представља структуру и главне елементе радионице, питања за рефлексију о искусвеном учењу и методе „риболова“ (група, ток, зоне учења).

II. Дефинисање конкретних радионица (40 минута)

Учесници/це формирају групе и договарају се о теми своје радионице. Дефинишу сврху радионице и циљеве учења током сесије/програма и одлучују о времену потребном за остваривање ових циљева учења.

III. Нацрт модела концепта радионице (10 минута)

Тренер/ка описује елементе нацрта модела концепта радионице које ће користити за даље дефинисање и планирање конкретних радионица у својим тимовима:

- наслов;
- трајање;
- време;
- позадина;
- сврха и циљеви;
- обухваћене компетенције;
- ток сесије;
- потребни материјали;
- исходи сесије;
- препоруке за умножавање радионице.

IV. Даље дефинисање и планирање конкретних радионица учесника(/ца (80 минута)

Учесници/це раде на детаљном опису својих радионица. Тренери/ке седе на одређеном месту и на располагању су групама уколико имају питања или су им потребне смернице и подршка при детаљном развијању својих планова.

V. Презентација концепата радионица и пружање повратне информације (30 минута)

На самом крају групе представљају своје концепте. Остали/е учесници/е им дају повратне информације на планове уз сугестије о томе где да уложе више времена или труда како би радионице биле од веће користи за локалне младе.

Потребни материјали: лаптоп и пројектор, одштампани модели концепата радионица, електронске верзије концепата, лаптоп/компјутер на располагању тимовима.

Исход сесије:

Након сесије учесници/це ће:

- разумети основе радионице неформалног образовања са младима у локалним заједницама;
- развити радионице НФО-а за умножавање у локалним заједницама након обуке;
- заједно учити и међусобно се подржавати у процесу развијања радионица, тако што ће једни/е другима давати повратне информације и примати подршку и менторство;
- инспирисати једни/е друге својим плановима радионица и одржавати међусобну мотивацију за дефинисање, планирање, организацију и изведбу активности.

Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Тренери/ке треба да пруже подршку тимовима током читавог процеса и у сваком кораку развоја радионица.





Сесија затварања обуке

Назив сесије: Сесија затварања обуке

Трајање: 180 минута

Позадина: Током ове сесије учесници/це имају прилику да у потпуности рефлектују о исходима учења обуке, да поделе своје утиске и евалуирају целокупну обуку и њене специфичне делове. Ова сесија је од посебног значаја и за тренере/ке и организаторе/ке, јер је ово време када се вреднују њихови напори – они/е добијају повратне информације о програму и организацији обуке од своје главне циљне групе како би могли/е да провере и побољшају свој учинак за потенцијално умножавање истих и сличних обука у будућности.

Сврха сесије: Рефлексија о исходима учења и евалуација обуке.

Циљеви:

- одређивање утицаја које је обука имала на учеснике/це и њихово учење;
- евалуација обуке визуелним, вербалним и писаним путем.

Компетенције:

- вишејезичне компетенције;
- личне, друштвене и компетенције за учење о учењу.

Методологија и методе:

- саморефлексија;
- „мета“ евалуација;
- писани евалуациони формулари;
- размена у пленуму.

Ток сесије:

I. Саморефлексија на сопствено учење (30 минута)

Тренери/ке подсећају учеснике/це на све елементе курса кроз које смо прошли/е до сада, од првог дана и међусобног упознавања. Учесник/ца се сам/а осврће на своје учење и прави списак својих тачака учења током обуке. Тренери/ке су на располагању за сва појашњења.

II. Јутпас сертификат и формулисање стечених компетенција (60 минута)

Тренери/ке подсећају учеснике/це на 8 кључних компетенција и уз помоћ различитих примера приказују како се оне речима изражавају. Учесници/це самостално пролазе кроз Јутпас компетенције и формулишу које су компетенције развили/е и кроз које активности током обуке. Део са компетенцијама попуњавају директно у формулару који су добили/е од тренера/ки.

III. Визуелна евалуација – „мета“ (20 минута)

Тренери/ке припремају метод визуелне евалуације - „мету“. Круг је подељен на шест делова. Сваки део представља један аспект обуке:

- атмосфера у групи/интеракција;
- рад тренера/ки;
- стечено знање на личном нивоу;

- адекватност коришћене методологије у односу на теме обуке;
- сопствено учешће;
- логистичка организација.

Учесници/це треба да поделе своје утиске о обуци путем ове методе евалуације. Свака особа треба да изабере знак који ће је представљати. У сваком одељку круга треба да процене своје задовољство – што ближе средини ставе свој знак то су задовољнији.

IV. Писана евалуација – евалуациони формулар (40 минута)

Тренери/ке су унапред припремили/е формулар за писану евалуацију и требало би да су га већ поставили/е на интернет пре него што га представе учесницима/цама на сесији. Учесници/це треба да попуне формулар за онлајн евалуацију који се састоји од затворених (Ликертова скала) и отворених питања која се односе на различите елементе курса, тачке учења, могућа побољшања и корисност тема/сесија.

V. Групна евалуација и завршна рунда (30 минута)

Како ова активност представља завршну активност у датом групном саставу, то је и последња прилика да сви/е учесници/це искажу своје мисли једни/е другима пре него што напусте обуку, али и да гласно изразе своје (не)задовољство у вези са обуком. У рунди, једна по једна, све особе износе своје коментаре/повратне информације/жеље за будућност. Рунду завршавају организатори/ке захваљујући свима на успешној обуци.

Потребни материјали: питања-смернице за саморефлексију учесника/ца, флипчарт папир са нацртаном метом, евалуациони формулари и одштампани Јутпас сертификати.

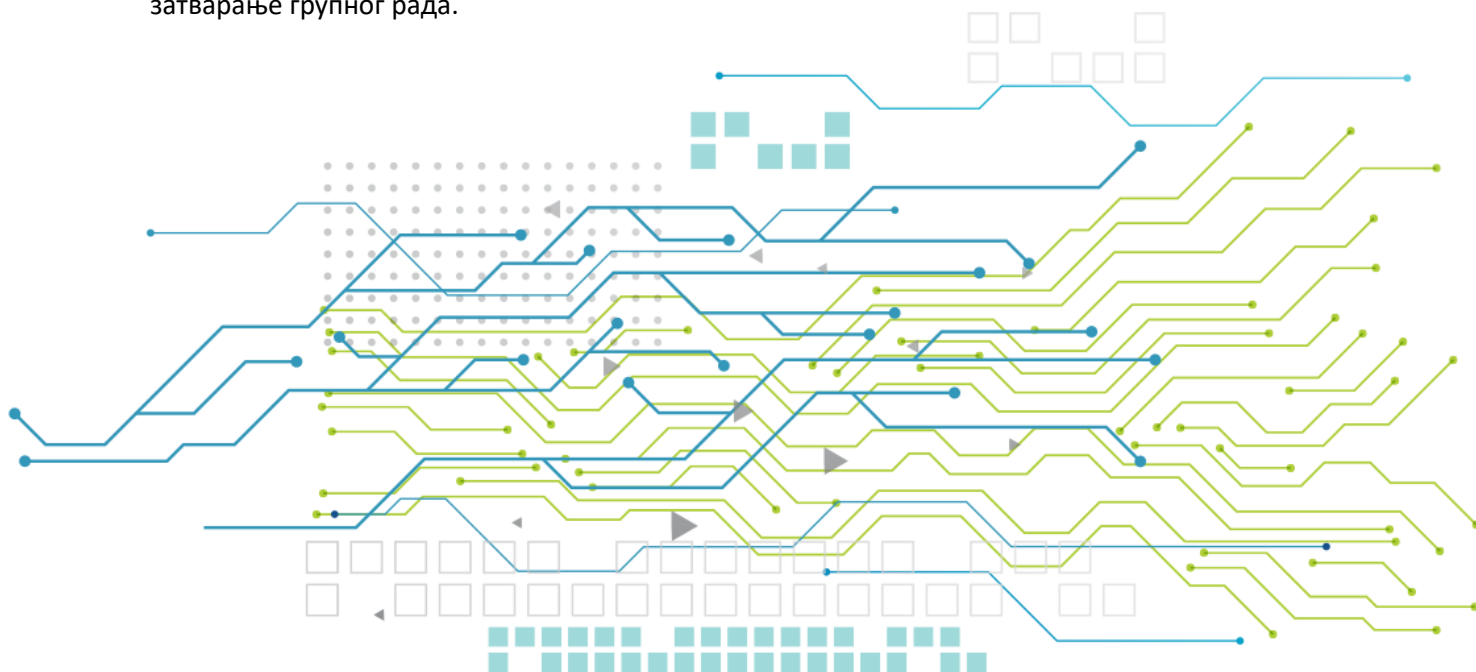
Исход сесије:

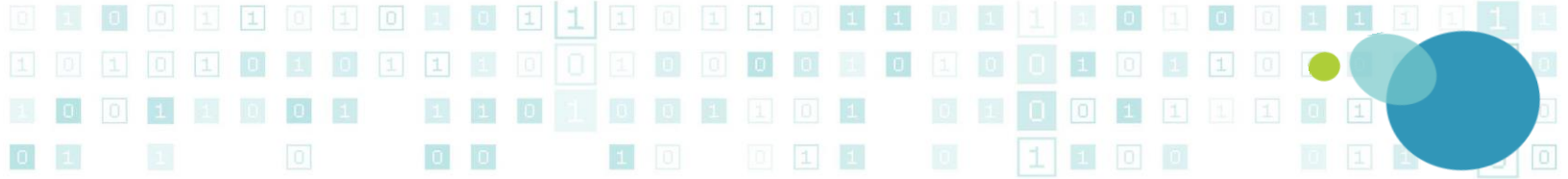
Након сесије учесници/це ће:

- рефлектовати о свом процесу учења током трајања обуке;
- поделити своје утиске са остатком групе;
- оценити обуку;
- добити Јутпас сертификате.

Препоруке будућим тренерима/кама за спровођење ове сесије:

- Тренери/ке треба да се постарају да одвоје довољно времена за темељну евалуацију и затварање групног рада.





ИЗДАВАЧ

Udruga za unaprjeđivanje suvremenih životnih vještina „Ostvarenje“, Хрватска



Уз подршку програма Ерасмус + Европске уније



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.