



Training Guide



«I ypostírixi tis Evropaiḱís Epitropís gia tin paragogḱ aftís tis dimosiéfsis den synistá énkrisi tou periechoménu, to opoío antikatoptrízei móno tis apópsεις ton syngraféon kai i Epitropí den boreí na theoritheí ypéftḱyni gia opoiadípote chrísi, i opoía boreí na gínei ton plioforión pou períechontai se aftín .»

Εισαγωγή

Αυτός ο εκπαιδευτικός οδηγός σχεδιάστηκε και αναπτύχθηκε στα πλαίσια του Ευρωπαϊκού ΚΑ2 Erasmus+ έργου PINOLO - Professional Training of Unemployed Artists (Αριθμός έργου: 2020-1-UK01-KA204-079024).

Ο κύριος στόχος του έργου PINOLO είναι να παρέχει στους άνεργους καλλιτέχνες συγκεκριμένες δεξιότητες, προκειμένου να μπορέσουν να ενταχθούν στον επιχειρηματικό κόσμο, ιδίως στη μετά-COVID-19 εποχή. Στόχος είναι να βελτιωθούν οι δεξιότητές τους και, κατά συνέπεια, οι ευκαιρίες απασχόλησής τους. Στην κοινοπραξία του έργου συμμετέχουν το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ελλάδα, η Κύπρος, η Γαλλία, η Βουλγαρία, η Πολωνία και η Ισπανία.

Ο παρών Εκπαιδευτικός Οδηγός βασίζεται στο ευρωπαϊκό πλαίσιο ECVET. Στόχοι του οδηγού είναι να ενισχύσει στο αποτελεσματικότερο δυνατό επίπεδο τις απαραίτητες δεξιότητες ανέργων καλλιτεχνών για την επιχειρηματικότητα και να αναδείξει τη σημασία της αξιολόγησης, της επικύρωσης και της αναγνώρισης των μαθησιακών αποτελεσμάτων, όσον αφορά γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες.

Ο Οδηγός βασίζεται στις αρχές των Τεχνών στην Εκπαίδευση, προκειμένου να προσελκύσει το ενδιαφέρον της ομάδας-στόχου, να τους κρατήσει αφοσιωμένους και να τους κάνει να αισθάνονται ασφαλείς κατά τη διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας.

Αυτός ο οδηγός περιλαμβάνει 8 διαφορετικές Εκπαιδευτικές Ενότητες, κάθε μία από τις οποίες περιλαμβάνει 3 άξονες:

α) Πρόγραμμα κατάρτισης

β) Θεωρητικό πλαίσιο

γ) Εργαλειοθήκη.

Πίνακας περιεχομένων

1.1. Επιχειρηματικός σχεδιασμός - δεξιότητες και εργαλεία	5
1.2. Χαρτογράφηση των ενδιαφερομένων φορέων (Stakeholder Mapping)	11
Ενότητα Κατάρτισης 2:	19
2.1. Δεξιότητες ομαδικής εργασίας	19
2.2. Ανάθεση ορίων	24
Ενότητα Κατάρτισης 3:	29
Φωνάξτε το!	29
3.1. Ενίσχυση της αυτοπεποίθησης μου	29
3.2. Ενίσχυση του προσωπικού μου προφίλ	35
Ενότητα Κατάρτισης 4:	44
4.1. Δεξιότητες δικτύωσης	44
4.2. Δεξιότητες Μάρκετινγκ	50
Ενότητα Κατάρτισης 5:	59
5.1. Λήψη αποφάσεων	59
ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ	60

1

S
S
Y

—

Ενότητα Κατάρτισης 1:

Πως να γίνετε επιχειρηματίας

1.1. Επιχειρηματικός σχεδιασμός - δεξιότητες και εργαλεία

Πρόγραμμα κατάρτισης

Γνώση

- Καθορισμός του τι είναι κοινωνική επιχείρηση και πώς να τη δημιουργήσετε
- Αναγνώριση διαφορετικών τύπων διακυβέρνησης / νομικών δομών
- Γνώση των διαδικασιών και των ευκαιριών χρηματοδότησης / επιχορηγήσεων

Δεξιότητες

- Δημιουργία ενός σαφής, δομημένου επιχειρηματικού «καμβά».

Υπευθυνότητα & Αυτονομία

- Προσδιορισμός των καταλληλότερων δομών διακυβέρνησης για την επιχείρησή σας
- Εντοπισμός πιθανών ευκαιριών χρηματοδότησης

Θεωρητικό πλαίσιο

Τι είναι μία κοινωνική/ κοινοτική επιχείρηση;

Μία κοινωνική επιχείρηση είναι ένας φορέας της κοινωνικής οικονομίας, του οποίου ο κύριος στόχος είναι να έχει κοινωνικό αντίκτυπο και όχι κέρδος για τους ιδιοκτήτες ή τους μετόχους του. Λειτουργεί παρέχοντας αγαθά και υπηρεσίες για την αγορά με επιχειρηματικό και καινοτόμο τρόπο και χρησιμοποιεί τα κέρδη της κυρίως για την επίτευξη κοινωνικών στόχων. Η διαχείρισή της γίνεται με ανοιχτό και υπεύθυνο τρόπο και, συγκεκριμένα, εμπλέκει τους εργαζομένους, τους καταναλωτές και κάθε ενδιαφερόμενο που επηρεάζεται από τις εμπορικές της δραστηριότητες.

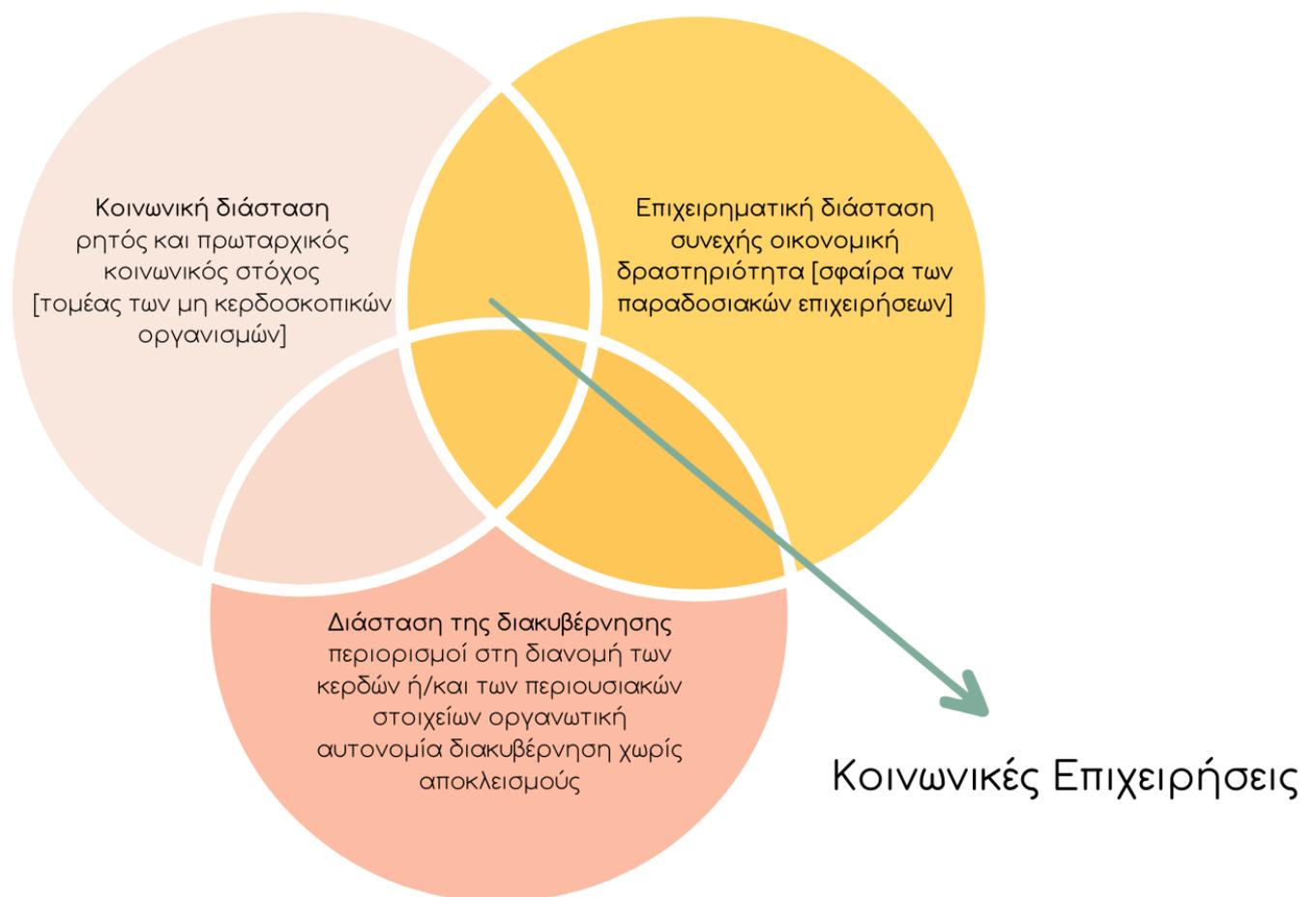
Ο ορισμός της πρωτοβουλίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις κοινωνικές επιχειρήσεις περιλαμβάνει τρεις βασικές διαστάσεις της κοινωνικής επιχείρησης, οι οποίες έχουν αναπτυχθεί και βελτιωθεί κυρίως κατά την τελευταία δεκαετία μέσα από ένα σύνολο ευρωπαϊκής ακαδημαϊκής και πολιτικής βιβλιογραφίας:

- Μία **επιχειρηματική** διάσταση, δηλαδή η εμπλοκή σε συνεχή οικονομική δραστηριότητα, η οποία διακρίνει τις κοινωνικές επιχειρήσεις από τις παραδοσιακές μη κερδοσκοπικές οργανώσεις/φορείς κοινωνικής οικονομίας που

επιδιώκουν έναν κοινωνικό σκοπό και παράγουν κάποια μορφή αυτοχρηματοδότησης, αλλά δεν ασκούν κατ' ανάγκη τακτική εμπορική δραστηριότητα.

■ Μία **κοινωνική** διάσταση, δηλαδή ένας πρωταρχικός και ρητός κοινωνικός σκοπός, που διακρίνει τις κοινωνικές επιχειρήσεις από τις συνήθεις (κερδοσκοπικές) επιχειρήσεις.

■ Η διάσταση της **διακυβέρνησης**, δηλαδή η ύπαρξη μηχανισμών που «κλειδώνουν» τους κοινωνικούς στόχους του οργανισμού. Η διάσταση της διακυβέρνησης, επομένως, διαφοροποιεί τις κοινωνικές επιχειρήσεις ακόμη πιο έντονα από τις συνήθεις επιχειρήσεις και τις παραδοσιακές μη κερδοσκοπικές οργανώσεις της κοινωνικής οικονομίας.



Σχήμα 1. Τρεις διαστάσεις των κοινωνικών επιχειρήσεων (Wilkinson 2015)

Τα ακόλουθα βασικά κριτήρια καθορίστηκαν από τις τρεις παραπάνω διαστάσεις και αντικατοπτρίζουν τις ελάχιστες προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί ένας οργανισμός για να χαρακτηριστεί ως κοινωνική επιχείρηση σύμφωνα με τον ορισμό της ΕΕ:

■ Ο οργανισμός **πρέπει να ασκεί οικονομική δραστηριότητα**: αυτό σημαίνει ότι πρέπει να ασκεί συνεχή δραστηριότητα παραγωγής ή/και ανταλλαγής αγαθών ή/και υπηρεσιών.

■ Πρέπει να **επιδιώκει ένα ρητό και πρωταρχικό κοινωνικό στόχο**: κοινωνικός στόχος είναι αυτός που ωφελεί την κοινωνία – για τους οποίους ο κοινωνικός ή κοινωνικός στόχος του κοινού καλού είναι ο λόγος της εμπορικής δραστηριότητας, συχνά με τη μορφή υψηλού επιπέδου κοινωνικής καινοτομίας.

■ Πρέπει να **έχει όρια στη διανομή των κερδών ή/και των περιουσιακών στοιχείων**: ο σκοπός των ορίων αυτών είναι να δοθεί προτεραιότητα στον κοινωνικό στόχο έναντι της κερδοφορίας – τα κέρδη να επανεπενδύονται κυρίως για την επίτευξη κοινωνικών στόχων.

■ Πρέπει να **είναι ανεξάρτητος**, δηλαδή να έχει οργανωτική αυτονομία από το κράτος και άλλους παραδοσιακούς κερδοσκοπικούς οργανισμούς.

■ Πρέπει να **διαθέτει διακυβέρνηση χωρίς αποκλεισμούς**, δηλαδή να αντικατοπτρίζει την αποστολή της επιχείρησης χρησιμοποιώντας συμμετοχικές και/ή δημοκρατικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων και/ή εστιάζοντας στην κοινωνική δικαιοσύνη.

Κοινωνικές επιχειρήσεις/κοινοτικές επιχειρήσεις σε όλη την Ευρώπη

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη είναι ένα δυναμικό, ποικιλόμορφο και επιχειρηματικό κίνημα που συμπυκνώνει την προσπάθεια για νέα επιχειρηματικά μοντέλα που συνδυάζουν την οικονομική δραστηριότητα με την κοινωνική αποστολή και την προώθηση της ανάπτυξης χωρίς αποκλεισμούς.

Το Σχήμα 2 προσδιορίζει τις «εθνικές οικογένειες» κοινωνικών επιχειρήσεων σε όλη την Ευρώπη, τα χαρακτηριστικά τους και το οικοσύστημα εντός του οποίου λαμβάνει χώρα η ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων. Παρόλο που υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον και σύγκλιση απόψεων σε όλη την Ευρώπη σχετικά με τα καθοριστικά χαρακτηριστικά μίας κοινωνικής επιχείρησης, η κατανόηση και οι προσεγγίσεις της κοινωνικής επιχείρησης διαφέρουν σημαντικά μεταξύ των χωρών (και μερικές φορές ακόμη και στο εσωτερικό τους).

Δεν υπάρχει ενιαία νομική μορφή για τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις λειτουργούν με τη μορφή κοινωνικών συνεταιρισμών, κάποιες είναι εγγεγραμμένες ως ιδιωτικές εταιρίες περιορισμένης ευθύνης, κάποιες

είναι αλληλέγγυες και πολλές από αυτές είναι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί όπως τα προνομιακά σωματεία, οι ΜΚΟ, οι ενώσεις, οι εθελοντικές οργανώσεις, τα φιλανθρωπικά ιδρύματα ή τα ιδρύματα. Παρά την ποικιλομορφία τους, οι κοινωνικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται κυρίως στους ακόλουθους τέσσερις τομείς:

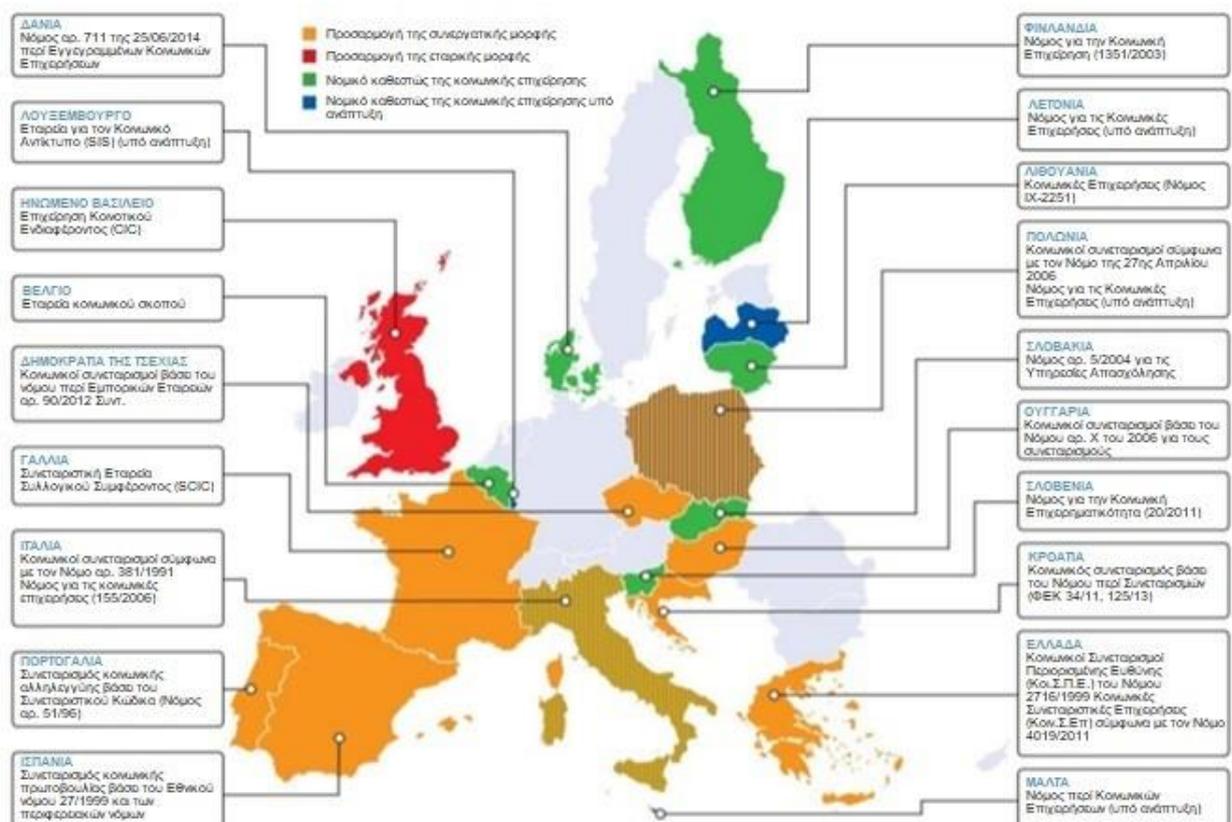
Ενσωμάτωση στην εργασία - κατάρτιση και ένταξη ατόμων με αναπηρία και ανέργων

Προσωπική υγεία και κοινωνική φροντίδα - υγεία, ευημερία και ιατρική περίθαλψη, επαγγελματική κατάρτιση, εκπαίδευση, υπηρεσίες υγείας, υπηρεσίες παιδικής μέριμνας, υπηρεσίες για ηλικιωμένους ή βοήθεια για μειονεκτούντα άτομα.

Τοπική ανάπτυξη μειονεκτούσων περιοχών - κοινωνικές επιχειρήσεις σε απομακρυσμένες αγροτικές περιοχές, προγράμματα ανάπτυξης/ανάπλασης γειτονιών σε αστικές περιοχές, αναπτυξιακή βοήθεια.

Άλλα - συμπεριλαμβανομένης της ανακύκλωσης, της προστασίας του περιβάλλοντος, του αθλητισμού, των τεχνών, του πολιτισμού ή της ιστορικής διατήρησης, της επιστήμης, της έρευνας και της καινοτομίας, της προστασίας των καταναλωτών και του ερασιτεχνικού αθλητισμού (Wilkinson 2015).

Σχήμα 2. Χάρτης των κοινωνικών επιχειρήσεων και των οικοσυστημάτων τους στην Ευρώπη (Wilkinson 2015)



ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Δημιουργία ενός επιχειρηματικού «καμβά»

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Ο επιχειρηματικός καμβάς θα πρέπει να αποτελεί ένα ζωντανό εγχειρίδιο για μία κοινωνική επιχείρηση και είναι απαραίτητο εργαλείο όταν αναζητά χρηματοδότηση έργου/δραστηριότητας από έναν επενδυτή. Αυτή η άσκηση θα υποστηρίξει τους συμμετέχοντες να εξετάσουν τις βασικές πτυχές ενός αποτελεσματικού κοινωνικού επιχειρηματικού μοντέλου, συμπεριλαμβανομένων των συνεργασιών/σχέσεων, των οικονομικών, των πόρων και των πελατών, ώστε να βοηθήσουν στον εντοπισμό κάθε ευκαιρίας και πιθανής απειλής.

ΒΗΜΑ-ΠΡΟΣ-ΒΗΜΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

1. Ο εκπαιδευτής παρέχει μία σύντομη επισκόπηση του τι είναι κοινωνική επιχείρηση/κοινωνική επιχείρηση και πώς λειτουργεί. Τα οπτικά μέσα είναι ένας καλός τρόπος για την εμπλοκή όλων των συμμετεχόντων, π.χ., προβολή μίας τριλεπτης ταινίας που δείχνει μία επιτυχημένη δημιουργική κοινωνική επιχείρηση - σύνδεσμος στο έργο Canal Planter [εδώ](#).
2. Ο εκπαιδευτής ορίζει τι είναι ένας επιχειρηματικός καμβάς και εξηγεί την ορολογία χρησιμοποιώντας μία μεγάλη κλίμακας έκδοση του παρεχόμενου προτύπου – σύνδεσμος [εδώ](#).
3. Οι συμμετέχοντες λαμβάνουν μέρος σε έναν ομαδικό καταγισμό ιδεών, θέτοντας ερωτήσεις και χρησιμοποιώντας post-it για να συμπληρώσουν κάθε ενότητα του προτύπου του εκπαιδευτή.
4. Σε κάθε συμμετέχοντα δίνεται ένα υπόδειγμα για να συμπληρώσει ιδέες για τις δικές του δημιουργικές επιχειρήσεις.
5. Οι συμμετέχοντες τοποθετούνται σε ομάδες των 3-4 ατόμων για να συζητήσουν/παρουσιάσουν τους καμβάδες τους, ανταλλάσσοντας ιδέες και αντλώντας υποστήριξη όπου χρειάζεται.
6. Οι συμμετέχοντες επανεντάσσονται στην κύρια ομάδα, μοιράζονται και συζητούν τους επιχειρηματικούς τους καμβάδες, ενώ ο εκπαιδευτής τους ενθαρρύνει να προβληματιστούν συλλογικά και ατομικά:
 - 1) Τι μάθατε από αυτή την άσκηση;
 - 2) Έχετε κατανοήσει καλύτερα τον τρόπο με τον οποίο μπορείτε να γίνετε κοινωνικοί επιχειρηματίες;
 - 3) Θεωρήσατε χρήσιμη την υποστήριξη των συναδέλφων σας στην κατανόηση του επιχειρηματικού σας μοντέλου;

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

Εξετάστε τις τεχνικές VAK, ώστε όλοι οι συμμετέχοντες να συμμετέχουν και να αισθάνονται ότι συμπεριλαμβάνονται - π.χ., το Βήμα 1 υποστηρίζει τους οπτικούς εκπαιδευόμενους, το Βήμα 2 βασίζεται κυρίως στην ακοή και το Βήμα 3

ενθαρρύνει την κιναισθητική μάθηση, καθώς οι συμμετέχοντες κινούνται σωματικά κατά την εκτέλεση αυτού του μέρους της δραστηριότητας.

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

Οι συμμετέχοντες ενδέχεται να χρειαστούν γλωσσάριο για την ορολογία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Μία καλή πηγή μπορεί να βρεθεί [εδώ](#).

Αξιολόγηση

Ομαδική συζήτηση:

- 1) Πώς αισθάνεστε μετά από αυτή τη δραστηριότητα;
- 2) Σας άρεσε αυτή η δραστηριότητα; Ποιο μέρος ήταν πιο χρήσιμο;
- 3) Πώς θα μπορούσε να βελτιωθεί αυτή η δραστηριότητα;

Επιπρόσθετο υλικό:

<https://www.the-sse.org/resources>

<https://www.socialenterprise.org.uk/>

Παραπομπές:

European Commission and social enterprises. (2018). http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy-eu/social-enterprises_en [Accessed 17.12.2021]

Wilkinson, C. (2015). A Map of Social Enterprises and Their Ecosystems in Europe. A synthesis report. European Commission. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjtoOGfzLzbAhVDDywKHxJEBjwQFgg0MAA&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Fsocial%2FBlobServlet%3FdocId%3D12987%26langId%3Den&usq=AOvVaw208j5XNIHo1df2K3Ri4VtN> [Accessed 17.12.2021].

1.2. Χαρτογράφηση των ενδιαφερομένων φορέων (Stakeholder Mapping)

Πρόγραμμα κατάρτισης

Γνώση	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<ul style="list-style-type: none">• Αναγνώριση των βασικών παραγόντων και ανθρώπων στην υλοποίηση κοινωνικών έργων• Γνώση της πρόσβασης στην χρηματοδότηση• Καθορισμός της αντιμετώπισης κοινωνικών ζητημάτων μέσω δημιουργικών έργων	<ul style="list-style-type: none">• Δημιουργία σαφούς στρατηγικής με στόχο τον κοινωνικό αντίκτυπο• Δημιουργική αντιστοίχιση της χρηματοδότησης με τις ευκαιρίες• Σχεδιασμός του «pitch» σας για προτάσεις/ αιτήσεις - Πώς να πλαισιώσετε τις ιδέες σας και να δείξετε τα κοινωνικά οφέλη	<ul style="list-style-type: none">• Κατανόηση της αξίας της δημιουργικής διαδικασίας• Προσδιορισμός βασικών κοινωνικών ζητημάτων

Θεωρητικό πλαίσιο

Τι είναι η χαρτογράφηση των ενδιαφερομένων φορέων (stakeholder mapping);

Η χαρτογράφηση των ενδιαφερομένων φορέων (stakeholder mapping) είναι μία διαδικασία που αναλαμβάνεται με σκοπό την κατανόηση του τοπίου (landscape) που θα δώσει πληροφορίες για την ανάπτυξη έργων για την αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων. Για την υλοποίηση ουσιαστικών έργων που είναι εμπορικά βιώσιμα και έχουν κοινωνική αξία, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι στην κοινότητά τους, προκειμένου να σχεδιάσουμε και να υλοποιήσουμε τις κατάλληλες δράσεις. Κατά τη χαρτογράφηση των ενδιαφερομένων φορέων, οι ακόλουθες τέσσερις κατηγορίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να καλύψουν το ευρύτερο φάσμα, όπως περιγράφεται λεπτομερώς παρακάτω:

Η κυβέρνηση (τοπική/περιφερειακή/εθνική και διεθνής) διαθέτει μία σειρά από προϋπολογισμούς για την παροχή υποστήριξης και υπηρεσιών προς την κοινωνία. Είναι σημαντικό η κυβέρνηση να συνεργαστεί με τα εκλεγμένα μέλη και τους αξιωματούχους, εάν οι κοινωνικές επιχειρήσεις πρόκειται να ενεργήσουν ως φορείς υλοποίησης και να τους ανατεθεί κάτι τέτοιο.

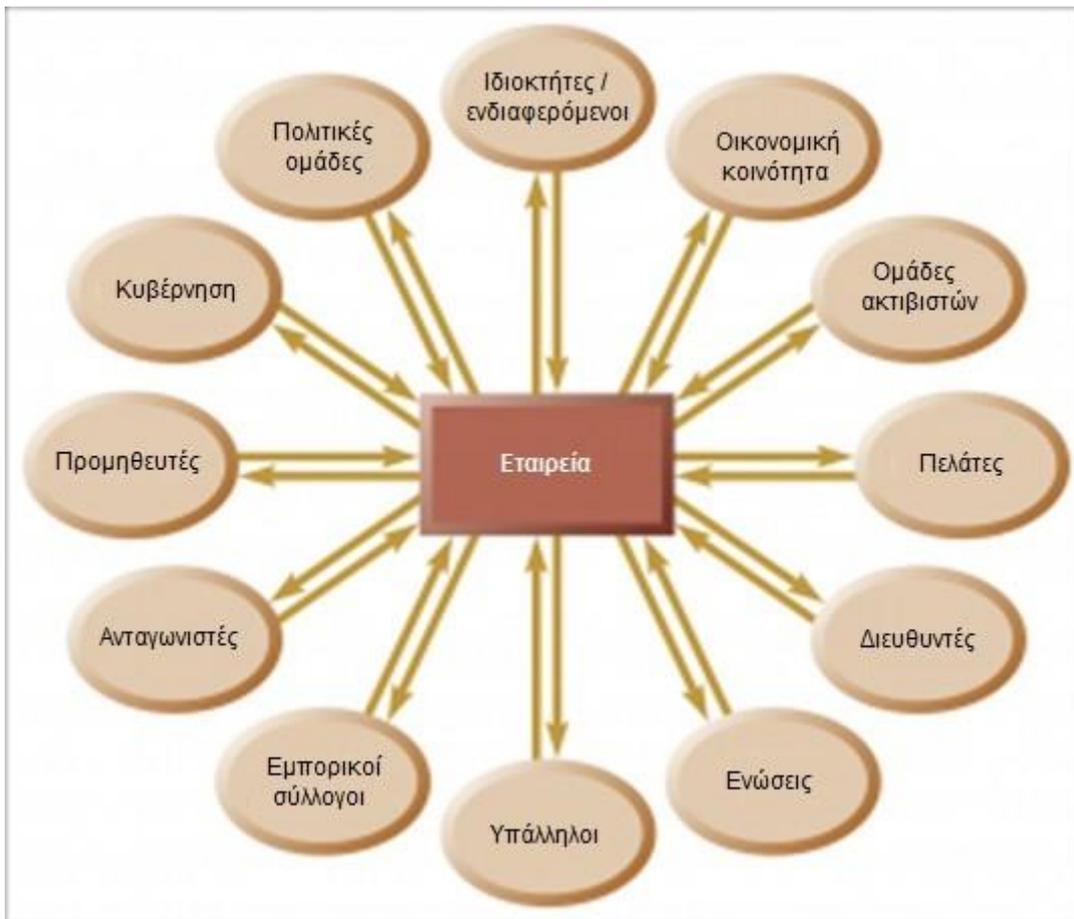
Μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ, φιλανθρωπικές οργανώσεις και κοινωνικές επιχειρήσεις). Συχνά συνεργάτες και υποστηρικτές κοινωνικών επιχειρήσεων που υλοποιούν έργα και προγράμματα κοινωνικού οφέλους, ιδίως αν αυτά συνδέονται με τους σκοπούς και τους στόχους της ίδιας της ΜΚΟ.

Επιχειρηματικός τομέας – Οι επιχειρήσεις συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο την ανάγκη να διαδραματίσουν το δικό τους ρόλο στην αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων, και πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν σε κοινωνικά έργα μέσω καταπιστευμάτων.

Οι πολίτες (κάτοικοι, εργαζόμενοι, χρήστες υπηρεσιών, συμμετέχοντες, εθελοντές κ.λπ.). Είναι εξαιρετικά σημαντικό κάθε έργο κοινωνικής δράσης να συνδιαμορφώνεται και να εμπλέκεται σε επίπεδο βάσης. Στην πραγματικότητα αυτό θα πρέπει να είναι το σημείο εκκίνησης για κάθε ουσιαστικό έργο.

Ποιοι είναι οι ενδιαφερόμενοι;

Κάθε κοινωνική επιχείρηση έχει ένα μοναδικό σύνολο ενδιαφερομένων μερών - εκείνων που έχουν άμεσο ή έμμεσο ενδιαφέρον για το έργο του οργανισμού. Τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί να περιλαμβάνουν εργαζόμενους, πελάτες, δικαιούχους, τοπικούς ηγέτες, χρηματοδότες και υποστηρικτές και πολλούς άλλους. Τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι εκείνα τα άτομα ή οι ομάδες που εξαρτώνται από έναν οργανισμό για να εκπληρώσουν τους δικούς τους στόχους και από τα οποία, με τη σειρά του, εξαρτάται ο οργανισμός. Υπάρχουν πολλά τέτοια ενδιαφερόμενα μέρη σε έναν μεγάλο οργανισμό, όπως περιγράφεται παρακάτω, και είναι σημαντικό οι κοινωνικοί επιχειρηματίες να γνωρίζουν τα βασικά ενδιαφερόμενα μέρη, ώστε να μπορούν να δικτυωθούν και να επικοινωνήσουν αποτελεσματικά μαζί τους:



Freeman, R.E (1984)

Προκειμένου να καθορισθεί ο τρόπος προσέγγισης και διαχείρισης αυτών των διαφορετικών ομάδων, οι οποίες μερικές φορές έχουν διαφορετικά και αντικρουόμενα συμφέροντα, μία συστηματική μέθοδος χαρτογράφησης μπορεί να είναι χρήσιμη. Η χαρτογράφηση των ενδιαφερομένων φορέων (stakeholder mapping) προσδιορίζει τις προσδοκίες και την ισχύ των ενδιαφερομένων μερών και βοηθά στην κατανόηση των ομάδων προτεραιότητας. Ο παρακάτω πίνακας δύναμης/συμφερόντων προτείνει ένα μοντέλο με το οποίο οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να εξετάσουν τα ενδιαφερόμενα μέρη που έχουν συμφέροντα για την επιχείρησή τους και αν έχουν τη δύναμη να επηρεάσουν την επιχείρηση (θετικά ή αρνητικά).

Πλέγμα Ενδιαφερομένων



Ένας τρόπος να γίνει η χαρτογράφηση των ενδιαφερομένων φορέων (stakeholder mapping) είναι μέσω της χρήσης του πλέγματος που απεικονίζεται παραπάνω. Οι άξονες αυτού του πλέγματος είναι το ενδιαφέρον και η ισχύς/δύναμη. Οι ενδιαφερόμενοι με υψηλό ενδιαφέρον θα περιλαμβάνουν εκείνους που είναι ιδιαίτερα ενεργοί στην υποστήριξή τους. Εκείνοι με υψηλή ισχύ είναι εκείνοι που έχουν βαθιά επιρροή στο έργο της κοινωνικής επιχείρησης.

Ο συνδυασμός ενδιαφέροντος και ισχύς/ δύναμης καθορίζει την καλύτερη προσέγγιση απέναντι σε αυτές τις διαφορετικές ομάδες:

1. Χαμηλή ισχύς, χαμηλό ενδιαφέρον: Παρακολούθηση με ελάχιστη προσπάθεια
2. Χαμηλή ισχύς, υψηλό ενδιαφέρον: Ενημέρωση για το έργο σας
3. Υψηλή ισχύς, χαμηλό ενδιαφέρον: Ικανοποιημένοι για την εξασφάλιση συνεχής υποστήριξης
4. Υψηλή ισχύς, υψηλό ενδιαφέρον: Στενή διαχείριση με σκοπό τη διατήρηση μία ισχυρής σχέσης

Η χαρτογράφηση των ενδιαφερομένων φορέων (stakeholder mapping) θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει τη διεξαγωγή δευτερογενούς έρευνας μέσω μέσων όπως εμπορικά περιοδικά, βιομηχανικές μελέτες, προφίλ στο LinkedIn, περιγραφές θέσεων εργασίας και άλλα κοινωνικά προφίλ. Η έρευνα αυτή βοηθά στη δημιουργία ενός προφίλ των βασικών ενδιαφερομένων μερών μίας κοινωνικής επιχείρησης, και θα πρέπει να περιγράφει λεπτομερώς το «ιστορικό»

του καθενός, αναφέροντας λεπτομερώς το όνομα, το επάγγελμα, τι μπορεί να τους προσφέρει η επιχείρησή σας και τα εμπόδια που μπορεί να αντιμετωπίσετε. Η εφαρμογή των γνώσεων των βασικών ενδιαφερομένων μερών στην πράξη διασφαλίζει ότι τα προφίλ των βασικών ενδιαφερομένων μερών σας θα καθιστούν κεντρικό στοιχείο της συνολικής στρατηγικής μάρκετινγκ. Η γνωριμία με τα ενδιαφερόμενα μέρη σας θα σας επιτρέψει να μπειτε στη θέση τους και να κατανοήσετε πραγματικά τι τους ωθεί να πάρουν την απόφαση να αγοράσουν από την κοινωνική σας επιχείρηση ή να συνεργαστούν μαζί σας. Θα πρέπει να τα χρησιμοποιείτε κάθε φορά που προετοιμάζετε οποιοδήποτε είδος επικοινωνίας με τους ενδιαφερόμενους φορείς, γραπτή, προφορική ή άλλη, και να τα χρησιμοποιείτε για να ενημερώνετε κάθε πτυχή του μάρκετινγκ σας. Τα προφίλ των βασικών ενδιαφερομένων μερών σας θα πρέπει να είναι κεντρικό στοιχείο της συνολικής στρατηγικής μάρκετινγκ και θα πρέπει να στοχεύσετε στον εντοπισμό τεσσάρων ή πέντε δυνατών σημείων και να συγκεντρώσετε μοναδικά βασικά μηνύματα που είναι πιθανό να έχουν απήχηση σε κάθε ενδιαφερόμενο μέρος. Αυτό σας βοηθά να δημιουργήσετε στοχευμένα μηνύματα μάρκετινγκ και, τελικά, να ενισχύσετε τον αντίκτυπο της επιχείρησής σας.

Εκπαιδευτικός οδηγός

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Χαρτογράφηση των ενδιαφερομένων φορέων (Stakeholder Mapping)

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Αυτή η δραστηριότητα θα εισαγάγει τους κοινωνικούς επιχειρηματίες στη χαρτογράφηση των ενδιαφερομένων φορέων ως τη διαδικασία της οπτικής αναπαράστασης των διαφόρων ατόμων που εμπλέκονται ή επηρεάζονται από τα έργα που υλοποιούν. Η δραστηριότητα αυτή θα δώσει μία σαφή εικόνα για το ποιες είναι οι διάφορες ομάδες των ενδιαφερομένων μερών, καθώς και για το ποια είναι τα κίνητρα και τα συμφέροντά τους. Αυτό το πρακτικό εργαστήριο θα εισαγάγει τους συμμετέχοντες στα εξής:

- Καθιέρωση, σχεδιασμός και υλοποίηση επιτυχημένων κοινωνικών έργων και προγραμμάτων
- Εντοπισμός των κατάλληλων πηγών χρηματοδότησης για τη χρηματοδότηση της υλοποίησης των δημιουργικών σας έργων
- Κατανόηση των ενδιαφερομένων μερών και των δομικών στοιχείων που απαιτούνται για την κατασκευή ενός επιτυχημένου δημιουργικού έργου/προγράμματος

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΒΗΜΑ

7. Ο εκπαιδευτής παρουσιάζει την έννοια της χαρτογράφησης των ενδιαφερομένων φορέων (stakeholder mapping) – Ο σύνδεσμος για τη παρουσίαση PowerPoint [εδώ](#).

8. **Άσκηση 1 - Ποιοι είναι οι ενδιαφερόμενοι;** Ο εκπαιδευτής δίνει στους συμμετέχοντες έναν κατάλογο με τις κατηγορίες των ενδιαφερομένων μερών – οι συμμετέχοντες εργάζονται σε ομάδες των 3-4 για να απαριθμήσουν όσο το δυνατόν περισσότερα παραδείγματα σε κάθε κατηγορία.
9. **Άσκηση 2 - Γιατί θέλουμε να ασχοληθούμε με τα ενδιαφερόμενα μέρη;** Ο εκπαιδευτής δίνει στους συμμετέχοντες έναν κατάλογο με τους λόγους για τους οποίους πρέπει να ασχοληθούμε με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Ένας συμμετέχοντας από κάθε ομάδα αλλάζει ομάδες, ώστε να υπάρχει διαφορετική δυναμική των ομάδων. Οι συμμετέχοντες απαριθμούν όσους περισσότερους λόγους μπορούν για κάθε κατηγορία.
10. **Άσκηση 3 - Πώς θα χρηματοδοτήσουμε την υλοποίηση των έργων;** Ο εκπαιδευτής δίνει στους συμμετέχοντες παραδείγματα διαφόρων ροών χρηματοδότησης σε ένα μεγάλης κλίμακας flipchart και τους ζητάει να χρησιμοποιήσουν post-it για να συμπληρώσουν τρόπους με τους οποίους μπορούν να κερδίσουν υποστήριξη για το έργο τους.
11. Ο εκπαιδευτής παρουσιάζει τους βασικούς τομείς και τις καθιερωμένες οδούς χρηματοδότησης - οι συμμετέχοντες καλούνται να υποβάλουν ερωτήσεις και να μοιραστούν τις σκέψεις και τις ανησυχίες τους.
12. **Άσκηση 4 - Δημιουργία του έργου:** Ο εκπαιδευτής παρέχει ένα πρότυπο σχεδιασμού μεγάλης κλίμακας, το οποίο οι συμμετέχοντες συμπληρώνουν συλλογικά, χρησιμοποιώντας διαφορετικά χρωματιστά post-it, παίρνοντας μία από τις απαντήσεις τους από τις ασκήσεις 1, 2 & 3, ενώ παράλληλα προβληματίζονται σχετικά με τη διαδικασία εντοπισμού του προβλήματος μέχρι την ανεύρεση λύσης.
13. **Συμπέρασμα** - Ο εκπαιδευτής παρουσιάζει τα επόμενα βήματα - συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού της δράσης και της υλοποίησης του σχεδίου, των βασικών εγγράφων και των εκτιμήσεων. Οι συμμετέχοντες συζητούν συλλογικά και να προβληματίζονται ατομικά:
 - 1) Τι μάθατε από αυτή την άσκηση;
 - 2) Έχετε κατανοήσει καλύτερα τον τρόπο χαρτογράφησης των ενδιαφερομένων φορέων (stakeholder mapping) του οργανισμού σας;
 - 3) Θεωρήσατε χρήσιμη τη συνεργασία με τους άλλους συμμετέχοντες για τη δημιουργία απαντήσεων;

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

Εξετάστε τις τεχνικές VAK ώστε όλοι οι συμμετέχοντες να συμμετέχουν και να αισθάνονται ότι συμπεριλαμβάνονται - π.χ., το Βήμα 1 υποστηρίζει τους οπτικούς εκπαιδευόμενους, τα Βήματα 2-6, αν και βασίζονται κυρίως στην ακοή, ενθαρρύνουν και την κιναισθητική μάθηση, καθώς οι συμμετέχοντες κινούνται σωματικά κατά την εκτέλεση αυτού του μέρους των δραστηριοτήτων.

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

Οι εκπαιδευτές θα πρέπει να ερευνήσουν τα συγκεκριμένα δίκτυα ενδιαφερομένων (stakeholder networks) και το τοπίο χρηματοδότησης (funding landscape) στη χώρα-εταίρο τους, προκειμένου να διασφαλίσουν ότι αυτή η δραστηριότητα είναι χρήσιμη και σχετική.

Αξιολόγηση

Ομαδική συζήτηση:

- 1) Πώς αισθάνεστε μετά από αυτή τη δραστηριότητα;
- 2) Σας άρεσε αυτή η δραστηριότητα; Ποιο μέρος ήταν πιο χρήσιμο;
- 3) Πώς θα μπορούσε να βελτιωθεί αυτή η δραστηριότητα;

Επιπρόσθετο υλικό:

<https://prosper-strategies.com/social-impact-key-stakeholders/>

Παραπομπές:

Freeman, R. Edward (1984) Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pitman

<https://www.futurelearn.com/info/courses/social-enterprise-growing-a-sustainable-business/0/steps/20909> [accessed 20.12.21]

<https://www.mdx.ac.uk/our-research/centres/ceedr/social-enterprise> [accessed 20.12.21]

2

S
Y



Ενότητα Κατάρτισης 2:

Συνεργασία

2.1. Δεξιότητες ομαδικής εργασίας

Πρόγραμμα κατάρτισης		
Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<p>Οι καλλιτέχνες θα:</p> <ul style="list-style-type: none">Κατανοήσουν την σημασία της ομαδικής εργασίαςΘα μάθουν τα χαρακτηριστικά μίας επιτυχημένης ομάδας	<ul style="list-style-type: none">Χρήση αποτελεσματικών τεχνικών ομαδικής σύνδεσης και επικοινωνίαςΕνίσχυση του ρόλου κάθε μέλους της ομάδας	<ul style="list-style-type: none">Θα γίνετε πολύτιμο και επιτυχημένο μέλος μίας ομάδας.Θα θέτετε και να επιτυγχάνετε στόχους

Θεωρητικό πλαίσιο

Ορισμός της ομαδικής εργασίας

Σύμφωνα με το λεξικό Cambridge English Dictionary, «ομαδική εργασία» είναι η δραστηριότητα του να συνεργάζεται κάποιος σε μία ομάδα με άλλα άτομα, ειδικά όταν αυτή είναι επιτυχής. Ο Nieto-Rodriguez (2019) εξηγεί ότι οι ομάδες υψηλής απόδοσης είναι ένας συνδυασμός αμοιβαίας εμπιστοσύνης, σεβασμού και κατανόησης μεταξύ ανθρώπων με διαφορετικό υπόβαθρο και δέσμευσης σε έναν κοινό στόχο. Για τον Kreitner (2002), η αποτελεσματικότητα της ομαδικής εργασίας μετριέται από τα συλλογικά αποτελέσματα και η ηγεσία είναι ένα κοινό έργο.

Το μοντέλο ανάπτυξης ομάδων του Tuckman περιλαμβάνει 4 στάδια: το σχηματισμό, τον καταιγισμό, την εξομάλυνση και την απόδοση. Με βάση αυτό, ο Nieto-Rodriguez συνοψίζει το τι θα πρέπει να περιλαμβάνει μία επιτυχημένη ομάδα στα ακόλουθα σημεία: γνωριμία μεταξύ των μελών, καθορισμός ομαδικών στόχων, καθορισμός προσδοκιών σχετικά με τη συμπεριφορά και τις αξίες, καθορισμός πρωταρχικού σκοπού, κατανομή αρμοδιοτήτων, καθιέρωση πολιτικής επίλυσης προβλημάτων, λήψη κοινών αποφάσεων, επίλυση συγκρούσεων, παροχή σχολίων.

Είδη των ομάδων

1. Αυτοδιαχειριζόμενη ομάδα

Μία ομάδα ανθρώπων που εργάζονται από κοινού για την επίτευξη ενός κοινού στόχου. Ο αρχηγός της ομάδας είναι επίσης μέλος της ομάδας. Σύμφωνα με τον Decker, αυτή η «ομάδα είναι περισσότερο προσανατολισμένη

στο στόχο και όσο τα μέλη της ομάδας έχουν την ευκαιρία να μάθουν από άλλα μέλη της ομάδας, βελτιώνεται η συμμετοχή και η συνεργασία τους».

2. Ομάδα επίλυσης προβλημάτων

Οι ομάδες επίλυσης προβλημάτων έχουν καινοτόμες ιδέες, είναι ευέλικτες και βαθιά αφοσιωμένες στους σκοπούς τους.

3. Εικονική ομάδα

Οι εικονικές ομάδες είναι ομάδες που εργάζονται από απόσταση χρησιμοποιώντας τεχνολογία (π.χ., διαδίκτυο) για την επικοινωνία. Μπορούν να είναι πραγματικά αποτελεσματικές, αλλά ενδέχεται να υστερούν σε άμεση επικοινωνία.

4. Διαλειτουργική ομάδα

Σύμφωνα με τον Decker, μία διαλειτουργική ομάδα μπορεί είτε να είναι «η πρωταρχική μορφή οργανωτικής δομής μίας εταιρείας είτε να υπάρχει ανεξάρτητα». Η ιδιαιτερότητα αυτής της ομάδας είναι ότι κάθε μέλος της είναι ειδικός σε διαφορετικό τομέα. Ο Decker σημειώνει ότι οι διαλειτουργικές ομάδες «προσφέρουν τεχνική ή επαγγελματική αριστεία».

5. Ομάδα ηγεσίας

Ομάδα στην οποία ηγείται μία ομάδα ατόμων. Ο Decker εξηγεί ότι η ομάδα επωφελείται από τις ιδιότητες και την ποικιλομορφία κάθε μέλους. Υπογραμμίζει επίσης ότι σε αυτό το είδος ομάδας είναι πιθανές οι «συγκρούσεις προσωπικότητας».

6. Αυτοκατευθυνόμενη ομάδα

Οι αυτοκατευθυνόμενες ομάδες έχουν μεγάλη αυτοπεποίθηση και αυτονομία. Τα μέλη τους μπορούν να λαμβάνουν αποφάσεις μεμονωμένα και να συντονίζονται μόνα τους.

7. Παραδοσιακή ομάδα

Σε αυτόν τον τύπο ομάδας, ο ηγέτης έχει, σύμφωνα με τον Decker, «την απόλυτη δύναμη και εξουσία». Τα μέλη της είναι πολύ πειθαρχημένα αλλά, από την άλλη πλευρά, δεν μπορούν να είναι αυτόνομα.

8. Ανεπίσημη ομάδα

Σύμφωνα με τον Decker, οι ανεπίσημες ομάδες «εξελισσονται εκτός της επίσημης οργάνωσης λόγω των κοινών αναγκών ή του ενδιαφέροντος των ατόμων». Τα επίπεδα επικοινωνίας και κατανόησης είναι υψηλά σε αυτόν τον τύπο ομάδας, καθώς τα μέλη της μοιράζονται τις ίδιες ιδέες και ενδιαφέροντα.

Χαρακτηριστικά επιτυχημένης ομαδικής εργασίας

Στη μελέτη περίπτωσης τους (case study), οι Tarricone και Luca (2002) συνοψίζουν τα χαρακτηριστικά της επιτυχημένης ομαδικής εργασίας: Κίνητρα και δέσμευση για την επιτυχία της ομάδας και τους κοινούς στόχους της

1. Αλληλεξάρτηση
2. Διαπροσωπικές δεξιότητες, όπως ειλικρίνεια, εμπιστοσύνη, σεβασμός.
3. Αποτελεσματική επικοινωνία και σχόλια

4. Συγκεκριμένοι ρόλοι για κάθε μέλος της ομάδας
5. Δέσμευση στις διαδικασίες της ομάδας, ηγεσία και υπευθυνότητα

Εκπαιδευτικός οδηγός

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Πόσο καλά γνωρίζετε τους συνεργάτες σας;

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:

Στόχος αυτής της δραστηριότητας είναι να αναπτυχθούν ισχυροί δεσμοί μεταξύ των μελών της ομάδας με το να τους ζητηθεί να αναγνωρίσουν ο ένας τα δυνατά σημεία του άλλου. Κάθε μέλος της ομάδας πρέπει να χρησιμοποιήσει μία λέξη ή σύντομη πρόταση για κάθε άλλο μέλος της ομάδας. Υλικά που απαιτούνται για αυτή τη δραστηριότητα: 1 φύλλο χαρτί και 1 στυλό για κάθε συμμετέχοντα.

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Όλα τα μέλη της ομάδας συγκεντρώνονται σε ένα δωμάτιο ή σε εξωτερικό χώρο και σχηματίζουν έναν κύκλο. Ο καθένας γράφει το όνομά του στη μέση του φύλλου χαρτιού του.

Βήμα 2: Κάθε συμμετέχων παραδίδει το φύλλο χαρτιού του στο άτομο στα αριστερά του (δεξιόστροφα). Τώρα, οι συμμετέχοντες γράφουν ανώνυμα μία λέξη ή μία σύντομη πρόταση για το άτομο του οποίου το όνομα διάβασαν στο χαρτί. Μόλις τελειώσουν, παραδίδουν το χαρτί στο άτομο στα αριστερά τους. Αυτή η διαδικασία συνεχίζεται μέχρι ο καθένας να πάρει πίσω το δικό του φύλλο χαρτί.

Βήμα 3: Όταν όλοι πάρουν πίσω το χαρτί τους, μπορούν να μαντέψουν 3 φορές ο καθένας ποιος έγραψε τι.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

N/A

Περιορισμούς της δραστηριότητας για τους εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

N/A

Αξιολόγηση

Ανοικτή συζήτηση:

- 1) Σας άρεσε αυτή η δραστηριότητα; Ποιο μέρος της σας άρεσε περισσότερο;
- 2) Ήταν ακριβή τα σχόλια των συναδέλφων σας;

3) Τι θα αλλάζατε σε αυτή τη δραστηριότητα;

Εκπαιδευτικός οδηγός

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Τακτοποίηση

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:

Αυτή η δραστηριότητα στοχεύει στο να κατανοήσουν οι συμμετέχοντες τη σημασία της ομαδικής εργασίας για την επίτευξη ενός κοινού στόχου. Η δραστηριότητα είναι προσαρμοσμένη από το πρόγραμμα δραστηριοτήτων ομαδικής ανάπτυξης Sling. Για την υλοποίηση αυτής της δραστηριότητας, τα μέλη της ομάδας θα χωριστούν σε μικρές ομάδες των τεσσάρων ατόμων. Υλικά που απαιτούνται για αυτή τη δραστηριότητα: 1 μεγάλο μπολ για κάθε ομάδα, 4 μικρά μπολ για κάθε ομάδα, βόλοι σε 4 διαφορετικά χρώματα, ή 4 είδη οσπρίων (π.χ., λευκά φασόλια, κόκκινα φασόλια, μαυρομάτικα φασόλια, ρεβίθια), ή 4 διαφορετικά είδη ξηρών καρπών (π.χ., αμύγδαλα, φουντούκια, κάσιους, πεκάν), ή 4 διαφορετικά είδη καραμελών, ένα ζευγάρι ξυλάκια για κάθε συμμετέχοντα.

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Οι βόλοι / τα φασόλια / οι ξηροί καρποί / οι καραμέλες αναμειγνύονται και τοποθετούνται σε ίσες ποσότητες στα 4 μεγάλα μπολ. Κάθε ομάδα παίρνει 1 μεγάλο και 4 μικρά μπολ και κάθε ο κάθε συμμετέχοντας παίρνει ένα ζευγάρι ξυλάκια.

Βήμα 2: Ο στόχος είναι να διαχωρίσουν τα διαφορετικά είδη/χρώματα των βολών / φασολιών / ξηρών καρπών / καραμελών χρησιμοποιώντας μόνο τα ξυλάκια. Η ταχύτερη ομάδα είναι η νικήτρια.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

Η δραστηριότητα αυτή μπορεί να γίνει θέτοντας ένα χρονικό όριο (π.χ., 5 λεπτά). Αν δεν υπάρχει χρονικός περιορισμός, κερδίζει η πρώτη ομάδα που θα διαχωρίσει όλους τους βόλους / φασόλια κλπ.

Περιορισμοί αυτής της δραστηριότητας για τους εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

N/A

Αξιολόγηση

Ανοικτή συζήτηση:

1) Σας άρεσε αυτή η δραστηριότητα; Ποιο μέρος της σας άρεσε περισσότερο;

2) Εφαρμόσατε κάποιες στρατηγικές με τους συμπαίκτες σας;

Επιπρόσθετο υλικό:

<https://wsmh-cms.mediresource.com/wsmh/assets/6yybk3uq024osgo4>

<https://getsling.com/blog/quick-team-building-activities/>

Παραπομπές:

Decker, F. (2010). Types of Teams and Effective Team Building. Retrieved from:

https://www.researchgate.net/publication/233886132_Types_of_Teams_and_Effective_Team_Building_2010

Hall, L. (2019). *Coach Your Team*. London: Penguin Business.

Kreitner, R. *et al.* (2002). *Organizational behaviour: Key concepts, skills & best practices*. Toronto: McGraw-Hill Ryerson.

Nieto-Rodriguez, A. (2019). *Lead Successful Projects*. London: Penguin Business.

Tarricone, P., & Luca, J. (2002). Successful teamwork: A case study. Retrieved from:

<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:110468570>

2.2. Καθορισμός των ορίων

Πρόγραμμα κατάρτισης		
Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<ul style="list-style-type: none">Θα μάθετε πώς ο καθορισμός ορίων μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση της ποιότητας της εργασίαςΚατανόηση της σημασίας της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής	<ul style="list-style-type: none">Οργάνωση και προγραμματισμός καθηκόντων εκ των προτέρων για μεγαλύτερη αποτελεσματικότηταΠιο αποτελεσματική διαχείριση χρόνου	<ul style="list-style-type: none">Καθιέρωση των κανόνων και σεβασμός των κανόνων των άλλωνΒελτίωση της ομότιμης επικοινωνίας

Θεωρητικό πλαίσιο

Τι είναι τα όρια;

Τα όρια (boundaries) διαφέρουν από τα εμπόδια (barriers), καθώς ένα εμπόδιο ορίζει ένα χώρο που δεν μπορεί να ξεπεραστεί. Το όριο είναι μία νοητή γραμμή που σηματοδοτεί το όριο κάποιου πράγματος. Τα όρια αναφέρονται σε κατάλληλες και μη κατάλληλες συμπεριφορές και μπορεί να είναι σωματικά, νοητικά ή συναισθηματικά. Τα σωματικά όρια αναφέρονται στον προσωπικό σας χώρο και στα όρια όταν βρίσκεστε κοντά στους συμπαίκτες σας. Τα ψυχικά όρια αντικατοπτρίζουν τις δικές σας αξίες και ιδέες. Τα συναισθηματικά όρια σχετίζονται με το πώς αισθάνεστε σε διάφορες περιστάσεις και με την ενσυναίσθηση.

Η σημασία των ορίων

Ο καθορισμός ορίων είναι σημαντικός, καθώς ενισχύει την παραγωγικότητα και δημιουργεί ένα μη συντριπτικό εργασιακό περιβάλλον. Ο καθορισμός ορίων δεν αφορά μόνο τους περιορισμούς, αλλά και έναν διαφανή τρόπο που μπορεί να σας βοηθήσει να αποφύγετε μία πιθανή εξουθένωση (burnout). Η επικοινωνία των ορίων σας αντανακλά τον σεβασμό σας προς τον εαυτό σας και τους συναδέλφους σας και σας βοηθά να είστε πιο παραγωγικοί και αποδοτικοί.

Η Nicola Richardson επισημαίνει ότι τα όρια και οι προσδοκίες που δεν έχουν τεθεί εκ των προτέρων οδηγούν σε προβλήματα δέσμευσης και απόδοσης. Σύμφωνα με τον Kouser Chowdrai, η έλλειψη ορίων μπορεί να οδηγήσει σε «αίσθημα εξάντλησης και αποπληθωρισμού». Πιο συγκεκριμένα, η έλλειψη ορίων μπορεί να προκαλέσει διάφορες προκλήσεις, όπως προβλήματα επικοινωνίας και παρεξηγήσεις, απώλεια πειθαρχίας, κακή οργάνωση του φόρτου εργασίας και χαμηλής ποιότητας απόδοση.

Από την άλλη πλευρά, ο καθορισμός αποτελεσματικών ορίων στην ομάδα σας έχει πολλά οφέλη για εσάς και τους συναδέλφους σας. Με διαφανή όρια, οι στόχοι και οι προσδοκίες είναι σαφείς, η διαχείριση του χρόνου είναι πιο αποτελεσματική και μπορείτε εύκολα να προγραμματίσετε και να ιεραρχήσετε τα καθήκοντά σας για να αποφύγετε την υπερφόρτωση από το φόρτο εργασίας σας. Ένα εργασιακό περιβάλλον με σαφή όρια είναι ένα υγιές περιβάλλον όπου όλα τα μέλη του γνωρίζουν τις ευθύνες τους και μπορούν να συνεργάζονται αρμονικά και αποτελεσματικά.

Ορισμός ορίων βήμα-προς-βήμα

Ο Ari Rabban εξηγεί ότι ο καθορισμός ορίων είναι ευεργετικός στο πλαίσιο μία ομάδας, καθώς «δημιουργεί μία πιο θετική δυναμική. Όχι μόνο βελτιώνουν τις ικανότητες των ομάδων τους να εστιάζουν και να θέτουν προτεραιότητες, αλλά επίσης τους κάνουν όλους πιο ευτυχισμένους και πιο παραγωγικούς». Έχει δημιουργήσει έναν οδηγό βήμα προς βήμα για τον καθορισμό αποτελεσματικών ορίων μέσα σε μία ομάδα:

1. Καθορίστε το πού χρειάζονται όρια (ενθαρρύνετε τα μέλη της ομάδας να συγκεκριμενοποιήσουν και να καθορίσουν τα όρια που χρειάζονται)
2. Επιβεβαίωση (προσδιορίστε τους πέντε κορυφαίους τομείς στους οποίους απαιτούνται όρια και συζητήστε την εφαρμογή τους)
3. Χρονοδιάγραμμα (ζητήστε από κάθε μέλος της ομάδας να δημιουργήσει ένα χρονοδιάγραμμα εργασίας όπου θα λαμβάνονται υπόψη τα όρια του βήματος 1 και τα προσωπικά τους όρια)
4. Συνειδητοποίηση της παραβίασης των ορίων (να είστε προετοιμασμένοι ότι τα όρια μπορεί να παραβιαστούν).

Εκπαιδευτικός οδηγός

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Χτύπα ένα κουδούνι!

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:

Δραστηριότητα: Αυτή η δραστηριότητα είναι προσαρμοσμένη από τη «Δραστηριότητα προσωπικού χώρου» του βιβλίου εργασίας *Building Better Boundaries* («Δημιουργία Καλύτερων Ορίων») της Καναδικής Ένωσης Ψυχικής Υγείας. Στόχος αυτής της δραστηριότητας είναι να δημιουργήσει ισχυρότερους δεσμούς επικοινωνίας μεταξύ των μελών της ομάδας και να τους βοηθήσει να κατανοήσουν ο ένας τα όρια του άλλου. Για τη δραστηριότητα αυτή χρειάζονται μικρά κουδουνάκια (1 κουδουνάκι για κάθε μέλος της ομάδας).

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Όλα τα μέλη της ομάδας συγκεντρώνονται σε ένα δωμάτιο ή σε εξωτερικό χώρο και δημιουργούν ζευγάρια των δύο ατόμων.

Βήμα 2: Κάθε μέλος της ομάδας παίρνει τα κουδούνια του. Οι συμμετέχοντες σχηματίζουν δύο γραμμές ο ένας απέναντι από τον άλλον και εξασφαλίζουν ότι το ζευγάρι τους στέκεται στην απέναντι γραμμή. Η απόσταση μεταξύ των δύο γραμμών είναι 3-5 μέτρα.

Βήμα 3: Όσοι στέκονται στη μία γραμμή κλείνουν τα μάτια τους και στέκονται ακίνητοι έχοντας απόσταση 1 μέτρου από τους διπλανούς τους. Τα άτομα της άλλης γραμμής αρχίζουν να περπατούν αργά ο καθένας προς και γύρω από το ζευγάρι του.

Βήμα 4: Τα άτομα με κλειστά μάτια πρέπει να χτυπήσουν το κουδούνι τους και να ανοίξουν τα μάτια τους τη στιγμή που αισθάνονται ότι το ζευγάρι τους είναι πολύ κοντά τους. Το άτομο που κινείται πρέπει να μείνει ακίνητο όταν ακούσει το κουδούνι.

Βήμα 5: Παρατήρηση της απόστασης και γενική συζήτηση

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

Στη «Δραστηριότητα Προσωπικού Χώρου» συνιστάται να επιλέξετε κάποιον που δεν γνωρίζετε καλά για να γίνει το ζευγάρι σας σε αυτή την άσκηση.

Η δραστηριότητα μπορεί να επαναληφθεί με διαφορετικά ζευγάρια.

Περιορισμούς της δραστηριότητας για τους εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

N/A

Αξιολόγηση

Ανοιχτή συζήτηση:

- 1) Σας άρεσε αυτή η δραστηριότητα; Ποιο μέρος της σας άρεσε περισσότερο;
- 2) Τι διαφορές παρατηρήσατε στα όρια των συνομηλίκων σας; Σταμάτησαν όλοι στην ίδια απόσταση;
- 3) Πως καταλάβατε ότι ήρθε η ώρα να χτυπήσετε το κουδούνι σας;

Επιπρόσθετο υλικό:

<https://psychcentral.com/lib/the-importance-of-personal-boundaries#1>

<https://www.workplaceoptions.com/blog/management-tip-taking-the-lead-on-setting-boundaries/>

<https://thepeplementor.co.uk/managing-boundaries-and-expectations-with-your-team/>

<https://www.score.org/blog/how-your-team-can-set-effective-boundaries>

Παραπομπές:

Canadian Mental Health Association (2011), *Building Better Boundaries*, retrieved from

<https://cmhawselfhelp.ca/wp-content/uploads/2016/10/WorkbookBuilding-Better-BoundariesFeb2011.pdf>

3

S
Y



Ενότητα Κατάρτισης 3:

Φωνάξτε το!

3.1. Ενίσχυση της αυτοπεποίθησης μου

Πρόγραμμα κατάρτισης		
Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<ul style="list-style-type: none">• Περιγραφή της σημασίας της αυτοπεποίθησης ως καλλιτέχνης.• Περιγραφή τρόπων για την οικοδόμηση αυτοπεποίθησης.• Προσδιορισμός τρόπων αύξησης της αυτοπεποίθησης.	<ul style="list-style-type: none">• Παροχή ιδεών για το πώς η αυτοπεποίθηση μπορεί να βελτιώσει τον κόσμο ενός καλλιτέχνη.• Παροχή παραδειγμάτων από την πραγματική ζωή σχετικά με τις τεχνικές οικοδόμησης αυτοπεποίθησης.• Παροχή παραδειγμάτων πραγματικής ζωής για τις τεχνικές αύξησης της αυτοπεποίθησης.	<ul style="list-style-type: none">• Επίδειξη του αντίκτυπου της αυτοπεποίθησης στο έργο και την καθημερινή ζωή του καλλιτέχνη.

Θεωρητικό πλαίσιο

Μάθημα 1. Επίδειξη του αντίκτυπου της ΑΥΤΟΠΕΠΟΙΘΗΣΗΣ στο έργο και την καθημερινή ζωή του καλλιτέχνη

Η αυτοπεποίθηση ορίζεται ως «το αίσθημα εμπιστοσύνης στις ικανότητες, τις ιδιότητες και την κρίση κάποιου». Είναι αυτό σημαντικό για έναν καλλιτέχνη; Η απάντηση είναι φυσικά, ναι!

Η καλλιτεχνική αυτοπεποίθηση μας επιτρέπει

- να μη μας νοιάζει τι σκέφτονται οι άλλοι για το έργο μας
- να ακολουθούμε το χέρι μας και να ζωγραφίζουμε αυτό που μας έρχεται φυσικά
- να κάνουμε τη δική μας τέχνη με τον δικό μας τρόπο, ανεξάρτητα από το πόσο τέλεια και διαφορετική είναι η τέχνη των άλλων ανθρώπων

Καλλιτεχνική αυτοπεποίθηση είναι η ικανότητα του να αγαπάμε τον εαυτό μας και την τέχνη μας στο σημείο που βρίσκεται σήμερα. Σημαίνει η ικανότητα να αφήνουμε τη συνεχή απογοήτευση και την αυτοκριτική και να είμαστε ευγενικοί και συμπονετικοί με τον εαυτό μας και τη δουλειά μας..

«Η δημιουργική αυτοπεποίθηση είναι η ιδέα ότι έχετε μεγάλες ιδέες και ότι έχετε την ικανότητα να τις υλοποιήσετε».

-David Kelley

Η αυτοπεποίθηση μας υπενθυμίζει ότι μπορούμε να δημιουργήσουμε καλή τέχνη και μας παρακινεί να συνεχίσουμε να δουλεύουμε.



Σημαντικό ερώτημα: πρέπει να έχουμε ορισμένες δεξιότητες για να αποκτήσουμε αυτοπεποίθηση ή πρέπει να έχουμε αυτοπεποίθηση για να μπορέσουμε να αναπτύξουμε καλλιτεχνικές δεξιότητες;

Η αυτοπεποίθηση και οι δεξιότητες έρχονται μόνο με την **πράξη**.

Η πραγματική αυτοπεποίθηση έρχεται μόνο μέσω της τέχνης, της προόδου, και της συνεχής ωρίμανσης.



➤ **Μάθημα 2. Τρόποι για να χτίσουμε και να αυξήσουμε την αυτοπεποίθησή μας ως καλλιτέχνες**

Αγκαλιάστε την «αποτυχία»

Κάθε εμπειρία θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως εμπειρία μάθησης, ανεξάρτητα από το αποτέλεσμα. Αυτό περιλαμβάνει και τις εμπειρίες που θεωρούμε «αποτυχίες». Μεγαλώνουμε καλλιτεχνικά μέσα από κάθε εμπειρία. Πρέπει να μάθουμε τι δεν λειτουργεί πριν μπορέσουμε να εφαρμόσουμε αυτό που ξέρουμε ότι θα λειτουργήσει. Έτσι, κάθε φορά που «αποτυγχάνουμε», αναπτυσσόμαστε.

➤ Σταματήστε να συγκρίνετε τον εαυτό σας με άλλους

Ενώ είναι απολύτως αποδεκτό να επηρεάζεστε από άλλους καλλιτέχνες, είναι σημαντικό να μην ξεχνάτε το γεγονός ότι δεν είστε εσείς αυτοί. Αν αρχίσετε να συγκρίνετε τον εαυτό σας με άλλους, χάνετε γρήγορα τη μοναδική καλλιτεχνική σας ταυτότητα.

Ως άτομα πρέπει να αγκαλιάζουμε τις διαφορές μας. Ως καλλιτέχνες, θα πρέπει να κάνουμε το ίδιο.

Ξεπεράστε το σύνδρομο του απατεώνα

Αρκετοί καλλιτέχνες περνούν το σύνδρομο του απατεώνα. Δυσκολεύονται να προωθήσουν και να πουλήσουν τα έργα τους και αισθάνονται ανεπαρκείς. Προτείνω στους καλλιτέχνες να αναγνωρίσουν ότι κανείς δεν γνωρίζει το έργο τους τόσο καλά όσο οι ίδιοι. Οι καλλιτέχνες συχνά το ξεχνούν αυτό.

Αφήστε τον εαυτό σας να είναι ο ειδικός. Κανείς δεν γνωρίζει το έργο τέχνης σας καλύτερα από εσάς.

➤ Γίνετε δια βίου μαθητής

Είναι σημαντικό να εκπαιδεύεστε συνεχώς και να σκέφτεστε το έργο σας και τη δήλωση του καλλιτέχνη.

Σκεφτείτε γιατί η τέχνη σας έχει σημασία και γιατί οι άνθρωποι πρέπει να ενδιαφέρονται. Διαλογιστείτε πάνω σε αυτό και κατανοήστε το έργο σας. Συγκεντρώστε τις ιδέες σας με τρόπο που να μπορείτε να τις εκφράσετε στους άλλους. Και, μάθετε όσα περισσότερα μπορείτε όσον αφορά τις πωλήσεις και το μάρκετινγκ. Πρέπει να μαθαίνετε συνεχώς και να επιδιώκετε ευκαιρίες επαγγελματικής ανάπτυξης. Το να ξέρετε πώς να διατυπώνετε την τέχνη σας όταν ασχολείστε με τις πωλήσεις και το μάρκετινγκ μόνο θα σας βοηθήσει.

Προσπαθήστε να γίνετε ένας δια βίου μαθητής και να το γιορτάζετε αυτό.



Εκπαιδευτικός οδηγός

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Κάντε τον δικό σας έλεγχο πραγματικότητας

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αυτή η δραστηριότητα βοηθά στο να καθορίσετε τις αρνητικές σκέψεις και να τις αντιμετωπίσετε

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΒΗΜΑ

Μερικές φορές είναι εύκολο να αφήσουμε αρνητικές σκέψεις να εισβάλουν στον εγκέφαλό μας, όπως «κανείς δεν θα αγοράσει την τέχνη μου, κανείς δεν θα ενδιαφερθεί, δεν είμαι αρκετά καλή κ.λπ.».

- 1- Ο εκπαιδευτής ζητά από τους συμμετέχοντες να φέρουν μία κόλλα χαρτί, να προσδιορίσουν αυτές τις σκέψεις και να τις γράψουν.

Για να βοηθήσει τους συμμετέχοντες σε αυτό το έργο, ο εκπαιδευτής μπορεί να χρησιμοποιήσει το ακόλουθο εργαλείο THINK! και να τους ρωτήσει:

Μόλις παρατηρήσετε την ενοχλητική σκέψη, ρωτήστε τον εαυτό σας αν αυτή η σκέψη είναι

Αλήθεια		Υπάρχει κάποια απόδειξη που το επιβεβαιώνει; Ποια είναι τα δεδομένα;
Βοηθητική	;	Είναι χρήσιμη αυτή η σκέψη τώρα;
Σημαντική	;	Είναι σημαντική αυτή η σκέψη τώρα;
Απαραίτητη	;	Είναι απαραίτητη αυτή η σκέψη; Πρέπει να κάνω κάτι για αυτή τη σκέψη τώρα;
Ευγενική		Είναι ευγενική προς εμένα ή προς τους άλλους;

Πηγή: <https://www.getselfhelp.co.uk/>

2- Ο εκπαιδευτής ξεκινά τη συζήτηση/ το ντιμπέιτ (debate):

- Αν δεν έχουν αποδείξεις, τότε δεν είναι ακριβείς.
- Εάν έχουν στοιχεία, μπορούν να καταγραφούν και να συζητήσουν μαζί πώς να τα λύσουν.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΕΣ

- Να ενθαρρύνουν την ενεργή συμμετοχή των μαθητών
- Να δώσουν τη δυνατότητα σε όλους να μιλήσουν
- Να ενθαρρύνουν την «ανταλλαγή εμπειριών» μεταξύ των συμμετεχόντων
- Να διερευνήσουν τις ενότητες «περαιτέρω ανάγνωση» και «αναφορά»!

Περιορισμοί αυτής της δραστηριότητας για τους εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

N/A

Αξιολόγηση

Ανοικτές ερωτήσεις:

- Έχετε σκεφτεί ποτέ κάτι για την αυτοπεποίθηση και τη σημασία της;
- Εφαρμόζετε έναν ή περισσότερους από τους αναφερόμενους τρόπους για να χτίσετε ή να αυξήσετε την αυτοπεποίθησή σας;
- Εάν ναι, μπορείτε να τους μοιραστείτε και να τους εξηγήσετε στην ομάδα;

- Πιστεύετε ότι αυτές οι τεχνικές είναι χρήσιμες στη δική σας περίπτωση; Γιατί;

Επιπρόσθετο υλικό:

<https://www.youtube.com/watch?v=3T2Qe84XM-k>

<https://www.youtube.com/watch?v=3efO-xTqJmc>

Cognitive Behaviour Therapy (Θεραπεία Γνωστικής Συμπεριφοράς)

- <https://www.getselfhelp.co.uk/cognitive-behaviour-therapy/>

- <https://www.getselfhelp.co.uk/cbt-self-help-course-step-1/>

- <https://www.apa.org/ptsd-guideline/patients-and-families/cognitive-behavioral>

Παραπομπές:

The Secret to Building Artistic Confidence (Το μυστικό για την καλλιέργεια της καλλιτεχνικής αυτοπεποίθησης)

<https://might-could.com/essays/the-secret-to-building-artistic-confidence/>

Artistic Self Confidence – Why You Need it and Why it's Important (Καλλιτεχνική αυτοπεποίθηση - Γιατί την χρειάζεστε και γιατί είναι σημαντική)

<https://thevirtualinstructor.com/blog/artistic-self-confidence>

How Artists Can Build Self-Confidence That Lasts (Πώς οι καλλιτέχνες μπορούν να οικοδομήσουν αυτοπεποίθηση που διαρκεί)

<https://www.artworkarchive.com/blog/how-artists-can-build-self-confidence-that-lasts>

ΣΚΕΦΤΕΙΤΕ!

<https://www.getselfhelp.co.uk/think/>

3.2. Ενισχύοντας το προσωπικό μου προφίλ

Εκπαιδευτικό πρόγραμμα		
Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<ul style="list-style-type: none">• Ορισμός της έννοιας του branding• Περιγραφή των τρόπων βελτίωσής του προσωπικού σας προφίλ• Εξήγηση των αναγκών ενός καλλιτέχνη να γίνει αντιληπτός, να εκθέσει τον εαυτό του και να τον θυμούνται	<ul style="list-style-type: none">• Εφαρμογή των αρχών του branding στον καλλιτεχνικό τομέα.• Επιλογή των καταλληλότερων τεχνικών για την ενίσχυση ενός προσωπικού καλλιτεχνικού προφίλ.• Παροχή συγκεκριμένων παραδειγμάτων και πρακτικών εργαλείων για την ενίσχυση της δημοτικότητας ενός καλλιτέχνη	<ul style="list-style-type: none">• Αξιολόγηση της καταλληλότερης τεχνικής branding σύμφωνα με τους εκπαιδευόμενους• Συντονισμός ενός πλήρους σχεδίου δράσης για τη βελτίωση ενός συγκεκριμένου καλλιτεχνικού προφίλ

Θεωρητικό πλαίσιο

Η βελτίωση του προσωπικού σας προφίλ δεν είναι πάντα τόσο εύκολη, αλλά ταυτόχρονα είναι ένα θεμελιώδες βήμα αν θέλετε να κάνετε την τέχνη την κύρια δραστηριότητά σας. Το καλύτερο είναι ότι δεν είναι αδύνατο! Στις επόμενες παραγράφους θα βρείτε χρήσιμες πληροφορίες και βήματα για το πώς να βελτιώσετε το προσωπικό σας καλλιτεχνικό προφίλ.

Δημιουργία εμπορικού καλλιτεχνικού σήματος

Πρόκειται για τη δημιουργία μίας **καλλιτεχνικής ταυτότητας** και μίας **καλλιτεχνικής δήλωσης**



Για να γίνει αυτό, πρέπει να απαντηθούν ορισμένα ερωτήματα. Ποιος είστε ως καλλιτέχνης; Από πού προέρχεστε; Ποια είναι η άποψή σας; Τι προσπαθείτε να πείτε μέσω του έργου σας; Τι σημαίνει η τέχνη σας για εσάς; Πώς η τέχνη σας είναι μοναδική; Απαντήστε σε αυτές τις βασικές ερωτήσεις και μοιραστείτε περισσότερα για το ποιος είστε ως καλλιτέχνης. Αυτό βοηθά τους ανθρώπους να συσχετιστούν με εσάς και την τέχνη σας σε ένα πιο προσωπικό επίπεδο. Σας κάνει αξιωματικούς και κάνει την τέχνη σας πιο προσιτή.

Μόλις δημιουργήσετε μία ξεχωριστή ταυτότητα καλλιτέχνη, θα πρέπει να δημιουργήσετε μία μοναδική δήλωση branding που θα παρουσιάζει αποτελεσματικά την τέχνη σας. Οι λέξεις δεν έρχονται εύκολα όταν περιγράφεις τα έργα τέχνης, την πολυπλοκότητά τους, το ύφος τους και τα μοναδικά μηνύματα που μεταφέρουν. Ωστόσο, αν θέλετε να προωθήσετε τον εαυτό σας ως καλλιτέχνη, θα πρέπει να εκφράσετε την ουσία του έργου σας.

Για παράδειγμα, αν είστε ζωγράφος τοπίου που ασχολείται με περιβαλλοντικά θέματα, η δήλωση της επωνυμίας σας μπορεί να ακούγεται ως εξής:

«Οικολογικός καλλιτέχνης τοπίου. Αγωνίζομαι για τον πλανήτη με ζωντανά χρώματα.»

Το branding είναι επίσης η δημιουργία ολόκληρου του πακέτου που περιλαμβάνει το όνομα της μάρκας, το λογότυπο, τη χρωματική παλέτα, τους τόνους της φωνής κ.λπ. Όλα αυτά τα στοιχεία του εμπορικού σήματος πρέπει να είναι ιδιαίτερα σχετιζόμενα με το κοινό-στόχο σας. Τώρα πρέπει να ενσωματώσετε αυτά τα στοιχεία της μάρκας σε κάθε κανάλι που χρησιμοποιείτε για την προβολή, όπως ο ιστότοπός σας, τα προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι επαγγελματικές κάρτες, ώστε οι δυνητικοί πελάτες να μπορούν να αναγνωρίσουν τη μάρκα σας με την πρώτη ματιά.

Τι είναι το όραμα σας;



Τι θέλετε να πετύχετε; Τι ελπίζετε να πετύχετε με το brand σας ως καλλιτέχνης; Θέλετε απλώς να μοιραστείτε την τέχνη σας δημόσια και να συγκεντρώσετε μεγαλύτερη προβολή ως καλλιτέχνης; Ή μήπως θέλετε να αρχίσετε να πουλάτε την τέχνη σας με μερική απασχόληση; Θέλετε να μετατρέψετε την τέχνη σας σε καριέρα πλήρους απασχόλησης; Πρέπει να καθορίσετε τι θέλετε να πετύχετε, ώστε να διασφαλίσετε ότι κάνετε τα σωστά βήματα για την επίτευξη των στόχων σας.

Διαδώστε το και μπείτε στην καλλιτεχνική σκηνή

Η δικτύωση είναι ένα από τα βασικά βήματα που πρέπει να κάνετε για να διαδώσετε την τέχνη σας. Ξεκινήστε συμμετέχοντας σε διάφορα έργα στην καλλιτεχνική σας κοινότητα, όπως εκθέσεις τέχνης ή φιλανθρωπικές εκδηλώσεις. Αυτού του είδους η συμμετοχή θα τραβήξει την απαραίτητη προσοχή στο έργο τέχνης σας.



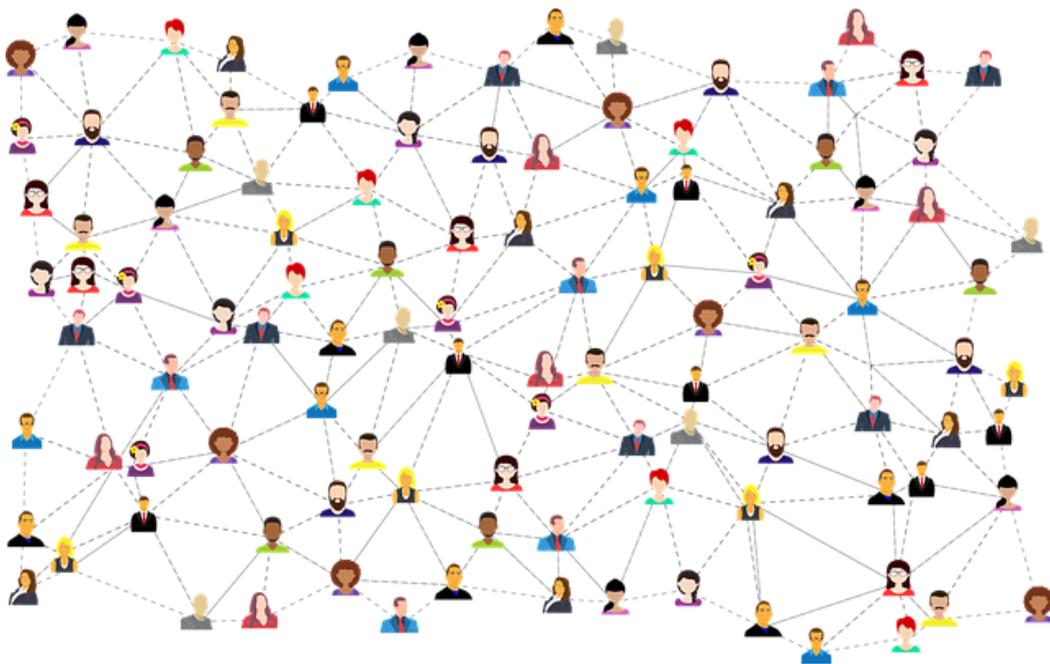
Να είστε προνοητικοί! Επισκεφθείτε εκθέσεις τέχνης, επικοινωνήστε με εμπόρους τέχνης και επιμελητές και αρχίστε να μοιράζετε αυτές τις καλοφτιαγμένες επαγγελματικές κάρτες. Μη φοβηθείτε να ζητήσετε βοήθεια από καταξιωμένους καλλιτέχνες της κοινότητάς σας.

Ένα καλό πρώτο βήμα για να οικοδομήσετε μία σχέση με τις αγαπημένες σας μάρκες προμηθειών τέχνης είναι να ενημερώνεστε για τα προϊόντα τους και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Κάντε την καλύτερη χρήση των κοινωνικών δικτύων

Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν γίνει ένα από τα πιο σημαντικά μέσα μετάδοσης και μάρκετινγκ και αποτελούν έναν από τους καλύτερους τρόπους για να ορίσετε το εμπορικό σας σήμα στην καλλιτεχνική κοινότητα. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σας επιτρέπουν να προσεγγίσετε γρήγορα ένα παγκόσμιο κοινό. Πιθανότατα είστε ήδη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μοιράζεστε τη δουλειά σας μέσω του προσωπικού σας λογαριασμού. Ωστόσο, αν θέλετε σοβαρά να κάνετε branding ως καλλιτέχνης, θα πρέπει να δημιουργήσετε ένα προφίλ αφιερωμένο στην τέχνη σας. Πολλοί καλλιτέχνες σήμερα στρέφονται περισσότερο προς τα προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να παρουσιάσουν και να προωθήσουν το χαρτοφυλάκιό τους, αντί να εγκαινιάζουν ιστοσελίδες καλλιτεχνών, η κατασκευή και η συντήρηση των οποίων μπορεί να είναι δαπανηρή.

Η αλληλεπίδραση με το κοινό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στη δημιουργία μίας επιτυχημένης καλλιτεχνικής μάρκας. Κάθε ακόλουθος μετράει και ο καλλιτέχνης πρέπει να είναι πάντα εύκολα προσβάσιμος για ένα σχόλιο ή μία απάντηση, διότι αυτό δείχνει ότι νοιάζεται για τους ανθρώπους που σέβονται το έργο του. Όλες αυτές οι συμβουλές μπορούν να εφαρμοστούν στον ιστότοπο των καλλιτεχνών. Ο ιστότοπός σας θα πρέπει να είναι πάντα ενημερωμένος και να περιέχει σχετικές πληροφορίες σχετικά με το έργο σας.



Πώς μπορώ να κρατήσω τους θαυμαστές / οπαδούς / συλλέκτες μου; Αν οι οπαδοί σας είναι εκεί για την τέχνη, πιθανότατα μοιράζονται παρόμοιο πάθος και εκτίμηση για την τέχνη με εσάς. Μοιραστείτε τι σας εμπνέει να κάνετε τέχνη, αποφθέγματα που σας παρακινούν να δημιουργήσετε, τυχόν αξιοσημείωτα νέα και τάσεις της τέχνης, καθώς και συμβουλές που μπορείτε να προσφέρετε σε άλλους καλλιτέχνες.

Τι να κάνετε εάν κάτι πάει λάθος

Έχετε κολλήσει σε μία ρουτίνα ή δεν βλέπετε πρόοδο στην καλλιτεχνική σας επιχειρηματικότητα; Η απάντηση είναι απλή. Επαναπροσδιορίζετε το εμπορικό σας σήμα. Το από πού ξεκινάει η μάρκα σας δεν εγγυάται πού θα καταλήξει. Μπορείτε πάντα να περιστρέψετε, να αλλάζετε και να επανεκτιμάτε τον τρόπο με τον οποίο μοιράζεστε την τέχνη σας με τους άλλους. Και πώς μπορείτε να κάνετε re-branding; Ξεκινήστε από την κορυφή αυτής της λίστας και προχωρήστε προς τα κάτω.



Η απλά αισθάνεστε ότι κάτι πρέπει να αλλάξει; Ανεξάρτητα από το πόσο ισχυρή και επιτυχημένη μπορεί να είναι η προσωπική σας μάρκα, θα αισθάνεστε την ανάγκη να αλλάξετε κάθε τόσο. Και αυτό είναι μία διαδικασία ανάπτυξης και ωρίμανσης ως καλλιτέχνης και δεν σημαίνει ότι θα προδώσετε τις βασικές αρχές της τέχνης σας και της δημιουργικής σας έκφρασης περνώντας από αυτή την αλλαγή.

Όταν η τέχνη σας γίνεται επαναλαμβανόμενη ή αν περνάτε μία σοβαρή περίοδο δημιουργικού μπλοκαρίσματος, μπορεί να είναι η κατάλληλη στιγμή για να επαναπροσδιορίσετε την καλλιτεχνική σας προσωπικότητα. Αυτό είναι κάτι που κάνουν κατά καιρούς οι σούπερ σταρ της δημοφιλούς κουλτούρας και έχει αποτέλεσμα. Πάρτε για παράδειγμα τη Lady Gaga!

Συμβουλές μπόνους για να βελτιώσετε το προσωπικό σας προφίλ

- Εκτοξεύστε τη λίστα αλληλογραφίας σας

- Προσθέστε ένα blog στην ιστοσελίδα σας
- Πάρτε τους οπαδούς σας να σας προωθήσουν
- Προωθήστε την κατηγορία σας (Cross-Promote) με άλλους καλλιτέχνες
- Συντάξτε το δελτίο τύπου σας
- Ελέγξτε τις δημόσιες χρηματοδοτούμενες ευκαιρίες
- Ευδοκιμήστε με την υποστήριξη ενός οργανισμού καλλιτεχνών
- Πάρτε μέρος στην κοινότητά σας!

Εκπαιδευτικός οδηγός

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Η εργαλειοθήκη σας

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:

Η δραστηριότητα αυτή αποσκοπεί στην εξοικείωση του εκπαιδευόμενου με το ευρύ φάσμα των υφιστάμενων διαδικτυακών και μη διαδικτυακών εργαλείων, προκειμένου να βελτιώσει το προσωπικό του προφίλ και να τα χρησιμοποιεί σε καθημερινή βάση.

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΒΗΜΑ

- 1- Ο εκπαιδευτής προτείνει ένα σχέδιο δράσης με βάση το θεωρητικό μέρος.
- 2- Ο εκπαιδευτής δείχνει στους εκπαιδευόμενους τα εργαλεία του παρακάτω πίνακα

Διαδικτυακά εργαλεία	Εργαλεία εκτός σύνδεσης	Εκτύπωση
<ul style="list-style-type: none"> • Ιστοσελίδες • Ηλεκτρονικές αγορές • Blogs • Λίστα αλληλογραφίας • Ενημερωτικά Δελτία • Δελτία τύπου • Διαγωνισμοί 	<ul style="list-style-type: none"> • Δημόσιες ευκαιρίες • Οργανισμοί τέχνης • Κοινότητα • Διδασκαλία • Τηλεόραση και κινηματογράφος • Εκθέσεις τέχνης • Εκδότες • Γκαλερί • Δικτύωση 	<ul style="list-style-type: none"> • Επαγγελματικές κάρτες • Φυλλάδια & αφίσες • Καρτ ποστάλ • Εμπορεύματα

<ul style="list-style-type: none"> • Μέσα κοινωνικής δικτύωσης • Επιχορηγήσεις • Δημόσιες ευκαιρίες 	<ul style="list-style-type: none"> • Συνεργασίες 	
--	---	--

3 - Ο εκπαιδευτής ζητάει από τους εκπαιδευόμενους να γράψουν ποια στοιχεία θα επέλεγαν για να τους βοηθήσουν να επιτύχουν το στόχο τους και πώς (δίνοντάς τους 20-30 λεπτά).

4- Ο εκπαιδευτής ενθαρρύνει τους εκπαιδευόμενους να μοιραστούν τις σκέψεις τους.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

- Ενθαρρύνετε την ενεργό συμμετοχή των εκπαιδευομένων
- Δώστε τη δυνατότητα σε όλους να μιλήσουν
- Ενθαρρύνετε την «ανταλλαγή εμπειριών» μεταξύ των συμμετεχόντων
- Διερευνήστε τις ενότητες «περαιτέρω ανάγνωση» και «αναφορά»!

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

N/A

Αξιολόγηση

Ερωτήσεις αυτοαναστοχασμού

- Έχετε σκεφτεί ποτέ πώς να βελτιώσετε το προσωπικό σας προφίλ;
- Υπάρχει κάποιο βήμα με το οποίο μπορείτε να ταυτιστείτε;
- Υπάρχει κάποιος περιορισμός για εσάς στο να ακολουθήσετε την όλη διαδικασία που εξηγήθηκε για να βελτιώσετε το προσωπικό σας προφίλ;
- Εάν ναι, ποιες είναι οι εναλλακτικές λύσεις;
- Πιστεύετε ότι ο παρών οδηγός είναι χρήσιμος για τους σκοπούς σας; Γιατί;

Επιπρόσθετο υλικό:

Ο άφθονος καλλιτέχνης

<https://theabundantartist.com/blog/>

Χτίζοντας το καλλιτεχνικό σας προφίλ

<https://artists.spotify.com/en/video/building-your-artist-profile>

5 Βασικά στοιχεία της δημιουργίας προφίλ για τους επιχειρηματίες των τεχνών

<https://andrewgcheek.medium.com/5-basics-of-profile-building-for-artists-arts-entrepreneurs-5b64ed75856e>

ΠΩΣ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΤΗΝ ΤΕΧΝΗ ΣΑΣ ΝΑ ΞΕΧΩΡΙΖΕΙ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;

<https://theabundantartist.com/how-to-make-your-art-stand-out-online/>

3 Τρόποι να κάνετε τον εαυτό σας να διαφέρει: Καλλιτεχνική ταυτότητα, όραμα, και πρόθεση | Μουσική επιχείρηση

<https://youtu.be/8BPRJIDQcpA>

Παραπομπές:

Πώς να χτίσετε ένα εμπορικό σήμα ως καλλιτέχνης, 7 συμβουλές για επιτυχία

<https://www.artistsnetwork.com/art-business/build-brand-artist-tips-success/>

Πώς να χτίσετε την ταυτότητα σας και την καλλιτεχνική σας ταυτότητα

<https://www.artdex.com/how-to-build-your-brand-and-artist-identity/>

Πώς να εκθέσετε την τέχνη σας - Ο πλήρης οδηγός για να γίνει αντιληπτή η τέχνη σας

<https://www.smartartisthub.com/blog/how-to-get-exposure-for-your-art-the-complete-guide>

4

S
S
Y



Εκπαιδευτική Ενότητα 4:

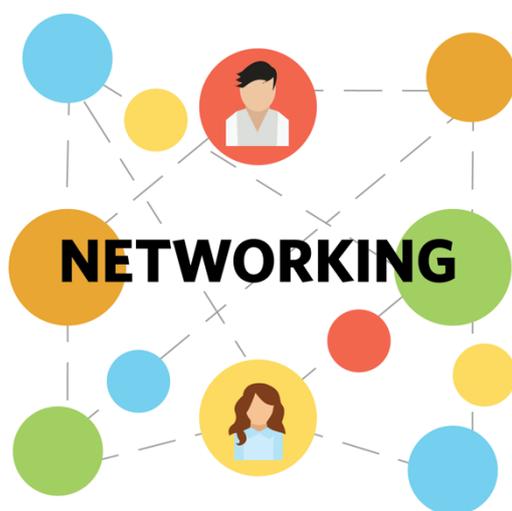
Κοινωνικοποίηση

4.1. Δεξιότητες Δικτύωσης

Πρόγραμμα σπουδών κατάρτισης

Γνώση	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<p>Οι καλλιτέχνες θα:</p> <ul style="list-style-type: none">κατανοήσουν τη σημασία της δικτύωσης.μάθουν πώς να δημιουργούν και να αναπτύσσουν ένα δίκτυο.	<ul style="list-style-type: none">Ανάπτυξη ευαισθητοποίησης σχετικά με τη σημασία της δικτύωσης για την επιχειρηματική επιτυχία.Ανάπτυξη σχεδίου δράσης για την αύξηση της δικτύωσης.	<ul style="list-style-type: none">Αξιολογήστε την τρέχουσα δραστηριότητα δικτύωσης.Δράση για την ανάπτυξη και ενίσχυση των ευκαιριών δικτύωσης.

Θεωρητικό πλαίσιο



Τι είναι η δικτύωση;

Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι δικτύωσης, αλλά όσον αφορά τις επιχειρήσεις, η δικτύωση είναι η διαδικασία δημιουργίας μίας σειράς επαγγελματικών επαφών, η ανταλλαγή πληροφοριών μαζί τους και η τακτική επαφή. Η δικτύωση μπορεί να είναι επίσημη ή ανεπίσημη και σήμερα είναι εξίσου πιθανό να γίνεται σε διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες όσο και πρόσωπο με πρόσωπο στον πραγματικό κόσμο. Οι επαγγελματίες χρησιμοποιούν τη δικτύωση για να διευρύνουν τους κύκλους των γνωριμιών τους, να μάθουν περισσότερα για τις ευκαιρίες στον τομέα τους και να αυξήσουν την ευαισθητοποίησή τους για τα νέα και τις τάσεις στον τομέα τους ή στον ευρύτερο κόσμο.

Εκτός από τα επαγγελματικά δίκτυα. Εκτός από τα επιχειρηματικά δίκτυα, οι άνθρωποι συχνά δικτυώνονται και με βάση άλλα κοινά σημεία ενδιαφέροντος, όπως αθλητικούς συλλόγους, θρησκευτικές ομάδες ή ένας σύλλογος αποφοίτων κολλεγίου/πανεπιστημίου.

Γιατί είναι σημαντική η δικτύωση?

Η δικτύωση είναι το κλειδί για μία επιτυχημένη σύγχρονη επιχείρηση, καθώς ανοίγει ευκαιρίες που διαφορετικά μπορεί να μην παρουσιαστούν. Όσο περισσότερο συνδέεστε με τους ανθρώπους και αποδεικνύετε την εμπειρία σας, τόσο πιο πιθανό είναι να θέλουν να συνεργαστούν μαζί σας. Οι επαφές που γίνονται μέσω της επιχειρηματικής δικτύωσης είναι επίσης πιο πιθανό να σας παραπέμψουν σε ανθρώπους που έχουν κάποιο πρόβλημα που ξέρουν ότι μπορείτε να βοηθήσετε να το λύσετε. Καθώς μοιράζεστε τις γνώσεις σας με ανθρώπους του κλάδου σας, άλλοι θα κάνουν το ίδιο για εσάς. Αυτό θα σας βοηθήσει να μάθετε τις εμπειρίες άλλων ανθρώπων και να αποκαλύψετε τρόπους με τους οποίους μπορείτε να λύσετε τα δικά σας προβλήματα. Σε έναν συνεχώς μεταβαλλόμενο κόσμο, είναι επίσης σημαντικό να ενημερώνεστε για τις εξελίξεις στον κλάδο σας και η δικτύωση θα σας βοηθήσει να διασφαλίσετε ότι γνωρίζετε τους παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν την επιχείρησή σας. Η δικτύωση με ανθρώπους τόσο εντός όσο και εκτός του συγκεκριμένου τομέα της επιχείρησής σας διευρύνει τις γνώσεις σας και βελτιώνει την αυτοπεποίθησή σας, γεγονός που είναι ευεργετικό για την ψυχική σας υγεία.

Ποιοι διαφορετικοί τύποι δραστηριοτήτων δικτύωσης υπάρχουν;

Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να ασχοληθείτε με τη δικτύωση επιχειρήσεων:

Παραδείγματα δικτύωσης πρόσωπο με πρόσωπο:

- Εμπορικές εκθέσεις
- Συνέδρια
- Φιλοξενημένες συναντήσεις

- Επιχειρηματικές ενώσεις και άλλοι τοπικοί οργανισμοί (όπως τα εμπορικά επιμελητήρια στο Ηνωμένο Βασίλειο)
- Εργαστήρια
- Κοινωνικές εκδηλώσεις
-

Παραδείγματα διαδικτυακής δικτύωσης:

- LinkedIn
- Ομάδες στο Facebook
- Twitter
- Meetup.com και άλλοι διαδικτυακοί κατάλογοι
- Zoom ή άλλες πλατφόρμες συνομιλίας μέσω βίντεο

Ποιες στρατηγικές μπορούν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη του δικτύου μου;

Υπάρχουν πολλά πράγματα που πρέπει να κάνετε ή να μην κάνετε για την επαγγελματική δικτύωση, είτε πρόσωπο με πρόσωπο είτε μέσα από το διαδίκτυο:

Τι να κάνετε:

- Χαμογελάστε και συστηθείτε
- Προετοιμάστε θέματα για να ξεκινάτε ή να τελειώνετε μία συνομιλία
- Συνεχίστε τη δικτύωση πρόσωπο με πρόσωπο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Κάντε το προσωπικό
- Να είστε επίμονοι
- Στείλτε συνεπή μηνύματα
- Κάντε το μία συνεχή σχέση

Τι να μην κάνετε:

- Να κοιτάζετε το τηλέφωνό σας
- Να ξεκινήσετε μία συζήτηση με την επαγγελματική σας κάρτα
- Να είστε παθητικός ακροατής
- Να εκφοβίζεστε από τους ρόλους/επιτυχίες των άλλων ανθρώπων
- Να φοβάστε να κάνετε ερωτήσεις
- Να προωθείτε τον εαυτό σας με υπερβολικό ζήλο

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Αξιολόγηση της τρέχουσας δραστηριότητας δικτύωσης

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η δραστηριότητα έχει σχεδιαστεί για να ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες να ελέγξουν την τρέχουσα δραστηριότητα δικτύωσης και να εντοπίσουν τα άτομα που είναι ή θα μπορούσαν να είναι πολύτιμα για αυτούς όσον αφορά τη δικτύωση.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Ο εκπαιδευτής ζητά από τους συμμετέχοντες να συντάξουν έναν κατάλογο με όλα τα άτομα με τα οποία συνεργάζονται σήμερα ή, αν είναι εντελώς νέοι στη δικτύωση, έναν κατάλογο με άτομα (ή οργανισμούς) που γνωρίζουν με τα οποία θα μπορούσαν να ξεκινήσουν τη δικτύωση. Είναι σημαντικό εδώ ο ορισμός της δικτύωσης να είναι ευρύς: ενώ θα πρέπει να απαριθμούνται συγκεκριμένες επαγγελματικές επαφές, οι συμμετέχοντες θα πρέπει επίσης να ενθαρρύνονται να σκεφτούν τους φίλους (ακόμη και τους φίλους των φίλων) και τα μέλη της οικογένειας που είναι ήδη (ή θα μπορούσαν να γίνουν) μέρος του ευρύτερου δικτύου τους. Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να ενθαρρύνονται να είναι δημιουργικοί: αντί να συντάξουν έναν γραπτό κατάλογο, θα πρέπει να χρησιμοποιήσουν τις καλλιτεχνικές τους ικανότητες για να δημιουργήσουν μία οπτική αναπαράσταση των επαφών που ήδη γνωρίζουν. Για παράδειγμα, θα μπορούσαν να δημιουργήσουν χρωματικά κωδικοποιημένα πορτραίτα των γνωστών επαφών τους, έτοιμα να χρησιμοποιηθούν στη δραστηριότητα της χοάνης που ακολουθεί.

Βήμα 2: Χρησιμοποιώντας έναν πίνακα, ο εκπαιδευτής παρουσιάζει το χωνί δικτύωσης (βλ., παρακάτω) και εξηγεί τις τέσσερις διαφορετικές κατηγορίες δικτύωσης. Οι συμμετέχοντες θα πρέπει στη συνέχεια να τοποθετήσουν καθένα από τα άτομα ή τους οργανισμούς που εντόπισαν στο Βήμα 1 σε μία από τις τέσσερις κατηγορίες του χωνιού δικτύωσης.

The networking funnel

- 1 People you've only just met
- 2 People you've known for some time
- 3 People you know well
- 4 Deep and personal connections

Βήμα 3: Ο εκπαιδευτής ζητά από τους συμμετέχοντες να χρησιμοποιήσουν τις καλλιτεχνικές τους ικανότητες για να δημιουργήσουν μία οπτική αναπαράσταση του χωνιού που μπορούν να χρησιμοποιήσουν σε συνδυασμό με τις δημιουργικές αναπαραστάσεις τους από το Βήμα 1. Για παράδειγμα, θα μπορούσαν να δημιουργήσουν ένα σχέδιο τοπίου με τέσσερις διακριτές περιοχές (όπως ο ουρανός στην κορυφή και ο ωκεανός στο κάτω μέρος) και στη συνέχεια να τοποθετήσουν τα άβαταρ τους πάνω στο σχέδιο, προσδιορίζοντας τα άτομα ή τους οργανισμούς που θα ήθελαν να ανεβάσουν μία κατηγορία. Έτσι, για παράδειγμα, μπορεί να εντοπίσουν κάποιον που μόλις γνώρισαν και θα ήθελαν να γίνει κάποιος που γνωρίζουν καλά, καθώς πιστεύουν ότι αυτό θα ωφελήσει μακροπρόθεσμα την επιχείρησή τους.

Βήμα 4: Ο εκπαιδευτής ζητά από κάθε συμμετέχοντα να αρχίσει να παράγει ένα δημιουργικό προσωπικό σχέδιο δράσης. Αυτό μπορεί να είναι γραπτό ή οπτικό. Σε αυτό το στάδιο, το σχέδιο δράσης θα πρέπει να προσδιορίζει τα άτομα ή τους οργανισμούς με τους οποίους πιστεύουν ότι είναι σημαντικό να αναπτύξουν μία σχέση δικτύωσης. Οι μέθοδοι για την επίτευξη αυτού του στόχου θα προσδιοριστούν στην επόμενη δραστηριότητα.

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Προσδιορισμός στρατηγικών για την αύξηση της δραστηριότητας δικτύωσης

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:

Αυτή η δραστηριότητα έχει σχεδιαστεί για να ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες να εντοπίσουν και να συζητήσουν διάφορες μεθόδους που θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν για να αυξήσουν τη δραστηριότητά τους στη δικτύωση και να κάνουν βαθύτερες συνδέσεις με τα άτομα ή τους οργανισμούς που έχουν ήδη αναγνωρίσει ως ζωτικής σημασίας για την επιτυχία της επιχείρησής τους.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Σε έναν πίνακα, ο εκπαιδευτής σχεδιάζει δύο στήλες με τις επικεφαλίδες «δικτύωση πρόσωπο με πρόσωπο» και «διαδικτυακή δικτύωση». Στη συνέχεια ζητείται από τους συμμετέχοντες να προσδιορίσουν όσο το δυνατόν περισσότερους τρόπους δικτύωσης για κάθε τύπο. Ο εκπαιδευτής πρέπει να διασφαλίσει ότι κάθε μία από τις μεθόδους που προσδιορίστηκαν στο Θεωρητικό Πλαίσιο παραπάνω περιλαμβάνεται στον τελικό πίνακα.

Βήμα 2: Μόλις ολοκληρωθεί ο πίνακας, ο εκπαιδευτής δείχνει στους συμμετέχοντες ένα παράδειγμα συγκεκριμένου σχεδίου δράσης για την έναρξη της δικτύωσης με ένα άτομο. (βλ. παρακάτω) Πρόκειται για ένα γραπτό σχέδιο δράσης, αλλά καθώς οι συμμετέχοντες είναι καλλιτέχνες, μπορεί να επιθυμούν να δημιουργήσουν μία οπτική/διαγραμματική εκδοχή αυτού του σχεδίου δράσης που να ανταποκρίνεται στις δικές τους ανάγκες.

Who to contact?

Simon Bishop

Why?

Simon runs a successful Etsy business selling portraits of pets and has ten years' experience of running online shops.

Actions:

- 1) Email Simon via his contact details on Etsy.
- 2) Search for Simon on Twitter and send message.

Deadline: 5th May

Βήμα 3: Οι συμμετέχοντες επιστρέφουν στο σχέδιο δράσης που ξεκίνησαν νωρίτερα για να αναπτύξουν παρόμοια σχέδια για καθένα από τα άτομα/οργανισμούς που εντόπισαν στην πρώτη δραστηριότητα με σχετικές προθεσμίες για το καθένα. Είναι σημαντικό ο εκπαιδευτής να επαναλάβει τη σημασία της αποφυγής γενικών αιτημάτων - η επαφή με κάθε άτομο ή οργανισμό πρέπει να είναι προσωπική.

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

N/A

Αξιολόγηση

Ανοικτή συζήτηση:

- 1) Πώς αισθάνεστε για τη δικτύωση;

2) Θεωρείτε ότι η δικτύωσή σας μέχρι σήμερα ήταν αποτελεσματική;

3) Πιστεύετε ότι οι σημερινές δραστηριότητες θα σας βοηθήσουν να διευρύνετε το δίκτυό σας;

4) Τι άλλο θα μπορούσατε να κάνετε για να αυξήσετε τα επίπεδα δικτύωσής σας;

Επιπρόσθετο διάβασμα:

Ακολουθούν ορισμένοι σύνδεσμοι για να μάθετε περισσότερα σχετικά με την αποτελεσματική δικτύωση:

1. <https://www.inc.com/guides/2010/08/how-to-network-effectively.html>
2. <https://www.cio.com/article/3219704/how-to-network-17-tips-for-shy-people.html>
3. <https://www.youtube.com/watch?v=OVf5c7NthSw>

Παραπομπές:

5 χρήσιμες συμβουλές δικτύωσης μικρών επιχειρήσεων για επιχειρηματίες

<https://www.tide.co/blog/business-tips/business-networking/>

4.2. Δεξιότητες μάρκετινγκ

Εκπαιδευτικό πρόγραμμα

Γνώση	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<p>Οι καλλιτέχνες θα:</p> <ul style="list-style-type: none">• κατανοήσουν τι είναι το μάρκετινγκ και τα είδη του• εντοπίσουν τρόπους για να ξεκινήσουν το μάρκετινγκ μίας επιχείρησης	<ul style="list-style-type: none">• Ανάπτυξη ευαισθητοποίησης σχετικά με τη σημασία του μάρκετινγκ για την επιχειρηματική επιτυχία.• Ανάπτυξη στρατηγικής για την αύξηση του μάρκετινγκ.	<ul style="list-style-type: none">• Αξιολόγηση της τρέχουσας δραστηριότητας μάρκετινγκ.• Κατάλληλη δράση για την ανάπτυξη και την ενίσχυση της παραγωγής μάρκετινγκ.

Θεωρητικό πλαίσιο



Τι είναι το μάρκετινγκ;

Το μάρκετινγκ αναφέρεται στις δραστηριότητες που πραγματοποιεί μία επιχείρηση για την προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών της στο διαδίκτυο ή παραδοσιακά. Ο σκοπός του μάρκετινγκ είναι να δημιουργήσει ευαισθητοποίηση για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες ώστε να προσελκύσει πελάτες. Δεν είναι δυνατόν να επιβιώσει μία επιχείρηση χωρίς μάρκετινγκ, το οποίο έχει εξελιχθεί καθώς η τεχνολογία έχει αναπτυχθεί με την πάροδο των ετών. Κάποτε, το μάρκετινγκ περιλάμβανε κυρίως έντυπο υλικό, όπως φυλλάδια, προκηρύξεις και αφίσες, αλλά τώρα περιλαμβάνει το ραδιόφωνο, την τηλεόραση και τον διαδικτυακό κόσμο. Η ανάπτυξη του Διαδικτύου και του Παγκόσμιου Ιστού είχε βαθύτατο αντίκτυπο στο μάρκετινγκ, καθώς οι άνθρωποι περνούν πλέον πολύ περισσότερο χρόνο στο Διαδίκτυο από ό,τι όταν ακούνε ραδιόφωνο ή βλέπουν τηλεόραση. Ως εκ τούτου, οι περισσότερες επιχειρήσεις επενδύουν πλέον περισσότερους πόρους στο διαδικτυακό μάρκετινγκ από ό,τι στο μάρκετινγκ εκτός σύνδεσης, αν και ένα μείγμα των δύο συνήθως βοηθά στην επίτευξη των καλύτερων συνολικών αποτελεσμάτων. Το μάρκετινγκ μπορεί να είναι δωρεάν ή επί πληρωμή. Για παράδειγμα, οι δωρεάν μορφές μάρκετινγκ περιλαμβάνουν τα ιστολόγια, τις βολές ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τις σελίδες στο Facebook, ενώ η διαφήμιση αποτελεί παράδειγμα μάρκετινγκ επί πληρωμή, είτε πρόκειται για έντυπες διαφημίσεις σε εφημερίδες ή περιοδικά είτε για διαφημίσεις που απευθύνονται σε συγκεκριμένα κοινά σε πλατφόρμες όπως το Facebook.

Γιατί είναι σημαντικό το μάρκετινγκ;

Το μάρκετινγκ οδηγεί τους πελάτες στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας. Χωρίς αυτό, οι πιθανοί πελάτες δεν γνωρίζουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρετε και, χωρίς να προσεγγίσετε τους ιδανικούς πελάτες σας, είναι πιθανό να

χάσετε ευκαιρίες για τη δημιουργία εσόδων. Ακολουθούν ορισμένοι λόγοι για τους οποίους το μάρκετινγκ είναι σημαντικό για την επιχείρησή σας:

- Προσφέρει στην εταιρεία σας την ευκαιρία να μοιραστεί το όραμα, την αποστολή και τις αξίες της μάρκας σας.
- Βελτιώνει τις σχέσεις με τους πελάτες.
- Παρακινεί και εμπνέει το κοινό να μοιραστεί τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας.
- Παρέχει τη δυνατότητα ανάπτυξης μίας ιδιαίτερα εξατομικευμένης πελατειακής βάσης.
- Εξασφαλίζει ότι η εταιρεία σας παραμένει σχετική και συνδεδεμένη με την πελατειακή σας βάση.

Ποιοι είναι οι διαφορετικοί τύποι μάρκετινγκ;

Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι μάρκετινγκ, τόσο δωρεάν όσο και επί πληρωμή. Ακολουθούν παραδείγματα πέντε τρόπων για να προωθήσετε την εταιρεία σας στο διαδίκτυο και πέντε τρόποι για να την προωθήσετε εκτός διαδικτύου:

Παραδείγματα ψηφιακού διαδικτυακού μάρκετινγκ:

- Μάρκετινγκ περιεχομένου - π.χ., δημιουργήστε ένα διαδικτυακό ιστολόγιο για την εταιρεία σας.
- Μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης - π.χ., χρησιμοποιήστε το Twitter, το Facebook, το Instagram κ.λπ. για να προωθήσετε την εταιρεία σας.
- Μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης - π.χ., ερευνήστε λέξεις-κλειδιά για τον κλάδο σας και βάλτε τις στην ιστοσελίδα σας.
- Μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου - π.χ., παράγετε ένα μηνιαίο ενημερωτικό δελτίο και ζητήστε από τους πελάτες να εγγραφούν.
- Διαδικτυακή διαφήμιση - π.χ., πληρώστε για διαφημίσεις στο Google ή στο Facebook.

Παραδείγματα μάρκετινγκ εκτός σύνδεσης

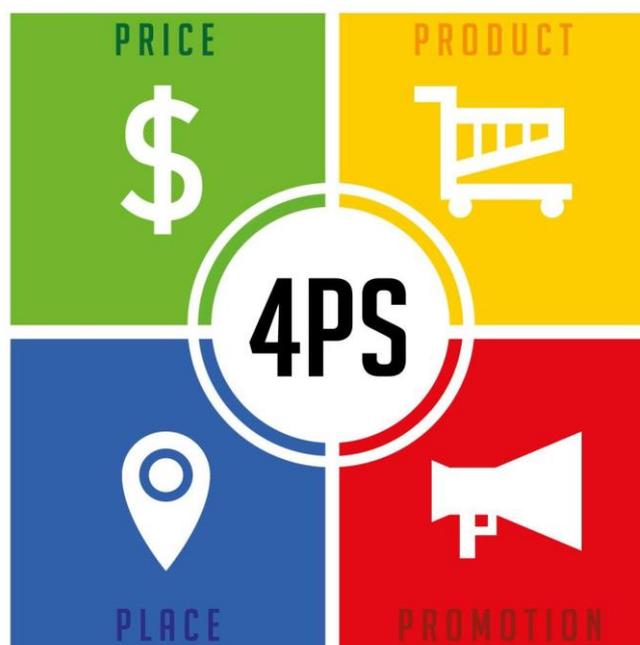
- Μάρκετινγκ από στόμα σε στόμα - π.χ., ζητήστε από ικανοποιημένους πελάτες να το διαδώσουν.
- Διαφήμιση εκτός σύνδεσης - π.χ., πληρώστε για διαφημίσεις σε τοπικές εφημερίδες, περιοδικά, κ.λπ.
- Άμεσο ταχυδρομικό μάρκετινγκ - π.χ., στείλτε ταχυδρομικά πλάνα σε προηγούμενους πελάτες.
- Guerrilla marketing - π.χ., δημιουργήστε μία καθηλωτική pop-up εμπειρία σε δημόσιο χώρο.

- Μάρκετινγκ συνεργασίας - π.χ., ενώστε τις δυνάμεις σας με μία συνεργαζόμενη επιχείρηση για διασταυρούμενη προώθηση.

Τι είναι το μείγμα μάρκετινγκ (marketing mix);

Το μείγμα μάρκετινγκ αναφέρεται στην πεποίθηση ότι για να είναι αποτελεσματικό το μάρκετινγκ πρέπει να περιλαμβάνει διάφορα στοιχεία που συνεργάζονται μεταξύ τους. Ο όρος αναφέρεται γενικά στα εξής:

- Προϊόν
- Τιμή
- Τοποθέτηση
- Προώθηση



Το **προϊόν** περιλαμβάνει τη λήψη αποφάσεων σχετικά με τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που πρέπει να προσφέρονται στους πελάτες. Το προϊόν ή η υπηρεσία εξυπηρετεί τη βασική ανάγκη του πελάτη. Το προϊόν παρέχει την πρωταρχική αξία στον πελάτη και όλα τα άλλα στοιχεία θα πρέπει να ενισχύουν την πρόταση αξίας του προϊόντος. Σημαντικό στοιχείο της στρατηγικής προϊόντος είναι η ανάπτυξη νέων προϊόντων. Οι αποφάσεις για το προϊόν περιλαμβάνουν επιλογές σχετικά με τις επωνυμίες, τη συσκευασία και τις υπηρεσίες που συνοδεύουν την προσφορά του προϊόντος.

Η **τιμή** είναι το κόστος που είναι διατεθειμένος να πληρώσει ο πελάτης για το προϊόν και ο τρόπος διάθεσής του. Η τιμή αντιπροσωπεύει σε ενιαία βάση το τι λαμβάνει η επιχείρηση για το προϊόν που διατίθεται στην αγορά. Όλα τα άλλα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ αντιπροσωπεύουν κόστος. Οι έμποροι πρέπει να είναι πολύ προσεκτικοί για να καταλήξουν σε μία τιμή και να εξετάσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν τον καθορισμό μίας τιμής. Σε σύγκριση

με άλλα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ, η τιμή μπορεί να αλλάξει εύκολα. Όμως, μία κακώς μελετημένη αλλαγή στην τιμή μπορεί να αλλάξει τις αντιλήψεις των πελατών σχετικά με την αξία του μείγματος μάρκετινγκ.

Η **προώθηση** αναφέρεται στις αποφάσεις που πρέπει να ληφθούν σε σχέση με το μείγμα προώθησης: διαφήμιση, προσωπική πώληση, προώθηση πωλήσεων, έκθεση, χορηγία και δημόσιες σχέσεις. Με αυτά τα μέσα, το κοινό-στόχος ενημερώνεται για την ύπαρξη του προϊόντος και τα οφέλη του. Συνήθως η επιχείρηση κάνει την πρώτη της επαφή με τους πελάτες μέσω των προσπαθειών προώθησης. Ένας πελάτης δεν αγοράζει ένα προϊόν αν δεν έχει διαμορφώσει ορισμένες προσδοκίες σχετικά με αυτό. Η προώθηση διαμορφώνει τις προσδοκίες των πελατών για το προϊόν. Αν χρησιμοποιηθεί σωστά, η προώθηση μπορεί να αυξήσει τις προσδοκίες των πελατών και να αυξήσει τις πωλήσεις.

Η **τοποθέτηση** περιλαμβάνει αποφάσεις σχετικά με τα κανάλια διανομής που θα χρησιμοποιηθούν, τη θέση των σημείων πώλησης, τις μεθόδους μεταφοράς και τα επίπεδα αποθεμάτων που πρέπει να τηρούνται. Το προϊόν πρέπει να είναι διαθέσιμο στη σωστή ποσότητα, στο σωστό χρόνο και τόπο. Τα κανάλια διανομής επιτελούν τρεις διαφορετικές λειτουργίες. Μεταφέρουν τα προϊόντα από τον κατασκευαστή στους πελάτες, μεταφέρουν πληροφορίες από τον κατασκευαστή στους πελάτες και ανακτούν την πληρωμή από τους πελάτες στον κατασκευαστή.

Τα πιο πάνω μπορούν να συνοψιστούν ως η τοποθέτηση του σωστού προϊόντος στη σωστή τιμή στο σωστό μέρος τη σωστή στιγμή!

Εκπαιδευτικός οδηγός

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Αξιολόγηση της τρέχουσας δραστηριότητας μάρκετινγκ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Αυτή η δραστηριότητα έχει σχεδιαστεί για να ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες να σκεφτούν σε ποιο βαθμό προωθούν σήμερα τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους.

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Ο εκπαιδευτής ζητά από τους συμμετέχοντες να προσδιορίσουν όλες τις δραστηριότητες μάρκετινγκ που χρησιμοποιούν σήμερα για την πώληση των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους. Θα πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ του πληρωμένου μάρκετινγκ, όπως η διαφήμιση, και του δωρεάν μάρκετινγκ, όπως η χρήση δωρεάν πλατφόρμας κοινωνικής δικτύωσης. Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να ενθαρρυνθούν να παρουσιάσουν τις λεπτομέρειες δημιουργικά χρησιμοποιώντας τις καλλιτεχνικές τους δεξιότητες.

Βήμα 2: Χρησιμοποιώντας ένα flipboard, ο εκπαιδευτής συντάσσει έναν κατάλογο με τις δραστηριότητες μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί η ομάδα, διαχωρίζοντάς τες σε στήλες online (σε σύνδεση) και offline (εκτός σύνδεσης), καθώς και

σε πληρωμένο και δωρεάν μάρκετινγκ. Στη συνέχεια, ζητείται από τους συμμετέχοντες να συνεισφέρουν τυχόν άλλες μεθόδους μάρκετινγκ που μπορούν να σκεφτούν και δεν έχουν καταγραφεί, οι οποίες μπορούν να προστεθούν στον πίνακα.

Βήμα 3: Ο εκπαιδευτής παρουσιάζει τα εξής από το παραπάνω θεωρητικό πλαίσιο. Οι συμμετέχοντες να αφιερώσουν λίγο χρόνο για να σκεφτούν το προϊόν (ή την υπηρεσία) τους, την τιμή του και τον τρόπο διανομής του, ώστε να εξετάσουν αν θα μπορούσαν ή πρέπει να γίνουν αλλαγές. Στη συνέχεια, οι συμμετέχοντες θα πρέπει να επικεντρωθούν στην προώθηση και να αρχίσουν να εντοπίζουν τυχόν κενά που έχουν εντοπίσει κατά την ολοκλήρωση της δραστηριότητας.

Βήμα 4: Για να ολοκληρωθεί η δραστηριότητα, ο εκπαιδευτής ζητά από κάθε συμμετέχοντα να καταγράψει έναν σύντομο κατάλογο όλων των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ που εφαρμόζει σήμερα και όσων θα ήθελε να αρχίσει να χρησιμοποιεί στο μέλλον. Ο κατάλογος θα χρειαστεί για τη δεύτερη δραστηριότητα.

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Χτίζοντας μία στρατηγική μάρκετινγκ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Αυτή η δραστηριότητα έχει σχεδιαστεί για να ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες να αρχίσουν να σχεδιάζουν μία στρατηγική μάρκετινγκ για τη βελτίωση της αναγνωσιμότητας του προϊόντος ή της υπηρεσίας που πωλούν.

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΗ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Σε ένα flipboard, ο εκπαιδευτής θα πρέπει να γράψει τα ακόλουθα πέντε βήματα για τη δημιουργία μίας καλής στρατηγικής μάρκετινγκ:

- Προσδιορισμός ενός επιχειρηματικού στόχου
- Έρευνα αγοράς και εκμάθηση των πελατών της επιχείρησης
- Ανάλυση των ανταγωνιστών
- Καθορισμός μίας μοναδικής πρότασης πώλησης (USP)
- Επιλογή των σωστών καναλιών μάρκετινγκ

Θα πρέπει να ζητηθεί από τους συμμετέχοντες να εξετάσουν (και να συζητήσουν μεταξύ τους) καθένα από τα πέντε βήματα σε σχέση με τη δική τους επιχείρηση. Ο εκπαιδευτής θα πρέπει να ενθαρρύνει κάθε συμμετέχοντα να σκεφτεί την επιχείρησή του και στη συνέχεια να αναπαραστήσει δημιουργικά τον επιχειρηματικό του στόχο και ένα USP για το προϊόν ή την υπηρεσία του. Αυτό μπορεί να γίνει με τη μορφή ποίησης (ή μουσικής), ζωγραφικής ή σχεδίου. Η ιδέα είναι ο καλλιτέχνης να αναπαραστήσει την επιχείρησή του στους άλλους όσο το δυνατόν πιο ξεκάθαρα. Στο μέτρο του δυνατού, θα πρέπει επίσης να προσπαθήσει να ενσωματώσει πρόσθετες πληροφορίες (όπως οι σημερινοί πελάτες και οι δράσεις των ανταγωνιστών, εφόσον είναι γνωστές).

Βήμα 2: Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να πάρουν τον κατάλογο των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ που δημιούργησαν στην προηγούμενη δραστηριότητα και να τον επανεξετάσουν λαμβάνοντας υπόψη τις απαντήσεις τους στο προηγούμενο βήμα. Έχουν στοχεύσει σωστά τις μέχρι σήμερα δραστηριότητές τους μάρκετινγκ; Έχουν χρησιμοποιήσει τα σωστά κανάλια μάρκετινγκ; Ποιες αλλαγές θα έκαναν τώρα;

Βήμα 3: Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να ενθαρρυνθούν να συζητήσουν τα ευρήματά τους με έναν συνεργάτη.

Βήμα 4: Οι συμμετέχοντες να αρχίσουν να σχεδιάζουν μία στρατηγική μάρκετινγκ με βάση τα ευρήματά τους στις δύο δραστηριότητες. Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να ενθαρρυνθούν να είναι δημιουργικοί στην παρουσίαση της στρατηγικής τους. Για παράδειγμα, θα μπορούσαν να σχεδιάσουν ή να ζωγραφίσουν ένα χρονοδιάγραμμα και να δημιουργήσουν οπτικές αναπαραστάσεις κάθε δραστηριότητας μάρκετινγκ που σκοπεύουν να αναλάβουν.

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

N/A

Αξιολόγηση

Ανοικτή συζήτηση:

- 1) Η εμπορική προώθηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας σας ήταν επαρκής μέχρι σήμερα;
- 2) Τι μάθατε σήμερα για το μάρκετινγκ;
- 3) Πιστεύετε ότι οι σημερινές δραστηριότητες θα σας βοηθήσουν να προωθήσετε το προϊόν ή την υπηρεσία σας πιο αποτελεσματικά;
- 4) Τι άλλο θα μπορούσατε να κάνετε για να αυξήσετε την απόδοση του μάρκετινγκ σας;

Επιπρόσθετο υλικό:

Ακολουθούν ορισμένοι σύνδεσμοι για να μάθετε περισσότερα για το μάρκετινγκ:

4. <https://www.investopedia.com/terms/f/four-ps.asp>
5. <https://www.copypress.com/kb/marketing-channels/22-types-of-marketing-strategies-for-promoting-your-business/>
6. <https://informi.co.uk/marketing-and-sales/43-free-small-business-or-low-cost-marketing-ideas>

Παραπομπές:

Τι είναι το μάρκετινγκ;

<https://www.managementstudyhq.com/what-is-marketing.html>

5

S
S
Y



Εκπαιδευτική ενότητα 5:

Στο δρόμο του να γίνεις ηγέτης

5.1. Λήψη αποφάσεων

Εκπαιδευτικό πρόγραμμα		
Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<ul style="list-style-type: none">• Θεωρίες λήψης αποφάσεων• Διαδικασία λήψης αποφάσεων - στοιχεία και σημασία• Εμπόδια και φραγμοί στη διαδικασία λήψης αποφάσεων - πληροφόρηση, γνώση, εμπειρία, πρόσωπο,• Φάσεις της διαδικασίας λήψης αποφάσεων,• Στυλ και προσεγγίσεις λήψης αποφάσεων,• Καθορισμός στόχων ως μέρος της διαδικασίας.	<ul style="list-style-type: none">• Κατανόηση των στοιχείων της διαδικασίας λήψης αποφάσεων• Εφαρμογή των διαφόρων μεθόδων λήψης αποφάσεων.• Εφαρμογή διαφορετικών στρατηγικών για την αντιμετώπιση των εμποδίων και των φραγμών στη διαδικασία λήψης αποφάσεων,• Θα είστε σε θέση να συνδέσουν τη στοχοθεσία με τη λήψη αποφάσεων.	<ul style="list-style-type: none">• Αξιολόγηση της ικανότητά λήψης αποφάσεων και ανάθεσης στόχων ευθυγραμμισμένων με τα θεωρητικά μοντέλα,• Επίδειξη διαφορετικών προσεγγίσεων λήψης αποφάσεων όσον αφορά διαφορετικές καταστάσεις• Πώς αποφασίζουν το πώς θα λαμβάνουν σύνθετες αποφάσεις για τη σταδιοδρομία και τη ζωή τους,• Αύξηση επιπέδου ευθύνης απέναντι στις αποφάσεις της ζωής τους

Θεωρητικό πλαίσιο

Σε αυτή την ενότητα οι συμμετέχοντες θα γνωρίσουν λίγες θεωρίες και προσεγγίσεις για τη λήψη αποφάσεων- θα κατανοήσουν τι κρύβεται πίσω από τα παρασκήνια της διαδικασίας λήψης αποφάσεων- θα βρουν πληροφορίες για διαφορετικές προσεγγίσεις και το προσωπικό στυλ λήψης αποφάσεων- θα κατανοήσουν γιατί μερικές φορές είναι ευκολότερο να ληφθεί μία απόφαση από ό,τι σε άλλες καταστάσεις- θα επεξεργαστούν και θα εξασκηθούν.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Η λήψη αποφάσεων είναι μία διαδικασία που περιλαμβάνει την επιλογή μεταξύ δύο ή περισσότερων επιλογών. Κάθε απόφαση περιορίζεται από τις **προσωπικές ικανότητες του ατόμου** (τι μπορεί να κάνει) και τα κίνητρό του (τι θέλει να κάνει και να επιτύχει).

Η λήψη αποφάσεων είναι η επεξεργασία πληροφοριών που οδηγεί σε μία συγκεκριμένη επιλογή. Κάθε απόφαση προϋποθέτει τη συμμετοχή σε μία συγκεκριμένη πορεία δράσης και την παραμέληση άλλων (Dictionary of Counseling, 1993: σ. 47).

Οι **διαδικασίες λήψης αποφάσεων** βασίζονται στη μελέτη πολλαπλών επιλογών προκειμένου να διαμορφωθεί ένα ικανοποιητικό αποτέλεσμα. Η λήψη αποφάσεων είναι μία πολύπλοκη διαδικασία, καθώς περιλαμβάνει τις προσωπικές αξίες, τις πεποιθήσεις, τα δικά μας συμφέροντα, τις κλίσεις, τις προτιμήσεις, τις συνήθειες, την εμπειρία και τόσα άλλα.

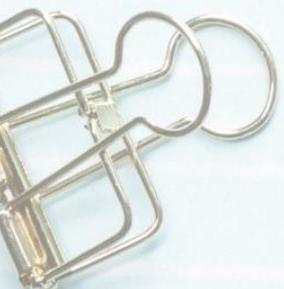
Σε πολλές καταστάσεις στη ζωή μας πρέπει να πάρουμε αποφάσεις - αλλά κάθε μία είναι διαφορετική από



τις άλλες. Ένα άτομο μπορεί να αισθάνεται την ανάγκη για αλλαγή ως εσωτερική ανάγκη ή ως μία αναγκαιότητα που επιβάλλεται από το περιβάλλον. Το επίπεδο αποτελεσματικότητας στη διαδικασία λήψης αποφάσεων εξαρτάται από το επίπεδο αυτογνωσίας.

5

O S
D Y



Εκπαιδευτική Ενότητα 5:

Στο δρόμο για να γίνεις Ηγέτης

5.1. Λήψη απόφασης

Πρόγραμμα Σπουδών Επιμόρφωσης		
Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<ul style="list-style-type: none">• Θεωρίες λήψης αποφάσεων• Διαδικασία λήψης αποφάσεων – στοιχεία και σημασία.• Εμπόδια στη διαδικασία λήψης αποφάσεων – πληροφορίες, γνώση, εμπειρία• Φάσεις της διαδικασίας λήψης αποφάσεων.• Στυλ και προσεγγίσεις λήψης αποφάσεων.• Ορισμός στόχου ως μέρος της διαδικασίας.	<ul style="list-style-type: none">• Κατανόηση των στοιχείων της διαδικασίας λήψης αποφάσεων.• Εφαρμόστε διαφορετικές μεθόδους για τη λήψη αποφάσεων.• Εφαρμόστε διαφορετικές στρατηγικές για την αντιμετώπιση των εμποδίων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.• Σύνδεση του καθορισμού των στόχων με τη λήψη αποφάσεων.	<ul style="list-style-type: none">• Αξιολόγηση της ικανότητας λήψης αποφάσεων και καθορισμού στόχων που ευθυγραμμίζονται με τα θεωρητικά μοντέλα.• Επιδεικνύουν διαφορετικές προσεγγίσεις λήψης αποφάσεων σχετικά με διαφορετικές καταστάσεις.• Αποφασίστε πώς να κάνετε περίπλοκες αποφάσεις σταδιοδρομίας και ζωής.• Αύξηση επιπέδου ευθύνης απέναντι στις αποφάσεις στη ζωή του/της.

Θεωρητικό πλαίσιο

Σε αυτή την ενότητα οι συμμετέχοντες θα εισαχθούν σε λίγες θεωρίες και προσεγγίσεις για τη λήψη αποφάσεων, θα κατανοήσουν τι βρίσκεται στα παρασκήνια της διαδικασίας λήψης αποφάσεων, θα βρουν πληροφορίες για διαφορετικές προσεγγίσεις και προσωπικό στυλ λήψης αποφάσεων, θα καταλάβουν γιατί μερικές φορές είναι πιο εύκολο να πάρεις μια απόφαση παρά σε άλλες καταστάσεις.

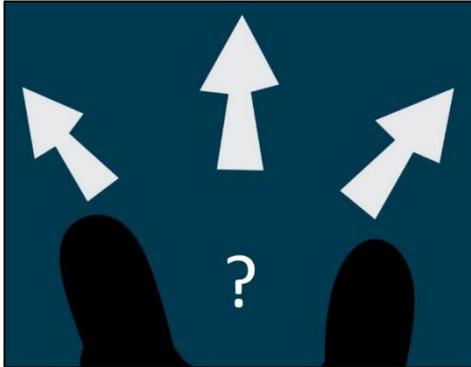
ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Η λήψη αποφάσεων είναι μια διαδικασία που περιλαμβάνει την επιλογή μεταξύ δύο ή περισσότερων **επιλογών**. Κάθε απόφαση περιορίζεται από τις **προσωπικές ικανότητες του ατόμου** (τι μπορεί να κάνει) και τα κίνητρά του (τι θέλει να κάνει και να πετύχει).

Η λήψη αποφάσεων είναι η επεξεργασία πληροφοριών που οδηγεί σε μια συγκεκριμένη επιλογή. Κάθε απόφαση προϋποθέτει τη συμμετοχή σε μια συγκεκριμένη πορεία δράσης και την παραμέληση άλλων [Dictionary of Counselling, 1993, p. 47].

Οι **διαδικασίες λήψης αποφάσεων** γίνονται με βάση τη μελέτη πολλαπλών επιλογών προκειμένου να διαμορφωθεί ένα ικανοποιητικό αποτέλεσμα. Η λήψη αποφάσεων είναι μια πολύπλοκη διαδικασία, καθώς

περιλαμβάνει τις προσωπικές αξίες , τις πεποιθήσεις , τα δικά του ενδιαφέροντα, τις κλίσεις, τις προτιμήσεις, τις συνήθειες, την εμπειρία και πολλά άλλα.



Σε πολλές καταστάσεις στη ζωή μας πρέπει να πάρουμε αποφάσεις – αλλά η καθεμία είναι διαφορετική από τις άλλες. Ένα άτομο μπορεί να αισθάνεται την ανάγκη για αλλαγή ως εσωτερική ανάγκη ή αναγκαιότητα που επιβάλλεται από το περιβάλλον. Το επίπεδο αποτελεσματικότητας στη διαδικασία λήψης αποφάσεων εξαρτάται από το επίπεδο αυτογνωσίας.

01. ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Ένας αριθμός αντιλήψεων μπορεί να εμποδίσει την αποτελεσματική διαδικασία λήψης αποφάσεων. Συχνά δημιουργούν ένα συγκεκριμένο **άγχος** που μπορεί να μειώσει το επίπεδο **εμπιστοσύνης** ότι κάνουμε μια καλή επιλογή. Ίσως πιστεύουμε ότι για να αποφασίσουμε, πρέπει να είμαστε απόλυτα σίγουροι. Τελικά, πολλές από αυτές τις αντιλήψεις επηρεάζουν τον τρόπο που νιώθουμε και σκεφτόμαστε τον εαυτό μας. Εδώ θα μιλήσουμε λεπτομερώς για μερικές από αυτές τις έννοιες και πώς μπορούμε να σπάσουμε τα εμπόδια στο δρόμο μας για την αποτελεσματική αναζήτηση ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης και λήψης αποφάσεων. Επιπλέον, υπάρχουν πολλά εμπόδια που μπορεί να αντιμετωπίσουν οι άνθρωποι στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, όπως:

Παράγοντες που σχετίζονται με τις πληροφορίες:

- Έλλειψη πληροφόρησης.
- Ανεπαρκείς ή ανακριβείς πληροφορίες.
- Πάρα πολλές διαθέσιμες πληροφορίες.

Έλλειψη γνώσης και εμπειρίας στη λήψη αποφάσεων (ιδιαίτερα «σημαντικές»):

- Έλλειψη γνώσης σχετικά με τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων
- Έλλειψη δεξιοτήτων και περιορισμένη εμπειρία σε σημαντικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων.
- Ανεπαρκής εμπιστοσύνη στις δικές του δεξιότητες λήψης αποφάσεων.



Παράγοντες που σχετίζονται με το άτομο:

- Ανταγωνιστικά κίνητρα.
- Σύγκρουση αξιών, συμφερόντων ή ικανοτήτων.
- Ταλέντο και δώρα. Άτομα με πολλά ενδιαφέροντα και ευκαιρίες δυσκολεύονται να λάβουν αποφάσεις.
- Περιορισμένα ενδιαφέροντα ή ικανότητες, παρέχοντας ένα περιορισμένο σύνολο εναλλακτικών επιλογών.
- Διαπροσωπικές συγκρούσεις.
- Ανησυχία.
- Περιορισμένη αυτοπεποίθηση ή αυτο-αποτελεσματικότητα.

- Η λήψη αποφάσεων παρεμποδίζεται από την αδυναμία του ατόμου να καταρτίσει σχέδια και να τα εφαρμόσει.

Αυτά είναι μερικά μόνο από τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν σε σχέση με τη λήψη αποφάσεων.

ΦΑΣΕΙΣ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Οι άνθρωποι συνήθως περνούν από διάφορα γενικά βήματα πριν και εντός της διαδικασίας λήψης αποφάσεων:

1. **Επίγνωση.** Αίσθημα αυξανόμενης δυσφορίας και ανάγκη αλλαγής / λήψης απόφασης. Αυτή η αίσθηση μπορεί να είναι αποτέλεσμα τόσο εσωτερικής όσο και εξωτερικής πίεσης.
2. **Αξιολόγηση/Κρίση.** Αυτοαξιολόγηση και αξιολόγηση της κατάστασης που πρέπει να αλλάξει. Ο πελάτης πρέπει να γνωρίζει και να είναι σε θέση να ορίσει το πρόβλημα πριν προσπαθήσει να το λύσει. Οι πελάτες συχνά μπαίνουν στον πειρασμό να προσεγγίσουν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων ξεπερνώντας μικρότερα προβλήματα αντί για το πραγματικό πρόβλημα.
3. **Έρευνα/Συλλογή πληροφοριών.** Συγκεντρώστε ακριβείς, λεπτομερείς και σχετικές πληροφορίες για ορισμένα θέματα που πρέπει να αλλάξουν ή για εσάς. Επιπλέον, πρέπει να καταρτιστεί κατάλογος βοηθητικών στοιχείων. Οι πληροφορίες που απαιτούνται για τις σημαντικές αποφάσεις μπορούν επίσης να περιλαμβάνουν: εκπαίδευση, επιτεύγματα, εμπειρία, ενδιαφέροντα, γεγονότα εργασίας κ.λπ.
4. **Επιλέγοντας την καλύτερη λύση.** Αυτό πρέπει να γίνει με ευέλικτο τρόπο, καθώς είναι πιθανό η απόφαση που μπορεί να καλύψει τις ανάγκες του πελάτη να είναι ακατάλληλη μετά από κάποιο χρονικό διάστημα, λόγω της υψηλής δυναμικής της ζωής.
5. **Εκτέλεση.** Μια απόφαση δεν μπορεί να είναι επιτυχής χωρίς ένα σχέδιο δράσης. Περιλαμβάνει τα βήματα που θα κάνει ο πελάτης, τις σχετικές προθεσμίες/διάρκειες και τους διαθέσιμους πόρους για κάθε βήμα. Ένα καλό σχέδιο θα πρέπει να ελαχιστοποιεί τις εκπλήξεις και να προβλέπει δυσκολίες - αν και δεν υπάρχει σχέδιο που να μπορεί να καλύψει όλες τις απρόβλεπτες καταστάσεις.
6. **Συνεχής αξιολόγηση.** Επιτρέπει στον πελάτη να κάνει προσαρμογές και να ελέγχει εάν έχει επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα. Πρέπει να είμαστε έτοιμοι να επανεξετάσουμε την κατάσταση, να προσαρμοστούμε εκ νέου και να παραμείνουμε ευέλικτοι. Αυτό είναι ένα σημαντικό βήμα, καθώς πολλοί άνθρωποι δεν συνειδητοποιούν πότε και πώς πέτυχαν έναν στόχο. Έτσι, δεν πιστεύουν ότι είναι ικανοί να θέσουν και να πετύχουν τους στόχους τους.

ΣΤΥΛ ΚΑΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Οι άνθρωποι είναι διαφορετικοί, το ίδιο και το στυλ λήψης αποφάσεων. Υπάρχουν πολλές προσεγγίσεις και εδώ είναι μερικές από αυτές:

- **Παρορμητικό** - ο πελάτης επιλέγει την πρώτη διαθέσιμη εναλλακτική.
- **Μοιρολατρικό** - ο πελάτης αφήνει τη λύση του προβλήματος στα χέρια του περιβάλλοντος ή της μοίρας.
- **Σημαντικό** - ένας πελάτης που συμφωνεί με το σχέδιο κάποιου άλλου αντί να πάρει τη δική του απόφαση.
- **Αναβλητικότητα** - ο πελάτης αναβάλλει να σκεφτεί και να ενεργήσει για ένα πρόβλημα, αναμένοντας ότι θα επιλυθεί μόνο του με την πάροδο του χρόνου.
- **Αγωνιστικό** - ο πελάτης ξοδεύει πάρα πολύ χρόνο και σκέψεις για τη συλλογή πληροφοριών και την ανάλυση μεμονωμένων εναλλακτικών λύσεων.
- **Σχεδιασμό** - η στρατηγική του πελάτη βασίζεται σε μια ορθολογική προσέγγιση στην οποία υπάρχει μια ισορροπία μεταξύ λογικής και συναισθημάτων.
- **Διαισθητικό** - ο πελάτης παίρνει μια απόφαση με βάση αυτό που αισθάνεται, αλλά δεν μπορεί να εκφράσει πολύ καλά με λόγια.
- **Ανεύθυνο** - ένα άτομο που αποφεύγει να πάρει μια απόφαση ή δίνει μια φανταστική απάντηση σε μια ερώτηση. Αυτό επιτρέπει στον πελάτη να δώσει μια κοινωνικά αποδεκτή απάντηση χωρίς να αναλάβει ευθύνη.

- **Ασφαλές στοίχημα** - ο πελάτης συνήθως επιλέγει την εναλλακτική που φαίνεται να έχει το χαμηλότερο επίπεδο κινδύνου.

Η ΘΕΣΗ ΣΤΟΧΟΥ ΣΑΝ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Πολλοί άνθρωποι, ανεξάρτητα από τις γνώσεις, την ειδικότητα, την εμπειρία και την εξειδίκευσή τους, αντιμετωπίζουν προβλήματα στον καθορισμό στόχων και στη λήψη αποφάσεων.

Ανάλογα με το χρόνο που απαιτείται για την υλοποίησή τους, οι στόχοι σταδιοδρομίας μπορούν να χωριστούν σε:

- Βραχυπρόθεσμα.
- Μεσοπρόθεσμα.
- Μακροπρόθεσμα.

Το ζήτημα του χρόνου που απαιτείται είναι αυστηρά ατομικό για κάθε πελάτη - ορισμένοι πελάτες αισθάνονται άνετα να θέτουν μακροπρόθεσμους στόχους για μια περίοδο ενός έτους, ενώ για άλλους ο μακροπρόθεσμος στόχος συνεπάγεται μια περίοδο 5 ετών και οι στόχοι ενός έτους γίνονται αντιληπτοί ως μεσοπρόθεσμος.

Το πιο σημαντικό εδώ είναι πώς οι άνθρωποι ορίζουν τους στόχους τους. Αυτό θα μπορούσε να τους βοηθήσει να καταλάβουν πόσο βαθιά συνδέονται με αυτόν τον στόχο ή μπορεί να υπάρχουν άλλοι στόχοι πίσω από τον πρώτο στόχο.

Ένας αποτελεσματικά σχεδιασμένος στόχος μπορεί να περιγραφεί από το **μοντέλο RUMBAS** - ένα αρκτικόλεξο που περιλαμβάνει τα πιο βασικά στοιχεία και χαρακτηριστικά του στόχου - θα πρέπει να είναι:

- **Ρεαλιστικός** - ο στόχος μπορεί να συνεπάγεται μέτριο επίπεδο δυσκολίας και θα μπορούσε να είναι εφικτός γενικά, αλλά πρέπει να είναι εφικτός για το συγκεκριμένο άτομο. Για παράδειγμα - η μετάβαση στον ανοιχτό χώρο (κόσμος) είναι ένας ρεαλιστικός στόχος γενικά (είναι τεχνικά δυνατός), αλλά μπορεί να μην είναι ρεαλιστικός για ένα συγκεκριμένο άτομο για πολλούς λόγους.
- **Κατανοητό** - πρέπει να είναι δυνατό ο στόχος να διατυπωθεί, να μεταφερθεί και να γίνει κατανοητός από άλλους.
- **Μετρήσιμα** - η αλλαγή και η πρόοδος στην επίτευξη του στόχου πρέπει να είναι δυνατόν να παρακολουθούνται και να μετρώνται.
- **Συμπεριφορική** - ο στόχος πρέπει να περιλαμβάνει βήματα για δράση για το άτομο.
- **Εφικτός** - ο στόχος είναι ρεαλιστικός και μπορεί να επιτευχθεί από τον πελάτη.
- **Συγκεκριμένοι** - ο στόχος θα πρέπει να μπορεί να περιγραφεί χρησιμοποιώντας μία ή περισσότερες ανιχνεύσιμες συμπεριφορές. Θα πρέπει να διατυπωθεί με συγκεκριμένο τρόπο, όχι με αφηρημένο τρόπο. Αντί να χρησιμοποιούν επίθετα και αφηρημένη περιγραφή, οι άνθρωποι θα πρέπει να ενθαρρύνονται να χρησιμοποιούν ρήματα, ουσιαστικά και ούτω καθεξής.

ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΩΣ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Ένα καλό σχέδιο δράσης μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα στη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Συχνά οι άνθρωποι μπλοκάρουν από τον ίδιο τον στόχο και δεν βλέπουν τα βήματα που μπορούν να κάνουν προς αυτόν. Το σχέδιο είναι το όραμα πώς οι άνθρωποι θα επιτύχουν τους στόχους τους. Χωρίς αυτό το όραμα, η διαδικασία λήψης αποφάσεων θα μπορούσε να είναι απλώς μια ονειροπόληση.

Το καλό σχέδιο δράσης είναι ένας καλά διαμορφωμένος χάρτης του δρόμου που πρέπει να ακολουθηθεί για να επιτευχθεί ο στόχος. Θα πρέπει να είναι ευέλικτο, να προτείνει εναλλακτικές «διαδρομές» (όπως το Σχέδιο Α και το Σχέδιο Β) και να περιέχει:

- Καλά καθορισμένοι μακροπρόθεσμοι στόχοι (βασισμένοι σε μικρότερα βήματα· βραχυπρόθεσμα σχέδια δράσης για την επίτευξη ενδιάμεσων στόχων).
- Εναλλακτικοί στόχοι.
- Ειδικό πόροι για την επίτευξη των στόχων (ανθρώπινοι πόροι, οικονομικοί, χρόνος, κ.λπ.)

- Βήματα για δράση.
- Καλό χρονοδιάγραμμα.
- Κατάλογος πιθανών εμποδίων.
- Στρατηγικές για να ξεπεραστούν τα αναμενόμενα προβλήματα.

Ας μην ξεχνάμε ότι ακόμη και το καλύτερο σχέδιο δράσης μπορεί να περιοριστεί από αναμενόμενα και απροσδόκητα εμπόδια – τα οποία μπορεί να είναι εσωτερικά ή εξωτερικά για το άτομο.

ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Συστηματική λήψη αποφάσεων με τη μέθοδο DECIDES

Οι Krumboltz & Hamel (1997) ανέπτυξαν μια προσέγγιση στη συστηματική λήψη αποφάσεων, ονομάζοντάς την με την εύκολη στη μνήμη συντομογραφία DESIDES. Είναι μια συστηματική ανάλυση των προβλημάτων:

1. **Καθορίζω το πρόβλημα** . Καθορισμός του προβλήματος. Τι απόφαση πρέπει να ληφθεί;
2. **Καθιερώνω** ένα σχέδιο δράσης. Πώς θα το κάνει αυτό ο πελάτης;
3. **Διευκρίνιση τιμών**. Τι και πώς είναι πιο σημαντικό για τον πελάτη;
4. **Προσδιορίστε εναλλακτικές λύσεις**. Εύρεση εναλλακτικών. Ποιες είναι οι εναλλακτικές από τις οποίες μπορεί να επιλέξει ο πελάτης;
5. **Ανακαλύψτε πιθανά αποτελέσματα** . Ανακάλυψη πιθανών αποτελεσμάτων. Ποια είναι τα πιο πιθανά αποτελέσματα ακολουθώντας μια εναλλακτική;
6. **Καταργήστε τις επιλογές συστηματικά**. Συστηματική εξάλειψη των επιλογών. Ποια από τις εναλλακτικές λύσεις δεν θα αντιστοιχεί στις αξίες του πελάτη ή στην αντίστοιχη κατάσταση; Ποιο είναι το λιγότερο πιθανό να πετύχει;
7. **Ξεκινήστε τη δράση**. Τι χρειάζεται να κάνει ο πελάτης για να εφαρμόσει το σχέδιο;

Θετική Αβεβαιότητα

Μια άλλη προσέγγιση στη λήψη αποφάσεων, η οποία δεν είναι τόσο συστηματική όσο η παραπάνω, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αποσαφήνιση των εμποδίων και την ανάληψη δράσης. Ο HB Gelatt (1991) περιγράφει τη θεωρία της Θετικής Αβεβαιότητας, υποστηρίζοντας ότι **αν θέλετε να είστε απόλυτα σίγουροι, δεν θα μπορέσετε ποτέ να πάρετε μια απόφαση**. Επιπλέον, εάν πάρετε μια πολύ σταθερή απόφαση, δεν θα έχετε την ευελιξία να αλλάξετε την κατάσταση εάν χρειαστεί. Δύο τύποι στάσεων είναι πολύ σημαντικοί για αυτό το μοντέλο:

- αποδοχή της αβεβαιότητας του παρελθόντος, του παρόντος και του μέλλοντος.
- θετική στάση απέναντι σε αυτή την αβεβαιότητα

Οι τέσσερις παράδοξες αρχές αυτής της θεωρίας είναι:

1. Να είστε συγκεντρωμένοι και ευέλικτοι σε αυτό που θέλετε.
2. Να είστε ενήμεροι, αλλά και να αμφιβάλλετε για αυτά που γνωρίζετε.
3. Να είστε αντικειμενικοί και αισιόδοξοι για αυτό που πιστεύετε.
4. Να είστε πρακτικοί, αλλά να χρησιμοποιείτε και μαγεία σε αυτό που κάνετε.

ΑΣ ΠΡΑΞΟΥΜΕ ΚΑΙ ΑΣ ΕΛΕΓΞΟΥΜΕ!

Εκπαιδευτικός Οδηγός

Σε αυτή την ενότητα οι εκπαιδευτές θα βρουν 4 διαφορετικές ασκήσεις. Μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν όλα εάν έχουν χρόνο ή, ανάλογα με τη δυναμική και τις ανάγκες της ομάδας, να αποφασίσουν τι θα χρησιμοποιήσουν. Οι ασκήσεις μπορούν επίσης να συνδυαστούν και να απλοποιηθούν για να

ανταποκριθούν στις ανάγκες των συμμετεχόντων. Ο εκπαιδευτής μπορεί να χρησιμοποιήσει μερικά από αυτά για κατ' οίκον εργασία και πρόσθετη αυτομάθηση.

Άσκηση 1. Προσωπικά και Επαγγελματικά Επιτεύγματα

Η άσκηση στοχεύει στην εύρεση, επανεξέταση και κατανόηση διαφορετικών προσωπικών δεξιοτήτων και ικανοτήτων για τη λήψη αποφάσεων, διερευνώντας την προηγούμενη θετική εμπειρία των συμμετεχόντων – τους παράγοντες που βοήθησαν και υποστήριξαν τις διαδικασίες.

Υλικά : χαρτί A4, έγχρωμα μολύβια.

Χρόνος: ~ 20 - 25 λεπτά.

Βήμα 1: (3 λεπτά)

Ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να κλείσουν τα μάτια τους και να θυμούνται κάποιες στιγμές της ζωής τους όταν πέτυχαν κάτι σημαντικό για αυτούς ή για την κοινωνία. Θα μπορούσε να είναι κάτι πολύ προσωπικό ή κάτι επαγγελματικό.

Βήμα 2: (5 λεπτά)

Καθώς ανοίγουν τα μάτια τους, ζητήστε από τους ανθρώπους να:

- Διαιρέστε το χαρτί σε 4 ίσα μέρη.
- Επιλέξτε μόνο μία κατάσταση (προσωπική ή επαγγελματική) που τους αρέσει περισσότερο.
- Χρησιμοποιώντας τα έγχρωμα μολύβια σχεδιάστε στο χαρτί τα εξής:
 - Ποιος ήταν **ο στόχος** τότε;
 - Ποιοι ήταν **οι παράγοντες** που επηρέασαν τις αποφάσεις (εσωτερικοί και εξωτερικοί);
 - Ποια **βήματα** έκαναν για να πετύχουν τον στόχο;
 - Ποιες **ιδιότητες** τους τους βοήθησαν περισσότερο;

Όταν είναι έτοιμοι, ρωτήστε τους πώς ένιωσαν. Αφήστε τους να προσθέσουν ένα πρόσωπο με την αίσθηση στη μέση των σχεδίων τους.

Βήμα 3: (1 λεπτό ανά συμμετέχοντα – 5 έως 7 λεπτά ανά ομάδα)

Παρουσιάστε τα αποτελέσματα μπροστά στην ομάδα.

Βήμα 4: (5 – 10 λεπτά)

Προσκαλέστε τους ανθρώπους να βρουν τα δυνατά σημεία της ομάδας στην οποία ανήκουν (ιδιότητες, στυλ, δεξιότητες, εμπειρία κ.λπ.) και επιλέξτε ένα όνομα της ομάδας που αντιπροσωπεύει αυτά τα δυνατά σημεία.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ για τους Εκπαιδευτές:

Οι άνθρωποι μπορεί να δυσκολεύονται να αναγνωρίσουν τα δικά τους επιτεύγματα. Ζητήστε τους να επιλέξουν αυτά που τους έρχονται αμέσως στο μυαλό. Υπενθυμίστε τους ότι η προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη ξεκινά με την προσωπική επίγνωση. Δεν υπάρχουν καλές ή καλύτερες καταστάσεις. Όλα μπορούν να λειτουργήσουν εάν το άτομο συμμετείχε στην κατάσταση.

Ωρα για την άσκηση: Εναπόκειται στον εκπαιδευτή να επιλέξει τον κατάλληλο χρόνο. Μείνετε συγκεντρωμένοι και σύντομοι, αλλά αν οι άνθρωποι χρειάζονται επιπλέον λίγα λεπτά, να είστε γενναιόδωροι.

Άσκηση 2. Ημέρα Εφεύρεσης

Η άσκηση στοχεύει στην ενεργοποίηση της δημιουργικότητας και των προσωπικών δυνάμεων των ατόμων στις ομάδες. Καθώς γνωρίζονται ήδη σε κάποιο βαθμό από την προηγούμενη άσκηση, θα μπορούσαν

εύκολα να προχωρήσουν σε μια ομαδική διαδικασία. Η άσκηση αφορά τη δημιουργία ενός νέου παιχνιδιού για παιδιά.

Αυτή η δραστηριότητα μπορεί να διεξαχθεί ανεξάρτητα από την πρώτη.

Υλικά: Ανάλογα με τον προϋπολογισμό και τις δικές τους ιδέες, οι εκπαιδευτές μπορούν να επιλέξουν ένα σετ διαφορετικών υλικών όπως διαφορετικά είδη, μεγέθη και χρώματα χαρτιού, flip chart, χάρτινοι σωλήνες (για παράδειγμα ρολά χαρτιού υγείας), φασόλια, καρύδια με κέλυφος, καλαμάκια, έγχρωμα μολύβια και άλλες βαφές, βούρτσες σχεδίασης, πλαστικά ποτήρια, πλαστελίνη, υφάσματα, βελόνες και κλωστές, πλαστικά ή μεταλλικά καπάκια, άδεια δοχεία, παλιά περιοδικά, γραμμές σχεδίασης, ψαλίδια και άλλα. Στόχος είναι η παροχή πλούσιας ποικιλίας υλικών για κάθε ομάδα.

Χρόνος: Ανάλογα με την ώρα και τον αριθμό όλων των συμμετεχόντων, ο εκπαιδευτής πρέπει να αποφασίσει πόσες υποομάδες θα σχηματίσει. Λιγότερες ομάδες – λιγότερος χρόνος για τη δραστηριότητα. Σε περίπτωση 20 συμμετεχόντων ο χρόνος της δραστηριότητας μπορεί να είναι περίπου 1 ώρα – έως 1,5 ώρα.

Βήμα 1: (2 λεπτά για να ορίσετε τα υλικά στις ομάδες)

Κάθε ομάδα λαμβάνει υλικό. Αυτή τη στιγμή ΔΕΝ επιτρέπεται να τα αγγίζουν, αλλά μόνο να τα κοιτάζουν.

Βήμα 2: Ατομική εργασία (10 λεπτά με οδηγίες)

Σημαντικό: Αυτή τη στιγμή της δραστηριότητας, οι συμμετέχοντες δεν επιτρέπεται να μιλήσουν μεταξύ τους, ούτε να αγγίζουν τα υλικά!

Προσκαλέστε τους ανθρώπους να ησυχάσουν και να ακούσουν τις οδηγίες:

- Στόχος της δραστηριότητας είναι ένα παιχνίδι για τα παιδιά που θα εφευρεθεί με τα υλικά που δίνονται. Δεν είναι απαραίτητο να χρησιμοποιούνται όλα τα υλικά.
- Το πρώτο βήμα της διαδικασίας είναι για **ατομική εργασία**. Όλοι έχουν 5 λεπτά για να σκεφτούν μια **ιδέα για ένα παιχνίδι**. Ενθαρρύνετε τους ανθρώπους να ζωγραφίσουν τις ιδέες τους (ή να ζωγραφίσουν και να γράψουν).

Βήμα 3: Ομαδική εργασία (20 λεπτά με οδηγίες, παρουσιάσεις και νέο έργο)

- Αφού τελειώσει ο χρόνος, όλοι έχουν 1 λεπτό για να παρουσιάσουν την ιδέα μπροστά στην ομάδα.
- Αφού παρουσιαστούν όλες οι ιδέες, η ομάδα έχει 10 λεπτά για να συζητήσει και να καταλήξει σε μια νέα ιδέα. Ενθαρρύνετε τους ανθρώπους να έχουν το έργο της νέας ιδέας ως σχέδιο, εικόνα ή οτιδήποτε άλλο, με μέγιστες λεπτομέρειες πριν ξεκινήσουν να το δουλεύουν.

Βήμα 4: Χρόνος παραγωγής (~ 15 λεπτά)

Σημαντικό: Αυτή τη στιγμή της δραστηριότητας, οι συμμετέχοντες δεν επιτρέπεται να μιλήσουν μεταξύ τους! Ο εκπαιδευτής δίνει αυτήν την οδηγία αφού δοθούν όλες οι άλλες οδηγίες:

- Με βάση το κοινό έργο, οι συμμετέχοντες στις ομάδες θα πρέπει να παράγουν ένα πρωτότυπο του παιχνιδιού τους. Θα πρέπει να δημιουργήσουν την καλύτερη εκδοχή θα παράδειγμα ενός σκάφους, καθώς στο τέλος του παιχνιδιού έρχεται ένας μεγάλος επενδυτής και θα μπορούσαν να κερδίσουν ένα πολύ καλό χρηματικό ποσό για να ανοίξουν μια γραμμή παραγωγής για το παιχνίδι τους.
- Ο χρόνος είναι περίπου 15 λεπτά (ο εκπαιδευτής θα πρέπει να παρατείνει το χρόνο ανάλογα με τη δυναμική της συνολικής διαδικασίας).
- Το παιχνίδι πρέπει να είναι ασφαλές και να μην προκαλεί βλάβες στα παιδιά.
- Το παιχνίδι πρέπει να είναι δημιουργικό, εφευρετικό, αστείο και εκπαιδευτικό.

- Κατά τη διάρκεια της παραγωγής ΔΕΝ επιτρέπεται στους ανθρώπους να μιλάνε μεταξύ τους, αλλά θα πρέπει να βρουν δημιουργικούς τρόπους επικοινωνίας και να παρακολουθούν το έργο.

Βήμα 5: Παρουσίαση και επίδειξη των πρωτοτύπων (~ 20 λεπτά)

Βήμα 6: Σύνοψη του παιχνιδιού (~ 15 λεπτά)

- Καθώς το θέμα είναι η λήψη αποφάσεων, ο εκπαιδευτής θα πρέπει να ξεκινήσει μια συζήτηση προς αυτή την κατεύθυνση. Ρωτήστε τους συμμετέχοντες τι παρατήρησαν κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας σχετικά με τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και τα στυλ.
- Πώς ο περιορισμός της σιωπής επηρέασε τη συμμετοχή, τη δημιουργικότητα, την ομαδική εργασία τους; Ήταν πραγματικά περιοριστικός ή ενεργοποιητικός παράγοντας;
- Τι έχουν μάθει οι άνθρωποι για τον εαυτό τους;

Βήμα 7: (προαιρετικό, ~ 20 λεπτά)

Αξιολόγηση του έργου με τα κριτήρια που αναφέρονται παραπάνω:

- Δημιουργήστε 4 διαφορετικές επιτροπές – για την ασφάλεια, τη δημιουργικότητα, σχετικά με την εκπαιδευτική έννοια στην καινοτομία. Κάθε επιτροπή πρέπει να αποτελείται από άτομα από διαφορετικές ομάδες.
- Ας βρουν όλες οι επιτροπές τη δική τους αξιολόγηση για κάθε έργο και ας το εξηγήσουν. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε την κλίμακα από το 1 έως το 10, όπου το 10 σημαίνει αριστεία και το 1 - όχι ικανοποιητικό.
- Αθροίστε τα αποτελέσματα και βγάλτε έναν νικητή.
- Συζητήστε τη διαδικασία αξιολόγησης που είναι μια διαδικασία λήψης αποφάσεων (με υψηλό επίπεδο πιθανότητας διαφθοράς λόγω των χρημάτων που θα έχει ο νικητής).
- Εάν το επιτρέπει ο προϋπολογισμός, δώστε στη νικήτρια ομάδα ένα κουτί σοκολάτα, ώστε να το μοιραστούν με τους υπόλοιπους συμμετέχοντες και να γιορτάσουν την νίκη μαζί.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ για τους Εκπαιδευτές:

Αυτή είναι μια σχετικά μεγάλη δραστηριότητα. Μπορείτε να το τροποποιήσετε σύμφωνα με την προηγούμενη δυναμική στην ομάδα. Μπορείτε να επιλέξετε τα υλικά – περισσότερα υλικά, περισσότερος χρόνος για να αποφασίσετε. Λιγότερα υλικά – λιγότερος χρόνος. Για παράδειγμα, εάν επιλέξετε μερικά κομμάτια υφάσματος, βελόνες και κλωστές ως βασικά υλικά, και φασόλια, χάντρες, αυτοκόλλητα - για επιπλέον, μπορείτε να δώσετε λιγότερο χρόνο στους ανθρώπους να κάνουν τα έργα.

Μπορείτε επίσης να συνδέσετε τον στόχο του παιχνιδιού με τοπικά συγκεκριμένα θέματα. Στην Πορτογαλία, για παράδειγμα, ένα τέτοιο παιχνίδι δόθηκε σε φοιτητές Βιομηχανικού Σχεδιασμού, για να δημιουργήσουν ένα έργο για μετανάστες στην περιοχή τους. Οι μετανάστες τότε ήταν σε θέση να παράγουν και να πουλήσουν αυτά τα προϊόντα και κέρδισαν δικά τους εισοδήματα.

Επίσης, είναι σημαντικό να ενθαρρύνουμε τους ανθρώπους να σκεφτούν πώς συμμετέχουν, τι μαθαίνουν για τον εαυτό τους, τι μαθαίνουν από τους άλλους.

Άσκηση 3: Ανακαλύψτε το στυλ λήψης αποφάσεων σας

Αυτή η άσκηση διερευνά την αντίληψη για το πώς οι άνθρωποι πιστεύουν ότι παίρνουν αποφάσεις. Βασίζεται στην ταξινόμηση που χρησιμοποιείται περισσότερο στη λήψη αποφάσεων – *Αυθόρμητη έναντι Συστηματικής & Εξωτερική έναντι Εσωτερικού* τύπου. Στο τέλος της άσκησης, μπορείτε να παρέχετε στους συμμετέχοντες πρόσθετες πληροφορίες για το τι μπορούν να κάνουν σε στιγμές σημαντικών

επαγγελματικών αποφάσεων. Αυτό το μέρος μπορεί να γίνει σαν συζήτηση και παρουσίαση των δεδομένων.

Βήμα 1: Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να σημειώσουν τις σχετικές απαντήσεις για αυτούς και στη συνέχεια να μετρήσουν τους αριθμούς. Το υψηλότερο αποτέλεσμα ορίζει το άτομο είτε ως *αυθόρμητο* είτε ως *συστηματικό* είτε ως *εξωτερικό* ή *εσωτερικό* υπεύθυνο λήψης αποφάσεων. Χρησιμοποιήστε το παρακάτω παράδειγμα:

Αυθόρμητοι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων:		Συστηματικοί υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων:	
Λαμβάνουν αποφάσεις με βάση αυτό που αισθάνονται σωστό.		Συγκεντρώνουν πολλές πληροφορίες πριν λάβουν αποφάσεις.	
Παίρνουν αποφάσεις γρήγορα.		Σπάνια ενεργούν παρορμητικά.	
Βρίσκουν νέες δυνατότητες και αλλάζουν εύκολα στόχους.		Είναι προσεκτικοί στις δεσμεύσεις.	
Σπάνια καθιερώνουν συγκεκριμένα σχέδια.		Επιλέγουν στόχους και εργάζονται για να τους πετύχετε σκόπιμα.	
Βαριούνται εύκολα.		Είναι αναλυτικοί και χρησιμοποιούν τη λογική όταν παίρνουν αποφάσεις.	
Είναι πρόθυμοι να ρισκάρουν.		Θεωρούν ότι ο μακροπρόθεσμος σκοπός είναι πιο σημαντικός από την άμεση ευχαρίστηση.	
Σύνολο για Αυθόρμητο:		Σύνολο για Συστηματικό:	

Εξωτερικοί υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων:		Εσωτερικοί υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων:	
Σκέφτονται τις αποφάσεις δυνατά.		Σκέφτονται τις αποφάσεις μόνοι τους.	
Μπορεί να διαφωνήσουν με όλες τις πλευρές ενός ζητήματος.		Συλλέγουν μάλλον όλες τις πιθανές πληροφορίες για να λάβουν την απόφαση.	
Πρέπει να μιλήσουν με άλλους πριν πάρουν μια απόφαση.		Παίρνουν μια απόφαση μόνοι τους.	
Μιλάνε και μετά σκέφτονται.		Πρώτα σκέφτονται.	
Σύνολο για εξωτερικό:		Σύνολο για εσωτερικό:	

Ο τύπος λήψης αποφάσεών μου είναι:

Βήμα 2: Ζητήστε από τους ανθρώπους να μοιραστούν τα ευρήματά τους.

Βήμα 3: Ξεκινήστε μια ανοιχτή συζήτηση για το τι θα ήταν χρήσιμο για διαφορετικούς τύπους λήψης αποφάσεων όσον αφορά τη λήψη σημαντικών αποφάσεων σταδιοδρομίας/ζωής. Μπορείτε να ομαδοποιήσετε άτομα ανά τύπο και να τους ζητήσετε να βγουν με μια λίστα με χρήσιμες δραστηριότητες.

Βήμα 4: Παρουσιάστε και προσθέστε τα ευρήματά τους με τα ακόλουθα:

Δραστηριότητες εξερεύνησης καριέρας σύμφωνα με το στυλ λήψης αποφάσεων

Αυθόρμητοι/Εξωτερικοί υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων:

- Μιλήστε με άτομα σε διάφορα επαγγέλματα.
- Μοιραστείτε με έναν φίλο σας σχετικά με την ανακάλυψη του εαυτού σας και την έρευνα σταδιοδρομίας και ζητήστε τις γνώσεις του.
- Εξερευνήστε τις επιλογές σταδιοδρομίας μέσω του εθελοντισμού και της μερικής απασχόλησης.
- Κρατήστε ένα ημερολόγιο για το ταξίδι εξερεύνησης της σταδιοδρομίας σας.

Αυθόρμητοι/Εσωτερικοί υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων:

- Διαβάστε περιγραφές ανθρώπων σε διάφορα επαγγέλματα.
- Μιλήστε με άτομα σε μια σειρά σταδιοδρομιών.
- Οραματιστείτε την τέλεια εργάσιμη ημέρα σας.
- Δώσε χρόνο στον εαυτό σου να προβληματιστεί.
- Εξερευνήστε επιλογές σταδιοδρομίας μέσω του εθελοντισμού και της μερικής απασχόλησης.

Συστηματικοί/Εξωτερικοί υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων:

- Διαβάστε πληροφορίες για τη σταδιοδρομία - συνθήκες εργασίας, αποδοχές, απαιτήσεις εκπαίδευσης κ.λπ.
- Μιλήστε με άτομα σε μια σειρά σταδιοδρομιών και αξιολογήστε εάν σας ταιριάζει.
- Ελέγξτε τις δικές σας αξίες, ενδιαφέροντα και δεξιότητες και πώς συγκρίνονται με τις απαιτήσεις των σταδιοδρομιών που σκέφτεστε.
- Δημιουργήστε ένα συνοπτικό φύλλο με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα για κάθε πιθανή καριέρα και λάβετε τη γνώμη ενός γονέα ή ενός φίλου.
- Δώστε στον εαυτό σας την άδεια να δοκιμάσει κάτι χωρίς να είστε σίγουροι.

Συστηματικοί/εσωτερικοί υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων:

- Διαβάστε πληροφορίες για τη σταδιοδρομία - συνθήκες εργασίας, αποδοχές, απαιτήσεις εκπαίδευσης κ.λπ.
- Αξιολογήστε τις δικές σας αξίες, ενδιαφέροντα και δεξιότητες και αντιστοιχίστε τα με τα επαγγέλματα.
- Μην προσπαθήσετε να βιαστείτε στη διαδικασία γιατί χρειάζεστε χρόνο για βαθύ προβληματισμό.
- Αναπτύξτε ένα συνοπτικό φύλλο με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα για κάθε σταδιοδρομία που εξετάζεται.
- Δώστε στον εαυτό σας την άδεια να δοκιμάσει κάτι χωρίς να είστε σίγουροι.

Βήμα 5: Ζητήστε από τους ανθρώπους να γράψουν τα πιο σημαντικά συμπεράσματα από αυτήν την άσκηση.

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους Εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

- Κανένας.

Εκτίμηση

Ανοιχτή συζήτηση:

- Πώς νιώθετε;
- Ποιο είναι το πιο απλό πράγμα που μπορείτε να πάρετε από αυτό και να εφαρμόσετε αμέσως στην καθημερινότητά σας;
- Σε ποιο μέρος της ζωής σας θα ήταν πιο σχετική αυτή η γνώση;

Περαιτέρω ανάγνωση :

- Τα κορυφαία 5 μοντέλα λήψης αποφάσεων, <http://www.free-management-ebooks.com/news/decision-making-models/>
- Κατανόηση των 4 Στυλ Λήψης Αποφάσεων (Για τις αποφάσεις σας στη ΜΕΓΑΛΗ ΖΩΗ), <https://careerforesight.co/blog-feed/4-styles-decision-making>
- Πώς να πάρετε δύσκολες αποφάσεις σταδιοδρομίας, <https://80000hours.org/career-decision/article/>
- ΚΟΥΙΖ: Ανακαλύψτε το στυλ λήψης αποφάσεων, <https://www.kent.edu/career/discover-your-decision-making-style>

5.2. Θεωρίες και στυλ ηγεσίας

Πρόγραμμα Σπουδών Επιμόρφωσης		
Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<ul style="list-style-type: none"> • Ορισμός και σημασία της ηγεσίας στον σύγχρονο κόσμο. • 6 ομάδες θεωριών ηγεσίας. • Χαρακτηριστικά και ιδιότητες του ηγέτη. • Προσωπική ηγεσία – ορισμός, νόημα και σημασία • Ανάπτυξη προσωπικής ηγεσίας. 	<ul style="list-style-type: none"> • Να κατανοήσουν τις διαφορές μεταξύ της ποικιλίας των στυλ ηγεσίας. • Να εφαρμόζουν διαφορετικές προσεγγίσεις ηγεσίας σχετικά με την κατάσταση, τις περιστάσεις, τους ανθρώπους, τα δικά τους χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες. • Να κατανοήσουν και να είναι σε θέση να θέσουν ένα σχέδιο για την ανάπτυξη προσωπικής ηγεσίας, να αναγνωρίζουν τους πόρους υποστήριξης και τα διάφορα εργαλεία ανάπτυξης. 	<ul style="list-style-type: none"> • Να αξιολογήσει τις ηγετικές ικανότητες, τις προτιμήσεις και τις δυνατότητες ανάπτυξης και να τις ευθυγραμμίσει με θεωρητικά μοντέλα και βέλτιστες πρακτικές. • Να επιδείξουν διαφορετικές προσεγγίσεις ηγεσίας σχετικά με διαφορετικές καταστάσεις. • Να είναι σε θέση να βοηθά άλλους να αποκαλύψουν τις ηγετικές τους δυνατότητες. • Ανεβάστε το δικό σας επίπεδο ευθύνης απέναντι στη ζωή.

Θεωρητικό πλαίσιο

Σε αυτή την ενότητα οι συμμετέχοντες θα εισαχθούν σε λίγες θεωρίες της σύγχρονης ηγεσίας, δεξιότητες, χαρακτηριστικά και ιδιότητες των επιτυχημένων ηγετών. Ενώ οι περισσότερες από τις θεωρίες παρουσιάζουν μια σειρά πλαισίων ηγεσίας και διαχείρισης σε οργανισμούς και επιχειρήσεις, σκοπός μας είναι να υπερβούμε αυτό το επίπεδο και να βουτήξουμε στην προσωπική ηγεσία με πιο πρακτική προσέγγιση, εφαρμόσιμη στην καθημερινή ζωή και ιδιαίτερα στην εξέλιξη της σταδιοδρομίας.

1. ΗΓΕΣΙΑ ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΚΟΣΜΟ

Η ηγεσία βρίσκεται στο πεδίο πολλών ερευνών πρόσφατα. Οικονομολόγοι, ψυχολόγοι, διευθυντές, HR, επικεφαλής ομάδων και γενικά όλοι (ακόμη και φοιτητές σε σχολεία και πανεπιστήμια) μιλούν γι' αυτό (χωρίς να υπολογίζονται τα μέσα ενημέρωσης). Καθώς η ηγεσία είναι μια πολύπλοκη διαδικασία, θα μπορούσε να είναι δύσκολο να τεθούν πρότυπα, ιδιότητες ή ικανότητες που να αποτυπώνουν πλήρως τη φύση αυτού που κάνει ορισμένους ηγέτες και ορισμένους οργανισμούς επιτυχημένους.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα προσπαθήσουμε να αναθεωρήσουμε ορισμένες θεωρίες ηγεσίας και να παρακολουθήσουμε την εξέλιξή τους με την πάροδο των ετών, ξεκινώντας από την έννοια του «μεγάλου ανθρώπου» των ηρωικών ηγετών, μέσω θεωριών χαρακτηριστικών, συμπεριφοριστικών θεωριών, ηγεσίας καταστάσεων, θεωρίας έκτακτης ανάγκης και συναλλακτικής και μετασχηματιστικής ηγεσίας. Μπορεί να βρείτε διαφορετικές γνώσεις για την ηγεσία και ακόμη και να επεξεργαστείτε τον δικό σας ορισμό.

Οι περισσότερες θεωρίες παρουσιάζουν μια σειρά πλαισίων ηγεσίας και διαχείρισης σε οργανισμούς και επιχειρήσεις. Σκοπός μας είναι να ξεπεράσουμε αυτό το επίπεδο. Θα θέλαμε να σας προσκαλέσουμε σε μια προσωπική περιπέτεια για να βρείτε τις δικές σας ηγετικές δυνατότητες και να γίνετε ηγέτες της ζωής και του μέλλοντός σας. Επειδή η μεταβαλλόμενη φύση του κόσμου μας μπορεί να απαιτεί νέες προσεγγίσεις, νέους ορισμούς και νέα παραδείγματα.

Όλα ξεκινούν από εσάς!

2. ΘΕΩΡΙΕΣ ΗΓΕΣΙΑΣ

Η ηγεσία έχει εξελιχθεί από τις θεωρίες χαρακτηριστικών στη μετασχηματιστική ηγεσία. Έτσι, η πρώιμη εστίαση ήταν στα χαρακτηριστικά και τις συμπεριφορές των επιτυχημένων ηγετών και αργότερα - στον ρόλο της φύσης της ηγεσίας με βάση τα συμφραζόμενα. Κάθε θεωρία ηγεσίας συνοδεύεται από προσωπικά χαρακτηριστικά του επιτυχημένου ηγέτη και το καλύτερο περιβάλλον που πρέπει να εφαρμοστεί για τα καλύτερα αποτελέσματα.

Παρά τις θεωρίες, οι άνθρωποι είναι διαφορετικοί και μπορεί να ασχολούνται περισσότερο και να λειτουργούν καλύτερα κάτω από διαφορετικούς ηγέτες και στυλ ηγεσίας. Μερικοί μπορεί να θεωρήσουν ότι το να έχουν σαφείς οδηγίες και προσδοκίες, ορισμένους κανόνες και συμπεριφορά (Αυθεντικός Στυλ Ηγεσίας), είναι καλύτερο για αυτούς και διεγείρει όλη τους την ενέργεια για να αποδώσουν καλύτερα. Άλλοι, από την άλλη πλευρά, μπορεί να το βρουν αυτό περιοριστικό και μπορεί να χρειάζονται περισσότερη ελευθερία και δημιουργικότητα στη δουλειά τους (Δημοκρατική Ηγεσία), για να αποδώσουν καλύτερα και να επιτύχουν τους στόχους. Υπάρχουν άνθρωποι που θα προτιμούσαν ο ηγέτης να είναι μέρος της διαδικασίας εξεύρεσης λύσης και εκτέλεσης, να τους βοηθήσει και να τους υποστηρίξει, να συζητήσουν και να συμμετάσχουν (Συμμετοχική Ηγεσία).

Το να είσαι καλός ηγέτης του εαυτού σου και των άλλων απαιτεί περισσότερα από το να γνωρίζεις τις θεωρίες και τα στυλ ηγεσίας. Πρέπει να μάθει περισσότερα για τον εαυτό σας, περισσότερα για τους ανθρώπους γενικά (βιολογία και ψυχολογία) και περισσότερα για τις επιχειρήσεις και τη ζωή. Ακούγεται περίπλοκο, αλλά μπορούμε να ξεκινήσουμε από το πρώτο πράγμα που έχουμε στα χέρια μας – τον εαυτό μας.

1.1. Θεωρίες του Μεγάλου Ανθρώπου και Θεωρίες Χαρακτηριστικών

Σύμφωνα με αυτές τις απόψεις, οι σπουδαίοι ηγέτες γεννιούνται με τα απαραίτητα εσωτερικά χαρακτηριστικά όπως το χάρισμα, την αυτοπεποίθηση, την εξυπνάδα και τις κοινωνικές δεξιότητες ή κάποια χαρακτηριστικά όπως η εξωστρέφεια, η αυτοπεποίθηση και το θάρρος που τους καθιστούν γεννημένους ηγέτες. Τέτοιες θεωρίες υποδηλώνουν ότι οι άνθρωποι δεν μπορούν πραγματικά να μάθουν πώς να γίνουν ισχυροί ηγέτες. Είναι κάτι με το οποίο γεννιέσαι ή χωρίς. Είναι σε μεγάλο βαθμό μια φυσική (σε αντίθεση με την ανατροφή) προσέγγιση για την εξήγηση της ηγεσίας.

Μπορείτε να διαβάσετε περισσότερα στο:

- The Great Man Theory of Leadership.
- Κατανόηση της Θεωρίας Χαρακτηριστικών της Ηγεσίας.

Άσκηση: Ποια χαρακτηριστικά σας αναγνωρίζετε σε αυτές τις θεωρίες; Καταγράψτε 'τα σε ένα χαρτί.

1.2. Θεωρίες έκτακτης ανάγκης και ηγεσίας καταστάσεων

Αυτές οι θεωρίες επικεντρώνονται σε μεταβλητές που σχετίζονται με το περιβάλλον που μπορεί να καθορίσουν ποιο στυλ ηγεσίας είναι καλύτερο για μια κατάσταση, επειδή μπορεί να διαφέρουν πολύ. Εδώ δεν πρόκειται μόνο για τις ιδιότητες του ηγέτη, αλλά για τη σωστή ισορροπία μεταξύ συμπεριφορών, αναγκών και πλαισίου. Αυτές οι θεωρίες προσφέρουν στους ηγέτες τη δυνατότητα να επιλέξουν την καλύτερη πορεία δράσης με βάση τις μεταβλητές της κατάστασης. Το σωστό στυλ ηγεσίας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το επίπεδο ωριμότητας (δηλαδή, το επίπεδο γνώσης και ικανότητας) των ατόμων ή της ομάδας:

- Η χαμηλή ωριμότητα των ανθρώπων απαιτεί έναν ηγέτη που λέει στους ανθρώπους τι και πώς να κάνουν.
- Η μέση ωριμότητα απαιτεί από τον ηγέτη να εμπνέει (να πουλήσει την ιδέα) και να εμπλέκει ανθρώπους.
- Η μέση ωριμότητα απαιτεί έναν ηγέτη που ενθαρρύνει τους ανθρώπους να αναλάβουν ενεργό ρόλο στη δημιουργία ιδεών και στη λήψη αποφάσεων.
- Η υψηλή ωριμότητα απαιτεί περισσότερο στυλ ηγεσίας ανάθεσης και τη λεγόμενη προσέγγιση hands-off.

Μπορείτε να διαβάσετε περισσότερα στο The Situational Theory of Leadership.

Άσκηση: Θυμάστε καταστάσεις στις οποίες βρεθήκατε σε ορισμένες από τις καταστάσεις που περιγράφηκαν παραπάνω; Ποιες ήταν οι συνθήκες; Ποιο ήταν το επίπεδο ωριμότητας και οι ενέργειες που εφαρμόστηκαν από τον ηγέτη (εσείς ή άλλο άτομο);

1.3. Θεωρίες Συμπεριφοράς

Σε αντίθεση με τις δύο πρώτες ομάδες θεωριών, οι συμπεριφορικές θεωρίες ηγεσίας βασίζονται στην πεποίθηση ότι δημιουργούνται σπουδαίοι ηγέτες (οι άνθρωποι μπορούν να μάθουν να γίνονται ηγέτες μέσω της διδασκαλίας και της παρατήρησης), δεν γεννιούνται. Η θεωρία της ηγεσίας εστιάζει στις ενέργειες των ηγετών, όχι σε ψυχικές ή προσωπικές ιδιότητες ή εσωτερικές καταστάσεις. Σε αυτή την περίπτωση η ηγεσία είναι μια ικανότητα που μπορεί να εξασκηθεί και να αναπτυχθεί.

1.4. Συμμετοχικές Θεωρίες

Αυτές οι θεωρίες προτείνουν ότι το καλύτερο στυλ ηγεσίας περιλαμβάνει τους άλλους ενθαρρύνοντας τη συμμετοχή, τη συνεισφορά και τη δέσμευση στη διαδικασία λήψης αποφάσεων από τα μέλη της ομάδας. Όπως διαβάσατε παραπάνω, απαιτεί συγκεκριμένο επίπεδο ωριμότητας – τόσο ο ηγέτης όσο και οι άλλοι. Παρά τη φυσική προτίμηση σε ένα ή άλλο στυλ ηγεσίας, η συμμετοχική προσέγγιση θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί επίτηδες στις περισσότερες καταστάσεις της ζωής. Μπορείτε να δημιουργήσετε σχέσεις και ισχυρούς δεσμούς με τους ανθρώπους γύρω σας, δείχνοντάς τους σεβασμό και ενθαρρύνοντάς τους να αναπτυχθούν με το να μοιράζεστε. Αυτή η προσέγγιση είναι επίσης μια ισχυρή πηγή μάθησης για όλους, συμπεριλαμβανομένου του ηγέτη.

Μπορείτε να διαβάσετε περισσότερα στο: Τι είναι η συμμετοχική ηγεσία;

Άσκηση: Μπορείτε να θυμηθείτε μια κατάσταση που σας ζητήθηκε να μοιραστείτε τη γνώμη σας και να κάνετε προτάσεις για ένα πρόβλημα/κατάσταση; Πώς νιώθατε τότε; Μοιραστείτε το με άλλα μέλη της εκπαίδευσης.

1.5. Διοίκηση / Θεωρίες Συναλλαγών

Αυτή η προσέγγιση τονίζει τη σημασία της σχέσης μεταξύ ηγέτη και οπαδών, εστιάζοντας στα αμοιβαία οφέλη που προκύπτουν από μια μορφή σύμβασης μέσω της οποίας ο ηγέτης προσφέρει πράγματα όπως ανταμοιβές ή αναγνώριση σε αντάλλαγμα για τη δέσμευση ή την πίστη. Σε αυτές τις θεωρίες ανακαλύπτετε νέα στοιχεία όπως εποπτεία, οργάνωση, απόδοση ομάδας, συμβόλαιο, οφέλη. Εδώ έχουμε έναν μάνατζερ και μέλη της ομάδας. Ανεξάρτητα από τις ηγετικές ικανότητες και τις δυνατότητες του ηγέτη, η ομάδα θα μπορούσε να αποδώσει σε υψηλό επίπεδο, ανάλογα με την ωριμότητα και τον επαγγελματισμό του καθενός. Ας ελπίσουμε ότι οι οργανισμοί θα αναπτύξουν τις ηγετικές δεξιότητες των υπαλλήλων τους.

1.6. Σχέσεις / Θεωρίες Μετασχηματισμού

Αυτές οι θεωρίες επικεντρώνονται στις συνδέσεις μεταξύ ηγετών και ανθρώπων. Εδώ, τέλος, βρίσκουμε ηγέτες που παρακινούν και εμπνέουν τους ανθρώπους βοηθώντας τους να δουν τη σημασία και το ανώτερο καλό των προσπαθειών τους. Και βοηθώντας τους να αναπτύξουν τις δικές τους δυνατότητες. Οι ηγέτες με αυτό το στυλ έχουν συχνά υψηλά ηθικά και ηθικά πρότυπα.

Μπορείτε να διαβάσετε περισσότερα στο:

- Μετασχηματιστική Ηγεσία
- Τα 4 «εγώ» της Μετασχηματιστικής Ηγεσίας (Διανοητική διέγερση, Ατομική σκέψη, Εμπνευσμένο κίνητρο, Εξιδανικευμένη Επιρροή)

Έτσι, στο τέλος βλέπετε ότι η ηγεσία είναι ένα σύνθετο μείγμα πολλών περιβαλλοντικών παραγόντων, προσωπικών χαρακτηριστικών, μερικές φορές τύχης, που βοηθούν να προσδιοριστεί γιατί μερικοί άνθρωποι γίνονται σπουδαίοι ή καλύτεροι ηγέτες από άλλους. Το να μάθετε περισσότερα για το θέμα είναι ένας τρόπος να βελτιώσετε και να αναπτύξετε τις δικές σας δεξιότητες και δυνατότητες στο να είστε ηγέτης της ζωής σας.

3. ΚΑΙ ΕΛΩ ΕΡΧΟΜΑΣΤΕ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑ

Η προσωπική ηγεσία είναι μια ισχυρή έννοια. Στην πραγματικότητα, ο Peter Drucker καθόρισε την προσωπική ηγεσία ως τη μόνη ηγεσία που θα έχει σημασία στον 21ο αιώνα.

Η προσωπική ηγεσία δεν έχει περιορισμούς και ισχύει για όλους. Είναι η ικανότητα να αναλαμβάνεις την ευθύνη για όλες τις πτυχές της ζωής σου και να την οδηγείς προς την κατεύθυνση που είναι καλύτερη για το άτομο. Κάνει τους ανθρώπους υπεύθυνους, οργανωμένους και ενεργούς προς τους στόχους που θέτουν.

Όταν οι άνθρωποι είναι σε θέση να αναλάβουν την ευθύνη να είναι η καλύτερη εκδοχή του εαυτού τους και να έχουν τη ζωή που θέλουν, είναι πιο πιθανό να έχουν θετικό και εμπνευσμένο αντίκτυπο στους άλλους, να αποτελέσουν πρότυπα και έμπνευση για τους γύρω τους.

Στο «Χτίζοντας Προσωπική Ηγεσία», ο Joel Farcht ορίζει την προσωπική ηγεσία ως:

«Προσωπική ηγεσία είναι η ικανότητα με αυτοπεποίθηση να αποκρυσταλλώνεις τη σκέψη σου και να καθιερώνεις μια ακριβή κατεύθυνση για τη ζωή σου, να δεσμεύσαι να κινηθείς προς αυτή την κατεύθυνση και μετά να λάβεις αποφασιστική δράση για να αποκτήσεις, να πετύχεις ή να γίνεις ό,τι προσδιορίζεις ως τον απώτερο στόχο στη ζωή σου».

4. ΠΩΣ ΞΕΚΙΝΑΕΙ Η ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑ;

Η ανάπτυξη της προσωπικής ηγεσίας δεν είναι αυτοσκοπός. Είναι μια διαδικασία, ένα μονοπάτι, ένας τρόπος να σκεφτείς και να ζήσεις τη ζωή σου. Ξεκινά με μερικά απλά βήματα:

- κατανοώντας την ανάγκη σας να αναπτυχθείτε και να αξιοποιήσετε περισσότερο τον εαυτό σας.
- συνειδητή απόφαση να αναλάβετε το ρόλο του δικού σας προπονητή ζωής και να ακολουθήσετε το προσωπικό σας σχέδιο ηγεσίας προς την επιθυμητή ζωή σας (η καλύτερη εκδοχή σας).
- βρίσκοντας αυτό που λειτουργεί καλύτερα για εσάς (υπάρχουν πολλά μαθήματα και πληροφορίες που μπορούν να σας βοηθήσουν). Ένας συνδυασμός ατομικών συνεδριών και ομαδικής εργασίας μπορεί να επιταχύνει και να υποστηρίξει τη διαδικασία ανάπτυξης.

Εάν επιλέξετε να ακολουθήσετε αυτή τη διαδρομή, ένα καλό πρόγραμμα ηγεσίας προσωπικής ανάπτυξης θα πρέπει να καλύπτει τα ακόλουθα:

- Προσωπικές δυνάμεις και αδυναμίες· στυλ και προτιμήσεις, στόχους και όραμα, κ.λπ.
- στρατηγικές για να αναπτυχθείτε και να αναπτύξετε περισσότερο τις δυνάμεις σας (αυτός είναι ένας τρόπος που ο εγκεφαλός σας υποστηρίζει καλύτερα ως διαδικασία, σύμφωνα με τη νευροεπιστήμη).

- κατανοώντας πώς οι πεποιθήσεις και οι προκαταλήψεις περιορίζουν ή διαμορφώνουν τον τρόπο σκέψης και δράσης σας και μεταμορφώνοντάς τα. Προσδιορίστε τι εμποδίζει τους ανθρώπους να επιτύχουν τους στόχους τους και ποια βήματα μπορείτε να κάνετε για να προχωρήσετε προς τους στόχους σας.
- σχέδιο δράσης για την ανάπτυξη νέων, υποστήριξη των στόχων, των συνθηθειών σας.
- ποια είναι η προσωπική σας κατάσταση ισορροπίας μεταξύ εργασίας και ελεύθερου χρόνου;
- Μάθετε να έχετε ένα μακροπρόθεσμο όραμα ζωής.
- και πολλά άλλα θέματα που θα εμφανίζονταν κατά τη διαδικασία.

Εκπαιδευτικός Οδηγός

Άσκηση 1. Αναγνωρίστε τα Στυλ Ηγεσίας

Η άσκηση στοχεύει στην εύρεση, επανεξέταση και κατανόηση διαφορετικών στυλ ηγεσίας και στοιχείων που περιλαμβάνονται σε αυτά, μέσω του παιχνιδιού ρόλων και της δημιουργικής δραματικής προσέγγισης που εμπλέκουν όλους τους συμμετέχοντες.

Προετοιμασία: Υπάρχουν 6 στυλ ηγεσίας σε αυτό το μάθημα. Κάθε ένα από αυτά χαρακτηρίζεται από λίγα στοιχεία. Περιγράψτε τα σε 6 διαφορετικά κομμάτια χαρτιού, ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να επιλέξουν στα τυφλά ένα από αυτά.

Βήμα 1: Χωρίστε τα άτομα σε 3 ή 6 ομάδες, ανάλογα με τον αριθμό τους.

Βήμα 2: Αφήστε κάθε ομάδα να επιλέξει 1 ή 2 κομμάτια χαρτιού και όχι να τα δείχνει σε άλλους.

Βήμα 3: Εξηγήστε το σκοπό του παιχνιδιού – κάθε ομάδα να παίξει το στυλ ηγεσίας που πήρε. Δεν τους επιτρέπεται να μιλάνε, αλλά μόνο να παίζουν. Προϋπόθεση είναι όλα τα μέλη των ομάδων να συμμετέχουν ενεργά και ισότιμα.

Βήμα 4: Αφήστε κάθε ομάδα να παρουσιάσει το παιχνίδι της. Οι άλλοι θα πρέπει να μαντέψουν το στυλ ηγεσίας και τις συγκεκριμένες συμπεριφορές που περιλαμβάνονται.

Βήμα 5: Συνοψίστε τα στυλ και τις συμπεριφορές Ρωτήστε τους ανθρώπους εάν έχουν ανακαλύψει κάτι νέο για τον εαυτό τους.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ για τους Εκπαιδευτές: Εξασφαλίστε χώρο για τις διάφορες ομάδες, ώστε να μπορούν να προετοιμαστούν μακριά από άλλες ομάδες. Μπορείτε να τους προσκαλέσετε να χρησιμοποιήσουν διαδρόμους, άλλα δωμάτια, εξωτερικό χώρο κ.λπ. Η στιγμή της έκπληξης είναι καθοριστική και θα κάνει τη δραστηριότητα ακόμα πιο χρήσιμη και αστεία.

Άσκηση 2. Προσωπικός ηγετικός τροχός

Η άσκηση θα βοηθήσει τους συμμετέχοντες να βρουν, να αναθεωρήσουν και να κατανοήσουν τα δικά τους δυνατά σημεία, χαρακτηριστικά και ιδιότητες, που θα τους έκαναν καλούς ηγέτες της ζωής τους.

Υλικά: Χαρτί A4, έγχρωμα μολύβια.

Βήμα 1: Προσκαλέστε τους ανθρώπους να διαβάσουν και να αντικατοπτρίσουν τη λίστα με τις ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά που δίνονται στον παρακάτω πίνακα. Η λίστα περιλαμβάνει τα πιο καλά αναγνωρισμένα χαρακτηριστικά και ιδιότητες του καλού ηγέτη.

Κρίση προσανατολισμένη στη δράση	Ανάθεση καθηκόντων	Δίνοντας εντολές	Αυτογνωσία
Κρίση προσανατολισμένη στη δράση	Προθυμία για ανάληψη ευθύνης	Κοινωνικές ικανότητες	Αυτοπεποίθηση

Προσαρμοστικότητα και ευελιξία	Συναισθηματική νοημοσύνη	Με προσανατολισμό στον άνθρωπο	Αυτοπειθαρχία
Διεκδικητικότητα	Ενσυναίσθηση	Επιμονή	Αυτοπαρακινημένος
Επιχειρησιακή τεχνογνωσία	Συγκεντρώνω	Σχεδιασμός και οργάνωση	Πνευματικότητα
Ικανότητα παρακίνησης ανθρώπων	Τιμότητα	Θετικότητα	Στήριξη ανθρώπων
Δεξιότητες επικοινωνίας	Επιρροή	Επαγγελματική Εξειδίκευση	Ικανότητα εργασίας
Τη διαχείριση των συγκρούσεων	Ακεραιότητα	Ακρίβεια	Δημιουργός ομάδας
Θάρρος και αποφασιστικότητα	Ευγένεια και φιλικότητα	Αξιοπιστία	Αξιοπιστία
Δημιουργικότητα	Μαθησιακή ευελιξία	Γεμάτος σεβασμό	Όραμα και μακροπρόθεσμος στοχαστής
Αποφασιστικότητα	Ανάγκη για επίτευγμα	Ανάληψη κινδύνων	

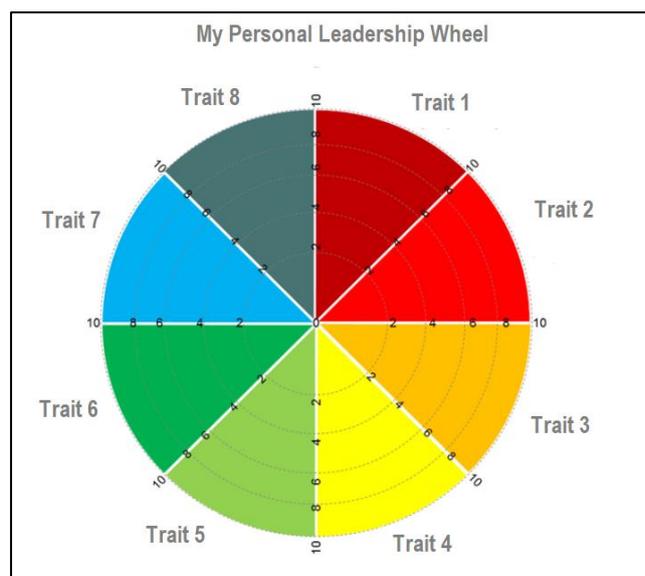
Βήμα 2: Ζητήστε από όλους να επιλέξουν τα πιο σημαντικά, 8 από αυτά για να είστε επιτυχημένος ηγέτης.

Βήμα 3: Ζητήστε από τον συμμετέχοντα να γράψει μια σύντομη περιγραφή καθενός από τα επιλεγμένα στοιχεία (για να τα παρουσιάσει μπροστά από την ομάδα στο τέλος). **Εάν οι άνθρωποι προτιμούν, μπορούν να ζωγραφίσουν εικόνες ή σύμβολα .**

Βήμα 4: Χρησιμοποιώντας τον Προσωπικό Τροχό Ηγεσίας, ο καθένας μπορεί να εκπληρώσει τα επιλεγμένα στοιχεία και αυτά για να αξιολογήσει σε ποιο βαθμό κατέχει το καθένα. **Οι άνθρωποι μπορούν να ζωγραφίζουν και να χρησιμοποιούν σύμβολα αντί να γράφουν .**

Βήμα 5: Κάντε ένα βραχυπρόθεσμο σχέδιο για την ανάπτυξη των 3 πιο σημαντικών στοιχείων στη συνέχεια - γραφή ή σχέδιο.

Βήμα 6: Μοιραστείτε τον Προσωπικό Τροχό Ηγεσίας με άλλους.



Άσκηση 3. Προσωπικό Στυλ Ηγεσίας (διαδικτυακό κουίζ)

Βήμα 1: Εάν οι συμμετέχοντες είναι περίεργοι και υπάρχει χρόνος για αυτήν τη δραστηριότητα, μπορούν να δοκιμάσουν το διαδικτυακό εργαλείο "What's Your Leadership Style;" Από Verywellmind.com - <https://www.verywellmind.com/whats-your-leadership-style-3866929?quizResult=705ec57c>

Η οποιοδήποτε άλλο διαδικτυακό εργαλείο που μπορεί να τους δώσει μια καλή ιδέα για το δικό τους στυλ και τις προτιμήσεις τους όταν ηγούνται ανθρώπων.

Βήμα 2: Μοιραστείτε τα αποτελέσματα και τις πληροφορίες του εργαλείου.

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους Εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

- *Κανένας.*

Εκτίμηση

Ανοιχτή συζήτηση:

- Πώς νιώθετε;
- Ποιο είναι το πιο απλό πράγμα που μπορείτε να πάρετε από την ημέρα και να εφαρμόσετε αμέσως στην καθημερινότητά σας;
- Σε ποιο μέρος της ζωής σας θα ήταν η πιο σχετική αυτή η γνώση;

Περαιτέρω ανάγνωση :

- Γιατί έχει σημασία η προσωπική ηγεσία; <https://leadershipexcellencenow.com/blog/what-is-personal-leadership-and-why-does-it-matter/>
- Πώς λειτουργεί η ανάπτυξη προσωπικής ηγεσίας; <https://leadershipexcellencenow.com/blog/what-is-personal-leadership-development-and-why-is-it-important/>
- The Major Leadership Theories, <https://www.verywellmind.com/leadership-theories-2795323>
- Κουίζ: Τι είδους ηγέτης είσαι; <https://www.skillsyouneed.com/quiz/325444>
- Επαναπροσδιορισμός ηγεσίας: Οι 30 καλύτερες πρακτικές ηγεσίας (Inspire, Empower, Innovate), <https://www.pniconsulting.com/articles/leadership-redefined>
- The Power of Personal Leadership, <https://sourcesofinsight.com/the-power-of-personal-leadership/>
- The Importance of Personal Leadership, <https://www.linkedin.com/pulse/importance-personal-leadership-grace-asekota/>
- Ηγεσία, https://en.wikipedia.org/wiki/Leadership#Behavioral_and_style_theories
- Τι είναι η ηγεσία; <https://www.forbes.com/sites/kevinkruse/2013/04/09/what-is-leadership/?sh=1a9c3c425b90>
- Μια ανασκόπηση της θεωρίας ηγεσίας και των πλαισίων ικανότητας, https://ore.exeter.ac.uk/repository/bitstream/handle/10036/17494/mgmt_standards.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ποιο είναι το στυλ ηγεσίας σας; <https://www.idealists.org/en/careers/quiz-leadership-style>
- Ένα απλό εργαλείο για πιο αποτελεσματική λήψη αποφάσεων (για ηγέτες), <https://www.nexightgroup.com/simple-tool-for-effective-decision-making/>

6

O S
D Y

—

Εκπαιδευτική Ενότητα 6:

Ενημερία στο χώρο εργασίας

6.1. Αυτοφροντίδα και ευεξία

Πρόγραμμα Σπουδών Επιμόρφωσης		
Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<ul style="list-style-type: none">Γνωρίστε τι είναι η αυτοφροντίδα και τα είδη τηςΠροσδιορίστε τρόπους για να διατηρήσετε μια ρουτίνα αυτοφροντίδας.	<ul style="list-style-type: none">Δείξτε μια ρουτίνα αυτοφροντίδας και εξάσκηση.Εφαρμόστε εργαλεία αυτοφροντίδας.	<ul style="list-style-type: none">Εκτιμήστε τη σημασία της αυτοφροντίδας.Αποφασίστε το καλύτερο σχέδιο αυτοφροντίδας για εσάς.

Θεωρητικό πλαίσιο

Τι ακριβώς είναι η αυτοφροντίδα;

Η αυτοφροντίδα ορίζεται ως μια σκόπιμη ενέργεια που λαμβάνεται για τη βελτίωση της σωματικής, ψυχικής και συναισθηματικής ευεξίας του ατόμου. Η αυτοφροντίδα μπορεί να λάβει πολλές διαφορετικές μορφές. Μπορεί να είναι να κοιμάστε επαρκώς κάθε βράδυ ή να πάρετε λίγο καθαρό αέρα περπατώντας έξω για λίγα λεπτά.

«Μια ολοκληρωμένη, πολυεπίπεδη διαδικασία σκόπιμης συμμετοχής σε τεχνικές που προάγουν την υγιή λειτουργία και αυξάνουν την ευεξία», σύμφωνα με τον ορισμό της αυτοφροντίδας. Η αυτοφροντίδα είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη ανθεκτικότητας στις πιέσεις της ζωής που δεν μπορείτε να αποφύγετε. Θα είστε σε θέση να ζήσετε καλύτερα τη ζωή σας μόλις καταβάλετε προσπάθειες για να φροντίσετε το μυαλό και το σώμα σας.

Δυστυχώς, πολλά άτομα θεωρούν ότι η αυτοφροντίδα είναι πολυτέλεια παρά ανάγκη. Ως αποτέλεσμα, είναι υπερφορτωμένοι, εξαντλημένοι και ανεπαρκώς εξοπλισμένοι για να αντιμετωπίσουν τα αναπόφευκτα εμπόδια της ζωής.

Τύποι αυτοφροντίδας

1) Σωματική αυτοφροντίδα

Αν θέλετε το σώμα σας να λειτουργεί σωστά, πρέπει να το φροντίζετε. Είναι σημαντικό να θυμάστε ότι το σώμα και το μυαλό σας είναι άρρηκτα συνδεδεμένα. Θα σκέφτεστε και θα αισθάνεστε καλύτερα αν φροντίζετε το σώμα σας. Η σωματική αυτοφροντίδα περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο τρέφετε το σώμα σας, πόσο κοιμάστε, πόση σωματική δραστηριότητα έχετε και πόσο καλά φροντίζετε τις σωματικές σας ανάγκες. Η σωματική αυτοφροντίδα περιλαμβάνει πράγματα όπως η τήρηση ραντεβού, η λήψη φαρμάκων, όπως συνιστάται και η παρακολούθηση της υγείας σας (APA, 2015).

2) Κοινωνική αυτοφροντίδα

Η αυτοφροντίδα απαιτεί κοινωνικοποίηση. Όταν η ζωή γίνεται πολυάσχολη, είναι δύσκολο να βρεις χρόνο για φίλους και είναι δελεαστικό να αγνοήσεις τις σχέσεις σου. Η ευημερία σας εξαρτάται από την ικανότητά σας να διατηρείτε στενές σχέσεις. Η επένδυση χρόνου και προσοχής για την ανάπτυξη και τη διατήρηση στενών δεσμών με τους ανθρώπους είναι η μεγαλύτερη στρατηγική για την καλλιέργεια και τη διατήρηση στενών σχέσεων. Δεν υπάρχει καθορισμένος χρόνος που πρέπει να αφιερώνετε με τους φίλους σας ή να εργάζεστε στις σχέσεις σας. Οι κοινωνικές ανάγκες του καθενός είναι λίγο διαφορετικές. Η ιδέα είναι να καταλάβετε ποιες είναι οι κοινωνικές σας απαιτήσεις και να βεβαιωθείτε ότι έχετε αρκετό χρόνο στο ημερολόγιό σας για να τις καλύψετε (Umberson & Montez, 2010).

3) Ψυχική αυτοφροντίδα

Η ψυχολογική σας ευεξία επηρεάζεται έντονα από τον τρόπο που σκέφτεστε και τα πράγματα με τα οποία απασχολείτε το κεφάλι σας. Το να κάνετε εργασίες που κρατούν το μυαλό σας δραστήριο, όπως παζλ ή να μάθετε για ένα θέμα που σας ενδιαφέρει, είναι παραδείγματα ψυχικής αυτοφροντίδας. Η ανάγνωση βιβλίων ή η παρακολούθηση ταινιών που σας εμπνέουν μπορεί να σας βοηθήσει να συνεχίσετε τις σκέψεις σας. Το να κάνετε εργασίες που σας βοηθούν να παραμείνετε ψυχικά καλά είναι επίσης μέρος της ψυχικής αυτοφροντίδας. Η αυτοσυμπόνια και η αποδοχή, για παράδειγμα, μπορούν να σας βοηθήσουν να διατηρήσετε μια πιο θετική εσωτερική αύρα (Pillai, et. al, 2011).

4) Συναισθηματική αυτοφροντίδα

Για να αντιμετωπίσετε δυσάρεστα συναισθήματα όπως θυμό, ανησυχία και θλίψη, είναι σημαντικό να έχετε καλές δεξιότητες αντιμετώπισης. Δραστηριότητες που σας βοηθούν να αναγνωρίζετε και να εκφράζετε τα συναισθήματά σας σε τακτική βάση μπορεί να περιλαμβάνονται στη συναισθηματική αυτοφροντίδα. Είναι σημαντικό να συμπεριλάβετε τη συναισθηματική αυτο-φροντίδα στη ζωή σας, είτε συνομιλείτε με έναν σύζυγο ή στενό φίλο για το πώς αισθάνεστε είτε αφιερώνετε χρόνο για δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου που σας βοηθούν να επεξεργαστείτε τα συναισθήματά σας (Izard, 2009).

Εκπαιδευτικός Οδηγός

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Αναπτύξτε το δικό σας σχέδιο αυτοεξυπηρέτησης: το μοντέλο BEC

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:

Δεν υπάρχει τέτοιο πράγμα, όπως μια προσέγγιση που ταιριάζει σε όλους για την αυτοφροντίδα. Η στρατηγική αυτοεξυπηρέτησής σας θα πρέπει να είναι προσαρμοσμένη στις συγκεκριμένες απαιτήσεις σας και στο τι συμβαίνει στη ζωή σας αυτή τη στιγμή. Προσδιορίστε ποιες πτυχές της ζωής σας απαιτούν περαιτέρω προσοχή και αυτοφροντίδα. Επίσης, αξιολογήστε τη ζωή σας σε τακτική βάση. Οι απαιτήσεις σας για αυτοφροντίδα είναι πιθανό να αλλάξουν, καθώς αλλάζουν οι περιστάσεις σας. Δημιουργήστε ένα σχέδιο μεταμόρφωσης όταν συνειδητοποιήσετε ότι αγνοείτε ένα συγκεκριμένο στοιχείο της ζωής σας. Δεν χρειάζεται να ασχολείστε με τα πάντα ταυτόχρονα. Καθορίστε μια μέτρια κίνηση που μπορείτε να κάνετε για να βελτιώσετε την αυτοφροντίδα σας. Στη συνέχεια, αφιερώστε χρόνο για να εστιάσετε στις απαιτήσεις σας. Βάλτε την αυτοφροντίδα προτεραιότητα, ακόμα κι αν δεν νιώθετε ότι έχετε χρόνο για οτιδήποτε άλλο. Θα ανακαλύψετε ότι όταν φροντίζετε όλα τα στοιχεία του εαυτού σας, θα μπορείτε να εργάζεστε με μεγαλύτερη επιτυχία και αποτελεσματικότητα.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Εξηγήστε στους συμμετέχοντες τι είναι το μοντέλο BEC:

B : ΣΩΜΑ

E : ΑΠΟΛΛΑΥΣΗ

C : ΣΥΝΔΕΣΗ

Βήμα 2: Δώστε στους συμμετέχοντες ένα κομμάτι χαρτί και στυλό. Θα πρέπει να χωρίσουν το χαρτί σε τρία ίσα τετράγωνα.

Βήμα 3: Στο πρώτο τετράγωνο, οι συμμετέχοντες θα πρέπει να γράψουν τι θα ήθελαν να κάνουν για το ΣΩΜΑ τους, δηλαδή τρόπους ενίσχυσης της σωματικής αυτοφροντίδας. Δίνονται 5-10 λεπτά.

Βήμα 4: Στο δεύτερο τετράγωνο, οι συμμετέχοντες θα πρέπει να γράψουν πράγματα που κάνουν και απολαμβάνουν πραγματικά, δηλαδή τρόπους για να ενισχύσουν την ψυχική και συναισθηματική τους φροντίδα. Δίνονται 5-10 λεπτά.

Βήμα 5: Στο τρίτο τετράγωνο, οι συμμετέχοντες θα πρέπει να γράψουν τι θα ήθελαν να κάνουν για να ΣΥΝΔΕΘΟΥΝ με τους ανθρώπους, δηλαδή τρόπους ενίσχυσης της Κοινωνικής αυτοφροντίδας. Δίνονται 5-10 λεπτά.

Βήμα 6: Τώρα, οι συμμετέχοντες ζευγαρώνονται σε ομάδες των 3-4 και ο καθένας παρουσιάζει το σχέδιο αυτοφροντίδας του. Μπορεί να γίνει ανοιχτή συζήτηση εντός των ομάδων. Τους δίνονται 10-20 λεπτά.

Βήμα 7: Ακολουθεί ο προβληματισμός στην ομάδα: **1)** Πώς ένιωσες; **2)** Πώς θα διατηρούσατε αυτό το σχέδιο αυτοφροντίδας στην καθημερινότητά σας; **3)** Τώρα που έχετε έτοιμο προς χρήση ένα σχέδιο, θα βάζατε την αυτοφροντίδα προτεραιότητα; **4)** Καταλαβαίνετε τώρα τη σημασία της αυτοφροντίδας;

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

N/A

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους Εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

1) Οι συμμετέχοντες που δεν έχουν σκεφτεί ποτέ πρακτικές αυτοφροντίδας, μπορεί να αντιμετωπίσουν προβλήματα με την αναγνώρισή τους. Έτσι, μπορείτε να προτείνετε μερικούς τρόπους αυτοφροντίδας.

Εκτίμηση

Ανοιχτή συζήτηση:

- 1) Πώς νιώθετε μετά από αυτή την άσκηση;
- 2) Σας άρεσε αυτή η άσκηση; Ποιο μέρος σας άρεσε περισσότερο;
- 3) Τι θα αλλάζατε/τροποποιούσατε/βελτιώνατε σε αυτή την άσκηση;

Περαιτέρω ανάγνωση :

20 πρακτικές αυτοφροντίδας για το μυαλό, το σώμα και την ψυχή:

https://www.huffpost.com/entry/20-selfcare-practices-for_b_10314820

Βιβλιογραφικές αναφορές:

American Psychological Association (APA), (2015), *Stress in America* , Εκδόσεις APA.

Izard, CE (2009). Θεωρία και έρευνα συναισθημάτων: κύρια σημεία, αναπάντητα ερωτήματα και αναδυόμενα ζητήματα. *Annu Rev Psychol* .; 60:1-25. doi:10.1146/annurev.psych.60.110707.163539

Pillai, JA, Hall, CB, Dickson, DW, Buschke. H., Lipton, RB & Verghese, J. (2011). Συσχέτιση της συμμετοχής στο σταυρόλεξο με την έκπτωση της μνήμης σε άτομα που εμφανίζουν άνοια . *J Int Neuropsychol Soc* ; 17(6):1006-13. doi: 10.1017/S1355617711001111

Umberson, D., & Montez, JK (2010). Κοινωνικές σχέσεις και υγεία: σημείο ανάφλεξης για την πολιτική υγείας . *J Health Soc Behav iour*, Vol. 51 Suppl: S54-66. doi: 10.1177/0022146510383501.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ:

To BEC Matrix

ΣΩΜΑ	ΑΠΟΛΛΑΥΣΗ	ΣΥΝΔΕΣΗ
1).....	1).....	1).....
2).....	2).....	2).....
3).....	3).....	3).....

5.2. Διαχείριση άγχους στο χώρο εργασίας: Απλές ασκήσεις για να κάνετε μόνοι σας!

Πρόγραμμα Σπουδών Επιμόρφωσης

Η γνώση	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<ul style="list-style-type: none">Γνωρίστε τι είναι το άγχος και οι πιθανοί στρεσογόνοι παράγοντες.Κατανοήστε τους τρόπους διαχείρισης του άγχους στο χώρο εργασίας.Κατανοήστε τα σημάδια του στρες.	<ul style="list-style-type: none">Διαχειριστείτε το άγχος με πιο επαρκή τρόπο.Εφαρμόστε εργαλεία για να μειώσετε το άγχος στην καθημερινή και επαγγελματική ζωή.Αναπτύξτε μια πιο υγιεινή στάση χωρίς άγχος στο χώρο εργασίας.	<ul style="list-style-type: none">Επιδεικνύουν την ικανότητα ανακούφισης των συμπτωμάτων του στρες.Υποστηρίζετε τους συναδέλφους και τους υπαλλήλους για να μειώσετε τα επίπεδα άγχους στο χώρο εργασίας.

Θεωρητικό πλαίσιο



Η εικόνα ανακτήθηκε από: <https://www.qminder.com/stress-management-tips/>

Τι είναι το άγχος;

Το άγχος είναι η φυσική αντίδραση του σώματος στην αλλαγή, με αποτέλεσμα σωματικές, συναισθηματικές και γνωστικές αντιδράσεις. Η εκπαίδευση διαχείρισης του στρες μπορεί να σας βοηθήσει να αντιμετωπίσετε την αλλαγή με πιο υγιεινό τρόπο. Το άγχος είναι ένα φυσικό ανθρώπινο συναίσθημα που επηρεάζει τον καθένα κάποια στιγμή στη ζωή του. Στην πραγματικότητα, το ανθρώπινο σώμα είναι φτιαγμένο για να αναγνωρίζει και να ανταποκρίνεται στο στρες. Το σώμα σας αναπτύσσει σωματικές και ψυχικές αντιδράσεις ως απάντηση σε αλλαγές ή δυσκολίες, που ονομάζονται στρεσογόνοι παράγοντες. Το άγχος μπορεί να είναι ευεργετικό καθώς μας κρατά προσεκτικούς, συγκεντρωμένους και προετοιμασμένους να ξεφύγουμε από τον κίνδυνο. Μια αντίδραση στρες, για παράδειγμα, μπορεί να βοηθήσει το σώμα σας να εργαστεί πιο σκληρά και να παραμείνει ξύπνιο για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, εάν έχετε μπροστά σας μια σημαντική δοκιμασία. Όταν το άγχος επιμένει χωρίς ανάπαυλα ή στιγμές χαλάρωσης, γίνεται πρόβλημα.

Τι συμβαίνει στο σώμα σας όταν αισθάνεστε άγχος;

Το αυτόνομο νευρικό σύστημα ρυθμίζει τον καρδιακό ρυθμό, την αναπνοή, την όραση και άλλες σωματικές λειτουργίες. Η ενσωματωμένη αντίδραση στρες του σώματος, γνωστή ως «απόκριση πάλης ή φυγής», τον βοηθά να

αντιμετωπίζει στρεσογόνες καταστάσεις. Η συνεχής ενεργοποίηση της αντίδρασης στο στρες δημιουργεί φθορά στο σώμα όταν ένα άτομο βρίσκεται υπό μακροχρόνιο (χρόνιο) στρες. Τα συμπτώματα εμφανίζονται με τη μορφή σωματικών, συναισθηματικών και συμπεριφορικών εκδηλώσεων.

Τα ακόλουθα είναι φυσικά σημάδια άγχους:

- Οι πόνοι είναι συχνό φαινόμενο.
- Η ενόχληση στο στήθος ή η αίσθηση ότι η καρδιά σας χτυπά γρήγορα.
- Αϋπνία ή εξάντληση.
- Μπορεί να εμφανιστούν πονοκέφαλοι, ζάλη ή τρόμος.
- Αρτηριακή πίεση που είναι πολύ υψηλή.
- Μυϊκό σφίξιμο.
- Προβλήματα με το στομάχι ή το έντερο.
- Είναι δύσκολο να κάνεις σεξ.
- Το ανοσοποιητικό σύστημα είναι εξασθενημένο.

Το άγχος μπορεί να προκαλέσει ποικίλα συναισθηματικά και ψυχικά συμπτώματα, όπως:

- Ευερεθιστότητα ή άγχος.
- Κατάθλιψη.
- Μπορεί να συμβούν κρίσεις πανικού.
- Θλίψη.

Τα άτομα που υποφέρουν από χρόνια στρες προσπαθούν συχνά να το αντιμετωπίσουν συμμετέχοντας σε επιβλαβείς δραστηριότητες, όπως:

- Κατανάλωση αλκοόλ σε υπερβολική ή τακτική βάση.
- ΤΥΧΕΡΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ.
- Η υπερκατανάλωση τροφής ή η εμφάνιση διατροφικού προβλήματος είναι επίσης πιθανά αποτελέσματα.
- Καταναγκαστική συμμετοχή σε σεξ, ψώνια ή σερφάρισμα στο διαδίκτυο.
- Κάπνισμα.
- Χρήση παράνομων ουσιών.

Τα υψηλά επίπεδα στρες μπορεί να προκαλέσουν:

- Επαγγελματική εξουθένωση
- Ανησυχία
- Κατάθλιψη
- Αϋπνία
- Υπέρταση
- Συχνή ασθένεια
- Εξάντληση

Το άγχος στο χώρο εργασίας

Το στρες στον εργασιακό χώρο μπορεί να επηρεαστεί από διάφορους παράγοντες.

Οργανωτικοί παράγοντες:

Καθώς αυξάνεται το οργανωτικό άγχος και η πολυπλοκότητα, αυξάνεται και ο αριθμός των οργανωτικών μεταβλητών που προκαλούν άγχος στο προσωπικό. Μερικά από αυτά τα στοιχεία είναι:

- Διακρίσεις στη δομή αμοιβών/μισθών
- Αυστηροί έλεγχοι και κανόνες
- Επικοινωνία που είναι αναποτελεσματική
- Η επιρροή των άλλων
- Στόχοι σε σύγκρουση/στόχοι σε κενό
- Πιο επίσημη και κεντρική οργανωτική δομή
- Οι δυνατότητες προώθησης είναι περιορισμένες.
- Η έλλειψη συμμετοχής των εργαζομένων στη λήψη αποφάσεων.
- Οι διευθυντές έχουν υπερβολική επιρροή στο προσωπικό τους.

Ατομικοί παράγοντες:

Τα μέλη της οικογένειας, οι συνομήλικοι, οι ανώτεροι και οι υφιστάμενοι έχουν όλοι διαφορετικές προσδοκίες από τον εργαζόμενο. Η αποτυχία κατανόησης ή επικοινωνίας τέτοιων προσδοκιών οδηγεί σε ασάφεια ρόλων/σύγκρουση ρόλων, η οποία προκαλεί άγχος στους εργαζόμενους. Οι εγγενείς ιδιότητες της προσωπικότητας, όπως η ανυπομονησία, η επιθετικότητα, η ακαμψία και η συνεχής αίσθηση πίεσης χρόνου, μεταξύ άλλων, συμβάλλουν στο άγχος των εργαζομένων. Τα οικογενειακά προβλήματα, τα προσωπικά οικονομικά προβλήματα και οι απότομες εργασιακές αλλαγές συμβάλλουν στο άγχος.

Παράγοντες που σχετίζονται με την εργασία:

Ακολουθούν ορισμένες μεταβλητές που σχετίζονται με την εργασία που προκαλούν άγχος στους εργαζόμενους:

- Εργασιακή μονοτονία
- Εργασιακές συνθήκες που δεν είναι ασφαλείς και επικίνδυνες
- Θέματα εμπιστευτικότητας

Παρεμβάσεις στο χώρο εργασίας για μείωση του στρες

Το άγχος στο χώρο εργασίας μπορεί να αποφευχθεί και ο εντοπισμός πιθανών πηγών άγχους για τους εργαζόμενους είναι το πρώτο βήμα για την αντιμετώπισή τους. Υπάρχουν τρεις τύποι αποτελεσματικών θεραπειών για τη μείωση του στρες στο χώρο εργασίας: πρωτογενής, δευτερογενής και τριτογενής.

Οι πρωτογενείς παρεμβάσεις συνεπάγονται τη λήψη προληπτικών μέτρων για τη μείωση ή την εξάλειψη πιθανών στρεσογόνων παραγόντων προκειμένου να αποφευχθεί το άγχος. Η προέλευση του σωματικού και ψυχικού στρες στην εργασία είναι το επίκεντρο αυτού του επιπέδου παρέμβασης.

Ακολουθούν ορισμένα παραδείγματα πρωτογενών παρεμβάσεων:

- Αλλαγή του σχεδιασμού και της διακόσμησης του εργασιακού περιβάλλοντος
- Διαλλείματα
- Η συμμετοχή των εργαζομένων στη λήψη αποφάσεων και στον προγραμματισμό εργασίας πρέπει να αυξηθεί
- Αύξηση του διαθέσιμου χρόνου και των πόρων για την ολοκλήρωση καθορισμένων εργασιακών ευθυνών
- Οι περιγραφές θέσεων εργασίας και οι ικανότητες και τα διαπιστευτήρια των εργαζομένων θα πρέπει να αντιστοιχίζονται
- Δημιουργία μιας ξεκάθαρης διαδρομής για πρόοδο και ανταμοιβή
- Απαλλαγή από σωματικούς κινδύνους
- Αντικατάσταση ασφαλέστερων τεχνολογιών και εξοπλισμού
- Θέσπιση μηχανισμών ελέγχου για την πρόληψη της έκθεσης των εργαζομένων σε κινδύνους στο χώρο εργασίας

- Ενθάρρυνση της χρήσης ατομικού προστατευτικού εξοπλισμού

Οι δευτερογενείς παρεμβάσεις έχουν θεραπευτικό χαρακτήρα και στοχεύουν στην αλλαγή του τρόπου με τον οποίο οι εργαζόμενοι αντιλαμβάνονται και αντιδρούν στις πιέσεις. Αυτές οι θεραπείες στοχεύουν στο να βοηθήσουν τους εργαζόμενους να διαχειριστούν το άγχος και να αναγνωρίσουν έγκαιρα τα συμπτώματα που σχετίζονται με το στρες. Ακολουθούν ορισμένα παραδείγματα δευτερογενών παρεμβάσεων:

- Εκπαίδευση και κατάρτιση των εργαζομένων
- Έλεγχος για συμπτώματα υψηλής αρτηριακής πίεσης και στρες ως μέρος της τακτικής παρακολούθησης της υγείας

Στο επίπεδο της ασθένειας, οι τριτογενείς παρεμβάσεις είναι τρόποι ελέγχου. Αυτά είναι σχεδιασμένα για υπαλλήλους που έχουν ήδη στρες. Η θεραπεία, τα προγράμματα αποζημίωσης, τα προγράμματα αποκατάστασης και τα προγράμματα επιστροφής στην εργασία αποτελούν μέρος των τριτογενών παρεμβάσεων για τους επηρεαζόμενους εργαζόμενους.

Εκπαιδευτικός Οδηγός

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Αναγνωρίζοντας το άγχος και πώς να χαλαρώσετε

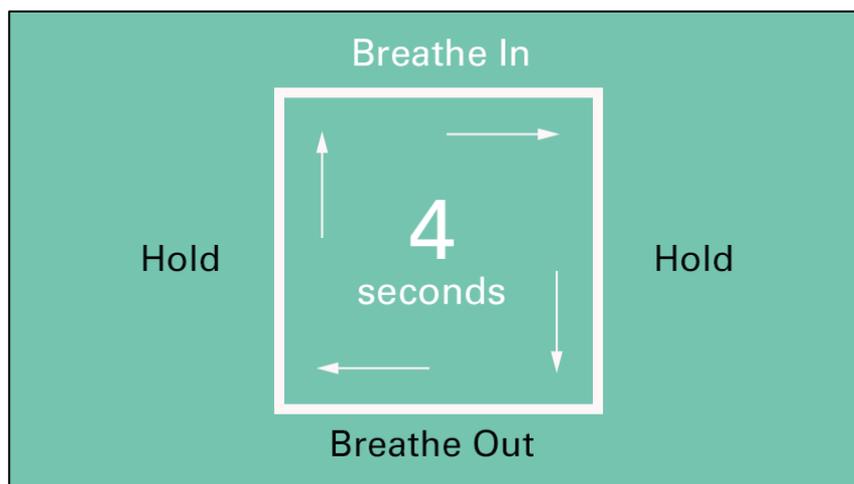
Αυτή η δραστηριότητα αποτελείται από δύο διαφορετικά μέρη.

ΜΕΡΟΣ 1:

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ :

Το **πρώτο μέρος** είναι οι τεχνικές Box Breathing, οι οποίες χρησιμοποιούνται με τους συμμετέχοντες για χαλάρωση και μείωση των επιπέδων στρες.

Παρά το φανταχτερό του όνομα, αυτού του είδους αναπνοή είναι μια πολύ βασική και μάλλον γνωστή τεχνική μείωσης του στρες. Είναι ένα είδος χρονομετρημένης αναπνοής που έχει ένα καθορισμένο μοτίβο και μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη μείωση του στρες.



ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Όλοι οι συμμετέχοντες κάθονται αναπνευστικά και κλείνουν τα μάτια τους.

Βήμα 2: Ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να χαλαρώσουν λίγο και να σκεφτούν κάτι ωραίο, ένα μέρος όπου θα ήθελαν να βρίσκονται.

Βήμα 3: Τώρα, ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να χαλαρώσουν το σώμα τους και να αφήσουν την ένταση να φύγει.

Βήμα 4: Οι συμμετέχοντες τώρα θα πρέπει να πάρουν μια βαθιά ανάσα μέχρι να μετρήσουν τα τέσσερα.

Βήμα 5: Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να διατηρήσουν τον αέρα στους πνεύμονές τους για 4 δευτερόλεπτα.

Βήμα 6: Οι συμμετέχοντες εκπνέουν μετρώντας για 4 δευτερόλεπτα.

Βήμα 7: Οι συμμετέχοντες χαλαρώνουν για άλλα 4 δευτερόλεπτα.

Βήμα 8: Τα βήματα 4 & 5 & 6 & 7 μπορούν να επαναληφθούν όσες φορές χρειάζονται οι συμμετέχοντες, προκειμένου να χαλαρώσουν.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

- Μερικοί συμμετέχοντες μπορεί να μην θέλουν να κλείσουν τα μάτια τους, επομένως μπορείτε να τους ενθαρρύνετε να έχουν τα μάτια τους ανοιχτά και να κοιτάζουν το πάτωμα ή τα γόνατά τους ενώ κάθονται.
- Οι τεχνικές αναπνοής δεν είναι για όλους. Κάποιοι μπορεί να αισθάνονται πιο ανήσυχοι ενώ ελέγχουν την αναπνοή τους. Έτσι, πριν ξεκινήσετε αυτήν την άσκηση, ενημερώστε όλους τους συμμετέχοντες ότι σε περίπτωση που αισθανθούν δυσάρεστα, μπορούν να σταματήσουν.
- Αυτή η άσκηση θα πρέπει να διδάσκεται στους συμμετέχοντες και στη συνέχεια μπορούν να τη χρησιμοποιήσουν μόνοι τους.

ΜΕΡΟΣ 2:

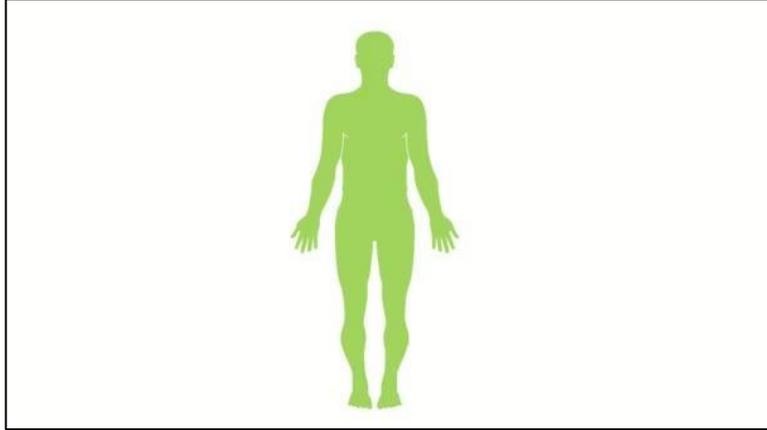
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Ακόμα κι αν δεν το γνωρίζετε, τα συμπτώματα του στρες μπορεί να βλάψουν την υγεία σας. Ίσως πιστεύετε ότι η ασθένεια ευθύνεται για αυτόν τον παλλόμενο πονοκέφαλο, τη συχνή αϋπνία ή τη μείωση της παραγωγικότητας της εργασίας. Ωστόσο, το άγχος μπορεί να είναι η ρίζα του προβλήματος.

Έτσι, αυτή η δραστηριότητα είναι πραγματικά σημαντική, προκειμένου να αναγνωρίσουμε το άγχος και να αναγνωρίσουμε τα συμπτώματα και τα σημάδια του.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Ο εκπαιδευτής παρουσιάζει ένα flipchart, στο οποίο σχεδιάζεται ένα μεγάλο σκίτσο ανθρώπινου σώματος



(όπως φαίνεται παρακάτω).

Βήμα 2: Ο εκπαιδευτής παρέχει post-it στους συμμετέχοντες και στυλό. Μετά από αυτό, οι συμμετέχοντες ενθαρρύνονται να αναλογιστούν τα συμπτώματα που νιώθουν όταν αγχώνονται και να τα γράψουν στο post-it σε μορφή κουκκίδας.

Βήμα 3: Τώρα, ένας-ένας, οι συμμετέχοντες σηκώνονται όρθιοι και εκφράζουν σε όλη την ομάδα ποια είναι τα συμπτώματα άγχους τους. Στη συνέχεια, κολλούν το post-it στην περιοχή του σώματος όπου νιώθουν ένταση όταν αισθάνονται άγχος (π.χ. κεφάλι, στομάχι, πόδια κ.λπ.)

Βήμα 4: Όταν όλοι οι συμμετέχοντες έχουν μιλήσει και έχουν περιγράψει τα συμπτώματά τους άγχους, ο εκπαιδευτής παρέχει τις ακόλουθες ερωτήσεις για ανοιχτή συζήτηση:

- Τι εξερευνήσατε για τον εαυτό σας;
- Με ποιον τρόπο αντιλαμβάνεστε αυτήν την κατάσταση άγχους;
- Πώς θα αλλάζατε αυτή την αντίδραση άγχους;
- Τι κάνετε για να μειώσετε το άγχος;

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

- Μερικοί συμμετέχοντες μπορεί να μην αισθάνονται άνετα με την κοινή χρήση, επομένως δεν πρέπει να τους ασκείτε πίεση.
- Επειδή αυτή η άσκηση μπορεί να προκαλέσει δυσφορία, η άσκηση Box Breathing μπορεί να επαναληφθεί για άλλη μια φορά, προκειμένου οι συμμετέχοντες να χαλαρώσουν.

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους Εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

N/A

Εκτίμηση

Ανοιχτή συζήτηση:

- 1) Πώς νιώθετε μετά από αυτή την άσκηση;
- 2) Σας άρεσε αυτή η άσκηση; Ποιο μέρος σας άρεσε περισσότερο;
- 3) Τι θα αλλάζατε/τροποποιούσατε/βελτιώνατε σε αυτή την άσκηση;

Περαιτέρω ανάγνωση :

Περισσότερες τεχνικές αναπνοής για τη μείωση του στρες και του άγχους:

1. <https://www.verywellmind.com/abdominal-breathing-2584115>
2. <https://www.healthline.com/health/breathing-exercise>

Βιβλιογραφικές αναφορές:

Στρες στο χώρο εργασίας: Ένας σιωπηλός δολοφόνος της υγείας και της παραγωγικότητας των εργαζομένων:
<https://www.corporatewellnessmagazine.com/article/workplace-stress-silent-killer-employee-health-productivity>

Στρες:

<https://my.clevelandclinic.org/health/articles/11874-stress>

7

OS
DY



Εκπαιδευτική Ενότητα 7:

Dream-Plan-Do!

7.1. ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ

Πρόγραμμα Σπουδών Επιμόρφωσης		
Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<p>Οι καλλιτέχνες θα:</p> <ul style="list-style-type: none">Κατανοήσετε τι είναι η κριτική σκέψη.συνειδητοποιήσετε γιατί η μετα-σκέψη είναι πολύτιμη δεξιότητα.γνωρίζουν γιατί η κριτική σκέψη μπορεί να βελτιώσει την επαγγελματική τους δραστηριότητα.	<p>Οι καλλιτέχνες θα:</p> <ul style="list-style-type: none">Αποφασίσετε να χρησιμοποιήσετε την κριτική σκέψη συνειδητά.Επιλέξετε μεθόδους κριτικής σκέψης στην καθημερινή ζωή για να εξαλείψετε τα προηγούμενα λάθη.συνδυάζουν τη θεωρητική γνώση με τις πρακτικές δεξιότητες.	<p>Οι καλλιτέχνες θα:</p> <ul style="list-style-type: none">ερμηνεύουν και αναλύουν γεγονότα για να βελτιώσουν τον δικό τους τρόπο σκέψης.αξιολογούν σωστά τα γεγονότα αποφεύγοντας τα συναισθήματα και χρησιμοποιώντας αμερόληπτη ανάλυση.ενεργούν σύμφωνα με τη θεωρία της κριτικής σκέψης.

Θεωρητικό πλαίσιο

1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΚΕΨΗ;

Η κριτική σκέψη είναι η διανοητικά πειθαρχημένη διαδικασία ενεργητικής και επιδέξιας σύλληψης, εφαρμογής, ανάλυσης, σύνθεσης ή/και αξιολόγησης πληροφοριών που συλλέγονται από, ή δημιουργούνται από, παρατήρηση, εμπειρία, προβληματισμό, συλλογισμό ή επικοινωνία, ως οδηγό πίστης και δράσης. Στην υποδειγματική του μορφή, βασίζεται σε καθολικές πνευματικές αξίες που υπερβαίνουν τους διαχωρισμούς του θέματος: σαφήνεια, ακρίβεια, συνέπεια, συνάφεια, βάσιμες αποδείξεις, καλοί λόγοι, βάθος, εύρος και δικαιοσύνη.

Συνεπάγεται την εξέταση αυτών των δομών ή των στοιχείων της σκέψης που εμπεριέχονται σε όλους τους συλλογισμούς: σκοπός, πρόβλημα ή ερώτηση στο θέμα, υποθέσεις, έννοιες, εμπειρία, συλλογισμός που οδηγεί σε συμπεράσματα· επιπτώσεις και συνέπειες· αντιρρήσεις από εναλλακτικές απόψεις· και πλαίσιο αναφοράς. Η κριτική σκέψη - ανταποκρινόμενη σε ποικίλα θέματα, ζητήματα και σκοπούς - ενσωματώνεται σε μια οικογένεια συνυφασμένων τρόπων σκέψης, μεταξύ των οποίων: επιστημονική σκέψη, μαθηματική σκέψη, ιστορική σκέψη, ανθρωπολογική σκέψη, οικονομική σκέψη, ηθική σκέψη και φιλοσοφική σκέψη.

2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΒΑΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ

Οι υποστηρικτές της κριτικής σκέψης αντλούν τη θεωρία τους από τους αρχαίους, ιδιαίτερα τον Σωκράτη, ο οποίος ανακάλυψε με μια μέθοδο διερεύνησης της αμφισβήτησης ότι οι άνθρωποι δεν μπορούσαν να δικαιολογήσουν ορθολογικά τις σίγουρες αξιώσεις τους για γνώση. Η μέθοδος ανάκρισης του είναι πλέον

γνωστή ως «Σωκρατική Ερώτηση» και είναι η πιο γνωστή στρατηγική διδασκαλίας της κριτικής σκέψης. Στον τρόπο της ανάκρισής του, ο Σωκράτης τόνισε την ανάγκη στη σκέψη για σαφήνεια και λογική συνέπεια.

Στην Αναγέννηση, ο Francis Bacon, στην Αγγλία, αναγνώρισε ρητά ότι το μυαλό δεν μπορεί να αφηθεί με ασφάλεια στις φυσικές του τάσεις. Στο βιβλίο του **Η πρόοδος της μάθησης**, υποστήριξε τη σημασία της εμπειρικής μελέτης του κόσμου. Περίπου πενήντα χρόνια αργότερα στη Γαλλία, ο Ντεκάρτ έγραψε αυτό που θα μπορούσε να ονομαστεί το δεύτερο κείμενο στην κριτική σκέψη, **Κανόνες για την Κατεύθυνση του Νοῦ**. Σε αυτό, ο Ντεκάρτ υποστήριξε την ανάγκη για μια ειδική συστηματική πειθαρχία του νου για να τον καθοδηγήσει στη σκέψη. Διατύπωσε και υπερασπίστηκε την ανάγκη στη σκέψη για σαφήνεια και ακρίβεια. Ανέπτυξε μια μέθοδο κριτικής σκέψης βασισμένη στην *αρχή της συστηματικής αμφιβολίας*. Κάθε μέρος της σκέψης, υποστήριξε, πρέπει να αμφισβητηθεί και να δοκιμαστεί.

3. ΤΑ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΤΗΣ ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ

σκέψη μπορεί να θεωρηθεί ότι έχει δύο συστατικά:

- 1) ένα σύνολο δεξιοτήτων δημιουργίας και επεξεργασίας πληροφοριών και πεποιθήσεων.
- 2) η συνήθεια, που βασίζεται στη διανοητική δέσμευση, της χρήσης αυτών των δεξιοτήτων για την καθοδήγηση της συμπεριφοράς.

Πρέπει λοιπόν να αντιπαραβληθεί με:

- 1) η απλή απόκτηση και διατήρηση πληροφοριών και μόνο, επειδή περιλαμβάνει έναν συγκεκριμένο τρόπο αναζήτησης και επεξεργασίας των πληροφοριών·
- 2) η απλή κατοχή ενός συνόλου δεξιοτήτων, επειδή συνεπάγεται τη συνεχή χρήση τους.
- 3) η απλή χρήση αυτών των δεξιοτήτων («ως άσκηση») χωρίς αποδοχή των αποτελεσμάτων τους.

4. ΓΙΑΤΙ Η ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΚΕΨΗ ΒΕΛΤΙΩΝΕΙ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ;

Η κριτική σκέψη είναι αυτοκαθοδηγούμενη, αυτοπειθαρχημένη σκέψη που προσπαθεί να συλλογιστεί στο υψηλότερο επίπεδο ποιότητας με δίκαιο τρόπο. Οι άνθρωποι που σκέφτονται με συνέπεια προσπαθούν να ζουν λογικά, με ενσυναίσθηση. Έχουν πλήρη επίγνωση της εγγενώς ελαττωματικής φύσης της ανθρώπινης σκέψης όταν αφήνονται ανεξέλεγκτα. Προσπαθούν να μειώσουν τη δύναμη των εγωκεντρικών και κοινωνιοκεντρικών τους τάσεων. Χρησιμοποιούν τα διανοητικά εργαλεία που προσφέρει η κριτική σκέψη – έννοιες και αρχές που τους επιτρέπουν να αναλύουν, να αξιολογούν και να βελτιώνουν τη σκέψη.

Ανεξάρτητα από το πόσο επιδέξιοι είναι ως στοχαστές, μπορούν πάντα να βελτιώσουν τις συλλογιστικές τους ικανότητες και κατά καιρούς θα πέφτουν θύμα λαθών στη λογική, ανθρώπινο παραλογισμό, προκαταλήψεις, στρεβλώσεις, άκριτα αποδεκτούς κοινωνικούς κανόνες και ταμπού, συμφέροντα και ενδιαφέρον.

5. Ο ΚΙΝΔΥΝΟΣ

Η κριτική σκέψη ποικίλλει ανάλογα με το κίνητρο που κρύβεται πίσω της. Όταν βασίζεται σε εγωιστικά κίνητρα, συχνά εκδηλώνεται με την επιδέξια χειραγώγηση των ιδεών προς εξυπηρέτηση των συμφερόντων του ατόμου ή των ομάδων του. Ως εκ τούτου, είναι τυπικά διανοητικά ελαττωματικά, όσο ρεαλιστικά επιτυχημένο κι αν είναι. Όταν βασίζεται στη δικαιοσύνη και την πνευματική ακεραιότητα, είναι τυπικά ανώτερης τάξης πνευματικά, αν και υπόκειται στην κατηγορία του «ιδεαλισμού» από εκείνους που έχουν συνηθίσει στην ιδιοτελή χρήση του.

Η κριτική σκέψη οποιουδήποτε είδους δεν είναι ποτέ καθολική σε κανένα άτομο. Όλοι υπόκεινται σε επεισόδια απειθάρχησης ή παράλογης σκέψης. Επομένως, η ποιότητά του είναι τυπικά θέμα βαθμού και εξαρτάται, μεταξύ άλλων, από την ποιότητα και το βάθος της εμπειρίας σε έναν δεδομένο τομέα σκέψης ή σε σχέση με μια συγκεκριμένη κατηγορία ερωτήσεων. Κανείς δεν είναι κριτικός στοχαστής κατά καιρούς, αλλά μόνο σε τέτοιο βαθμό, με τέτοιες ιδέες και τυφλά σημεία, υποκείμενος σε τέτοιες τάσεις αυταπάτης.

Για το λόγο αυτό, η ανάπτυξη δεξιοτήτων και διαθέσεων κριτικής σκέψης είναι μια εμπειρική προσπάθεια.

Εκπαιδευτικός Οδηγός

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Αυτή η δραστηριότητα έχει σχεδιαστεί για να χρησιμοποιεί το θέατρο για να εξερευνήσει και να εξηγήσει σημαντικές ιδέες. Χρειάζεται δημιουργικότητα και συνδυάζει και τα δύο: ατομική εργασία και συνεργασία σε ζευγάρια.

2. ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: ΘΕΑΤΡΟ ΣΩΜΑΤΟΓΛΥΠΤΙΚΗΣ

3. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Ο εκπαιδευτής πρέπει να γνωρίζει ότι αυτή η δραστηριότητα χρειάζεται από τους συμμετέχοντες να δουλέψουν με το σώμα του άλλου, επομένως το πρώτο πράγμα που πρέπει να νοιάζεται είναι η άνεση. Ο προπονητής πρέπει να οικοδομήσει ομαδικό πνεύμα στην ομάδα χρησιμοποιώντας παιχνίδια παγοθραυστικών, το καλύτερο θα βασιζόταν στην κίνηση. Είναι καλό να ελέγχετε προσεκτικά ποιος από την ομάδα μπορεί να αισθάνεται άβολα αγγίζοντας άλλο άτομο. Εάν οι συμμετέχοντες αποδεχτούν αυτό το είδος δραστηριότητας, προτείνουμε τη μέθοδο *Columbian Hypnosis** ως μια καλή εισαγωγή στην κύρια άσκηση.

Βήμα 2: Διαχωρίστε την πλήρη ομάδα για το Α και το Β (χρησιμοποιήστε τη μέθοδο που εκτιμάτε και αρέσει στην ομάδα). Ένα από τα γκρουπ θα είναι οι Γλύπτες και το άλλο ο Πηλός.

Βήμα 3: Οι Γλύπτες κληρώνουν κλήρωση που έχετε προετοιμάσει πριν και οι οποίες είναι αφηρημένες ή συγκεκριμένες εικόνες που προκαλούν σκέψη. Δίνεται χρόνος στους συμμετέχοντες να εξετάσουν τα συναισθήματά τους για αυτούς. Στη συνέχεια, βρίσκουν λέξεις που περιγράφουν τις αντιδράσεις τους - παγιδευμένοι, ελεύθεροι, θυμωμένοι, χαρούμενοι κ.λπ. Αφήστε τους να μιλήσουν για τα συναισθήματά τους, αλλά να τα έχουν στο μυαλό τους προσεκτικά.

Βήμα 4: Στη συνέχεια ζευγαρώνονται και το ένα άτομο είναι ο γλύπτης, ενώ το άλλο είναι ο πηλός. Ο Γλύπτης τοποθετεί τον πηλό σε μια μορφή που εμφανίζει περίτεχνα τη λέξη που θέλουν να απεικονίσουν. Ανάλογα με τις δυνατότητες, οι Γλύπτες μπορούν είτε να διαμορφώσουν φυσικά τον Πηλό είτε να λειτουργήσουν ως καθρέφτης για να δείξουν στον Πηλό τη θέση/εικόνα που θέλουν.

Βήμα 5: Αλλάξτε τον ρόλο των ομάδων και επαναλάβετε τη δραστηριότητα.

Βήμα 6: Θυμηθείτε το μέρος της αξιολόγησης.

Βήμα 7: Με βάση την προηγούμενη συζήτηση, ξεκινήστε τη συζήτηση για ΓΕΓΟΝΟΤΑ και ΑΠΟΨΕΙΣ.

4. ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

* Columbian Hypnosis - ακολουθήστε τις οδηγίες: <https://dbp.theatredance.utexas.edu/node/20>
Μην ξεχνάτε τον κοινό προβληματισμό μετά από αυτό το μέρος!

* Οι εικόνες μπορεί να είναι συγκεκριμένες ή αφηρημένες.

* Οι γλύπτες πρέπει να αντιμετωπίζουν τον Πηλό τους με ευγένεια και σεβασμό (είναι πολύ σημαντικό!).

* Δεν υπάρχουν λάθος απαντήσεις. Όποια εικόνα και να πάρεις είναι μια χαρά.

*Όλη η γλυπτική σώματος πρέπει να γίνεται σιωπηλά π.χ.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Αυτή η δραστηριότητα επικεντρώνεται σε δεξιότητες κριτικής σκέψης που συνδέονται με παιχνίδια έρευνας και συζήτησης. Η δραστηριότητα δημιουργήθηκε για το διεθνές λογοτεχνικό έργο «Crime Story» στη Νάπολη (2019).

2. ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΕΝΟΧΟΣ;

3. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Ο εκπαιδευτής δείχνει την εικόνα (επισυνάπτεται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ) στους εκπαιδευόμενους. Εξηγεί ποιος είναι ποιος:

1. Τρελός με το μαχαίρι στη γέφυρα (τρελό και πολύ επικίνδυνο).
2. Ναύτης, ο άνθρωπος που συμβάλλει στο πέρασμά του ποταμού.
3. Γυναίκα/Σύζυγος που απατά Άνδρα/Σύζυγό της
4. Σύζυγος (που μόλις έφυγε για δουλειά).
5. Ο Εραστής (που περιμένει στον αχυρώνα στην απέναντι πλευρά του ποταμού).

Βήμα 2: Ο εκπαιδευτής παρουσιάζει την ιστορία στην ομάδα: Η γυναίκα θέλει να συναντηθεί με τον εραστή της στην απέναντι πλευρά του ποταμού. Ο ναύτης την πήρε αλλά μετά το "ραντεβού" δεν έχει χρήματα να τον πληρώσει για το δρόμο της επιστροφής κι έτσι αρνήθηκε τη βόλτα. Η απελπισμένη γυναίκα αποφάσισε να περάσει από τη γέφυρα και σκοτώθηκε από τον Τρελό Άνδρα.

Το ερώτημα είναι ποιος είναι ο ένοχος;

Βήμα 3: Συζήτηση. Ως εκπαιδευτής, θυμηθείτε να απαιτείτε ορθολογική επιχειρηματολογία ακόμη και για τις πιο περίεργες ιδέες. Να είστε έτοιμοι για τα διαφορετικά μυαλά των εκπαιδευομένων, πιθανότατα θα υποδείξουν διαφορετικά άτομα ως ένοχα.

Βήμα 4: Συνεργαστείτε με την ομάδα για να φτιάξετε μια λίστα: από «ο πιο ένοχος» έως «λιγότερο ένοχος».

Βήμα 5: Ακολουθήστε προσεκτικά τη δυναμική της ομάδας και κάντε την ερώτηση για την κοινωνία. Επίσης, ποια είναι η κοινωνία;

Βήμα 6 : Αξιολόγηση.

4. ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

Βήμα 1* Είναι καλή ιδέα να αφήσετε την ομάδα να δώσει τα δικά της ονόματα στους χαρακτήρες που κάνει την άσκηση πιο προσωπική.

Απομιμήσεις της δραστηριότητας για τους Εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

N/A

Εκτίμηση

Παράδειγμα:

Σύμφωνα με το Βήμα 6 της δραστηριότητας **Σωματογλυπτική**, ρωτήστε τους συμμετέχοντες για τα συναισθήματά τους όταν ήταν **Οι Γλόπτες και ο Πηλός**. τι ήταν άνετο, τι όχι; Πώς ένιωσαν και στους δύο ρόλους; Και τελικά ποια ήταν η διαδικασία σκέψης για τις αφηρημένες εικόνες: γιατί αποφάσισαν να τις παρουσιάσουν με αυτόν τον τρόπο; Προσπαθήστε να το αναλύσετε και να επισημάνετε πού χρησιμοποίησαν κριτική σκέψη.

Σύμφωνα με τη δραστηριότητα **Ποιος είναι ο Ένοχος**, προσπαθήστε να χρησιμοποιήσετε την ανάλυση **SWOT** για να περιγράψετε την ομαδική εργασία και το επίπεδο συζήτησης. Μαζί με τους εκπαιδευόμενους αποφασίστε ποια είναι τα δυνατά και αδύνατα σημεία τους και αφήστε τους να βρουν τρόπους να χρησιμοποιήσουν τα δυνατά σημεία και μεθόδους για να βελτιώσουν τις αδυναμίες τους.

Περαιτέρω ανάγνωση :

1. Bergstorm, C., & West, J. (2020). *Η τέχνη του σκεπτικισμού σε έναν κόσμο που βασίζεται στα δεδομένα*. Νέα Υόρκη: Random House.
2. Changwong, K., Sukkamart, A., & Sisan, B. (2018). *Ανάπτυξη δεξιοτήτων κριτικής σκέψης: Ανάλυση ενός νέου μοντέλου διαχείρισης μάθησης για λύκεια της Ταϊλάνδης*. *Journal of International Studies*, 11(2), 37-48.
3. Haber, J. (2020). *Κριτική σκέψη*. (Σειρά MIT Press Essential Knowledge).
4. Ryan, J. (2017). *Περιμένετε, τι;: Και Άλλες Βασικές Ερωτήσεις Ζωής*. Harper One.

Βιβλιογραφικές αναφορές:

Ορισμοί της κριτικής σκέψης:

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

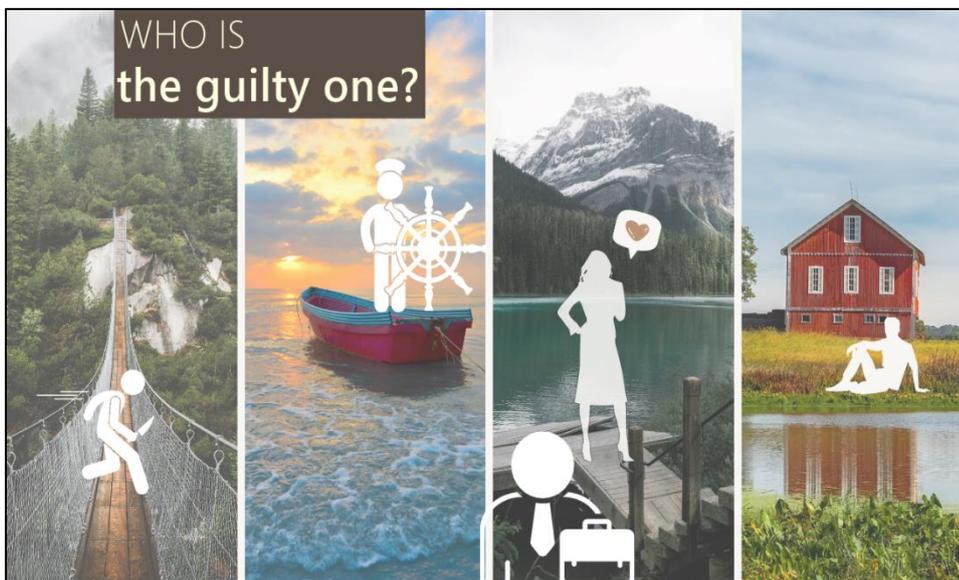
Τι είναι η κριτική σκέψη;

<https://www.gre.ac.uk/articles/ils/critical-thinking> (Πανεπιστήμιο του Γκρίνουιτς)

Ιστορία της έννοιας:

Rutherford, A. (2018). *Μοντέλα για κριτική σκέψη: Ένας θεμελιώδης οδηγός για την αποτελεσματική λήψη αποφάσεων, τη βαθιά ανάλυση, την ευφυή συλλογιστική και την ανεξάρτητη σκέψη*: Σε ανεξάρτητη δημοσίευση.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ:



7.2. Δεξιότητες στρατηγικής σκέψης και σχεδιασμού

Πρόγραμμα Σπουδών Επιμόρφωσης

Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<p>Οι καλλιτέχνες θα:</p> <ul style="list-style-type: none">Κατανοήσουν τι είναι η στρατηγική σκέψη.συνειδητοποιήσουν γιατί οι δεξιότητες σχεδιασμού είναι πολύτιμες.γνωρίζουν γιατί οι δεξιότητες στρατηγικής σκέψης και σχεδιασμού μπορούν να βελτιώσουν την επαγγελματική τους δραστηριότητα.	<p>Οι καλλιτέχνες θα:</p> <ul style="list-style-type: none">Αποφασίσουν να χρησιμοποιήσουν τη στρατηγική σκέψη συνειδητά.Χρησιμοποιούν τις δεξιότητες προγραμματισμού στην καθημερινή ζωή για να αποφύγουν προηγούμενα λάθη.συνδυάζουν τη θεωρητική γνώση με τις πρακτικές δεξιότητες.	<p>Οι καλλιτέχνες θα:</p> <ul style="list-style-type: none">ενεργούν σύμφωνα με τη θεωρία της στρατηγικής σκέψης.δημιουργούν επίπεδα χρησιμοποιώντας αμερόληπτη ανάλυση.χρησιμοποιούν τις δεξιότητες προγραμματισμού για τη βελτίωση της επαγγελματικής δραστηριότητας.

Θεωρητικό πλαίσιο



1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΚΕΨΗ;

Η στρατηγική σκέψη είναι απλώς μια σκόπιμη και ορθολογική διαδικασία σκέψης που εστιάζει στην ανάλυση κρίσιμων παραγόντων και μεταβλητών που θα επηρεάσουν τη μακροπρόθεσμη επιτυχία μιας επιχείρησης, μιας ομάδας ή ενός ατόμου.

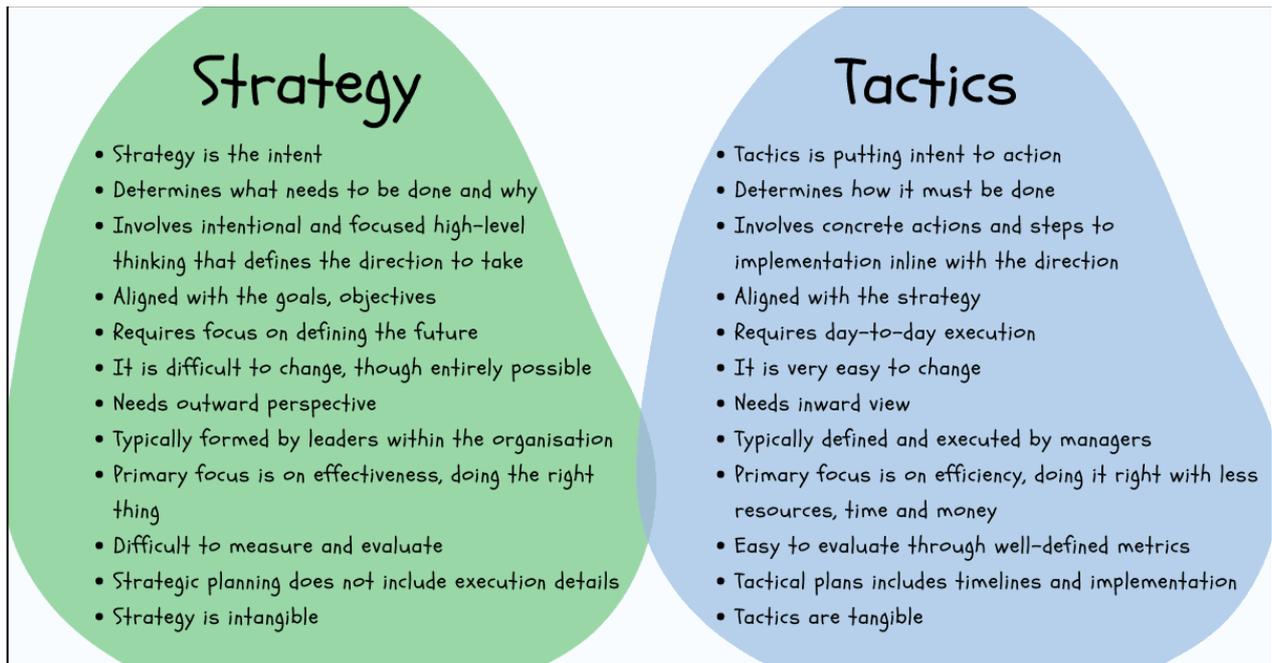
Η στρατηγική σκέψη περιλαμβάνει προσεκτική και σκόπιμη πρόβλεψη απειλών και τρωτών σημείων που πρέπει να προστατευτούν και ευκαιρίες για επιδίωξη. Η στρατηγική σκέψη και ανάλυση τελικά οδηγούν σε ένα σαφές σύνολο στόχων, σχεδίων και νέων ιδεών που απαιτούνται για να επιβιώσουν και να ευδοκιμήσουν σε ένα ανταγωνιστικό, μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Αυτό το είδος σκέψης πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις οικονομικές

πραγματικότητες, τις δυνάμεις της αγοράς και τους διαθέσιμους πόρους.

Η στρατηγική σκέψη απαιτεί έρευνα, αναλυτική σκέψη, καινοτομία, δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων, επικοινωνιακές και ηγετικές δεξιότητες και αποφασιστικές ικανότητες.

Εικόνα: Πέντε στοιχεία στρατηγικής σκέψης που περιγράφονται από την Jeanne M. Liedtka, καθηγήτρια διοίκησης επιχειρήσεων στο Daren Graduate School of Business του Πανεπιστημίου της Βιρτζίνια. www.ceffect.com

2. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ VS. ΤΑΚΤΙΚΗ



www.techello.com

3. ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΒΟΗΘΟΥΝ ΣΤΟ ΣΧΕΔΙΟ;

Ο προγραμματισμός είναι ένα δυναμικό και ποικιλόμορφο επάγγελμα, οι ατομικές δεξιότητες ποικίλλουν ανάλογα με το ρόλο του σχεδιαστή και τον τομέα εξειδίκευσης. Αλλά το να είσαι καλά οργανωμένος βοηθά στην εκπλήρωση των καθηκόντων σε ρεαλιστικό χρόνο και στην αναγνώριση ως υπεύθυνο συνεργάτη στην εργασία.

Παραδείγματα για το πώς μπορούν να αναπτυχθούν ή να τεκμηριωθούν οι δεξιότητες προγραμματισμού και οργάνωσης:

- Διαχείριση και ιεράρχηση του προσωπικού φόρτου εργασίας σας (διαχείριση χρόνου).
- Τακτοποίηση ταξιδιωτικών δρομολογίων.
- Διοργάνωση κοινωνικών, αθλητικών ή φιλανθρωπικών εκδηλώσεων.
- Οργάνωση εργασιακών εμπειριών ή τοποθετήσεων.
- Εμπειρία διαχείρισης εκδηλώσεων (π.χ. επικοινωνία με πελάτες, συντονισμός κρατήσεων, οργάνωση εξοπλισμού, προγραμματισμός διαφήμισης και εκτέλεση προθεσμιών).

4. ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΩΣ ΤΕΛΕΙΟ ΖΕΥΓΑΡΙ

Οι δεξιότητες προγραμματισμού και οργάνωσης σας βοηθούν να διαχειρίζεστε χρόνο, εργαλεία και πόρους για να πετύχετε έναν στόχο. Βοηθούν στην εξάσκηση και στην επίτευξη προσωπικών στόχων. Ο προγραμματισμός είναι ζωτικής σημασίας σε όλα τα επίπεδα στο χώρο εργασίας, για παράδειγμα: θα χρειαστεί να προγραμματίσετε τις δικές σας εργασίες και χρόνο. Ο διευθυντής σας πρέπει να σχεδιάσει τον φόρτο εργασίας, τους πόρους και τον χρόνο που απαιτείται από την ομάδα σας και τα ανώτερα στελέχη πρέπει να σχεδιάσουν τους στόχους και τους σκοπούς του τμήματος. Αν και ο προγραμματισμός και η οργάνωση είναι ατομικές δεξιότητες, σχετίζονται. Όταν συνδυάζονται, αρχίζουν να είναι μια σούπερ δεξιότητα που σας κάνει πολύτιμο ως υπάλληλο, αλλά και ως τον τέλειο διαχειριστή προσωπικού χρόνου και εργασιών.

Εκπαιδευτικός Οδηγός

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Αυτή η δραστηριότητα βελτιώνει τη διαδικασία στρατηγικής σκέψης απαιτώντας την πρόβλεψη των συνεπειών. Δημιουργήθηκε κατά τη διάρκεια του εκπαιδευτικού μαθήματος «Game for Change» στην Πράγα το 2018.

2. ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: ΠΟΙΟΣ ΠΑΕΙ ΣΤΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ

3. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Ο εκπαιδευτής χωρίζει μικρότερες ομάδες (4-5 άτομα), στη συνέχεια παρουσιάζει την αφίσα με έναν διαστημικό πύραυλο ή οποιοδήποτε άλλο όχημα με 4 θέσεις ως σημείο εκκίνησης της ιστορίας. Τώρα είναι η ώρα της αφήγησης, η οποία μπορεί να γίνει με το στυλ του εκπαιδευτή. Η ιστορία: «Ο κόσμος μας θα καταστραφεί, ο μεγάλος αστεροειδής έρχεται και δεν έχουμε πολύ χρόνο. Αλλά υπάρχει ακόμα κάποια ελπίδα, μπορούμε να στείλουμε λίγους ανθρώπους στον άλλο πλανήτη (δυστυχώς δεν γνωρίζουμε τις συνθήκες εκεί) για να οικοδομήσουμε έναν νέο κόσμο. Αυτό που πρέπει να κάνει η ομάδα είναι να επιλέξει ποιοι θα είναι επιζώντες».

Βήμα 2: Ο εκπαιδευτής παρουσιάζει τα «διαβατήρια» των ατόμων που θα πάμε στον άλλον πλανήτη και αυτό σημαίνει ότι πρέπει να είναι προετοιμασμένα από πριν με σύντομες σημειώσεις για κάθε άτομο. Οι άνθρωποι πρέπει να είναι γνωστοί, μπορεί να είναι και χαρακτήρες από το παρελθόν, όπως επιστήμονες ή καλλιτέχνες.

Βήμα 3: Τώρα, ως εκπαιδευτής, δώστε στις ομάδες χρόνο να αποφασίσουν ποιον θα στείλουν στον άλλο πλανήτη, θα πρέπει να επιλέξουν 4 άτομα. Συνήθως 15 λεπτά είναι αρκετά, αλλά πρέπει να ακολουθηθεί η δυναμική των ομάδων. Παρατηρήστε τις ομάδες και τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, υπενθυμίστε ότι η απόφαση πρέπει να είναι κοινή και να χρησιμοποιούν εύλογα επιχειρήματα.

Βήμα 4: Ο εκπαιδευτής αφήνει τις ομάδες να παρουσιάσουν τις επιλογές τους, τις σημειώνει στο φύλλο χαρτιού ή στο flipchart για να κάνει όλα τα αποτελέσματα ορατά στους άλλους. Ακούστε προσεκτικά την επιχειρηματολογία.

Βήμα 5: Ζητήστε από τις ομάδες να ενωθούν όλοι μαζί και ενημερώστε για τους τέσσερις χαρακτήρες που έχουν επιλεγεί ότι θα πάνε στο διάστημα. Θυμίστε τους τους κανόνες της συζήτησης.

Βήμα 6: Συνοψίστε την κοινή επιλογή. Ρωτήστε εάν η ομάδα είναι ικανοποιημένη.

Βήμα 7: Θυμηθείτε τον προβληματισμό: πρώτα ρωτήστε για τα συναισθήματά τους, μετά ποιο ήταν το πιο δύσκολο κομμάτι για τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και τα συναισθήματα για το τελικό αποτέλεσμα.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

Βήμα 2*: Θυμηθείτε να επιλέξετε γνωστά άτομα, αλλά και προσπαθήστε να βρείτε αμφιλεγόμενους χαρακτήρες, όπως ο Kim Dzung Un (νεαρός, δικτάτορας), ο Stephen Hawking (λαμπρό μυαλό και ανάπηρος) ή ο George Michael (ταλαντούχος, όμορφος και ομοφυλόφιλος). Θα είναι πολύ σημαντικό για την άσκηση. Προετοιμάστε περίπου 12 φιγούρες με πληροφορίες σχετικά με την ηλικία, το φύλο, το επάγγελμα ή τις συμβουλές που πιστεύετε ότι μπορεί να είναι πολύτιμες.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Αυτή η άσκηση σχεδιασμού είναι πολύ απλοϊκή στην προσέγγισή της, αλλά διδάσκει στους συμμετέχοντες τη σημασία του προγραμματισμού, του χρόνου και της σκέψης.

2. ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Ο ΧΑΡΤΙΝΟΣ ΠΥΡΓΟΣ

3. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΒΗΜΑ ΒΗΜΑ

Βήμα 1: Σε κάθε συμμετέχοντα δίνεται ένα μόνο φύλλο χαρτιού και του λένε ότι είναι απολύτως απαραίτητο να κατασκευάσουν μόνοι τους την ψηλότερη κατασκευή μέσα σε μόλις πέντε λεπτά χωρίς άλλα υλικά.

Βήμα 2: Μετά τα πέντε λεπτά και έπειτα από μια ανασκόπηση των κατασκευών, μπορεί να γίνει μια συζήτηση σχετικά με τις κατασκευές του κάθε συμμετέχοντα, σε ποιον τελείωσε ο χρόνος και τι θα μπορούσε να γίνει διαφορετικά την επόμενη φορά.

Βήμα 3: Αξιολόγηση και αποτελέσματα.

4. ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

N/A

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους Εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

N/A

Εκτίμηση

Παράδειγμα:

Μετά *Ποιος θα πάει στο διάστημα;* παιχνίδι πρέπει να είσαι έτοιμος για δυνατά συναισθήματα. Για να κλείσετε το Pandora Box, σας προτείνουμε το πρόγραμμα αξιολόγησης PANAS για να μειώσετε τις επιπτώσεις.

Επειδή η δεύτερη δραστηριότητα είναι απλώς ένα είδος αστείου παιχνιδιού (δεν σημαίνει ότι δεν έχει αξία), ο εκπαιδευτής μπορεί να χρησιμοποιήσει επίσης αστείο τρόπο αξιολόγησης χρησιμοποιώντας όπως το Premo (www.premotools.com) ή το Emotion Slider.4

Περαιτέρω ανάγνωση :

1. Abraham, S. Stretching Strategy thinking, *Strategy & Leadership* , Vol. 33, No. 5 (2005).
2. Bowman, NA How To Demonstrate Your Strategic Thinking Skills, *Harvard Business Review* , No 9 (2019).
3. Doyle, A., Important Strategic Planning Skills for Workplace Success, The Balance Careers, 21 Ιουλίου 2021.
<https://www.thebalancecareers.com/list-of-strategic-planning-skills-2063771>
4. Ποιες δεξιότητες χρειάζονται οι υπεύθυνοι για το σχεδιασμό;
<https://www.planning.org/choosingplanning/skills/> (American Planning Association APA)

Βιβλιογραφικές αναφορές:

Ορισμοί στρατηγικής σκέψης:

<https://managingresearchlibrary.org/glossary/strategic-thinking>

Τι είναι η στρατηγική σκέψη;

<https://cmoe.com/glossary/strategic-thinking/>

Πώς να αναπτύξετε δεξιότητες σχεδιασμού;

<https://www.strath.ac.uk/professionalservices/careers/skills/generalskills/planningorganisingskills/>

(Πανεπιστήμιο Strathclyde Glasgow)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ:

N/A

8

OS
DY



Εκπαιδευτική Ενότητα 8: Αυτογνωσία

8.1. Σχεδιάστε τους επαγγελματικούς σας στόχους

Πρόγραμμα Σπουδών Επιμόρφωσης		
Γνώσεις	Δεξιότητες	Υπευθυνότητα & Αυτονομία
<ul style="list-style-type: none">Μάθετε τι είναι αυτογνωσία και πώς λειτουργείΠροσδιορίστε τρόπους εφαρμογής μιας διαδικασίας αυτογνωσίας.	<ul style="list-style-type: none">Προσδιορίστε την αυτογνωσία και τον προσωπικό τρόπο μάθησηςΘέστε στόχους και αναπτύξτε στρατηγικές κινήτρωνΚάντε μια ανάλυση με βάση την προηγούμενη εμπειρία σας και για να υποστηρίξετε το επαγγελματικό σας μέλλον	<ul style="list-style-type: none">Αναγνωρίστε τη σημασία της αυτογνωσίας.

Θεωρητικό πλαίσιο

Τι είναι ακριβώς η Αυτογνωσία;

Η αυτογνωσία ορίζεται ως ο τρόπος για να ανακαλύψει κανείς τον εαυτό του. Είναι μια θετική προσέγγιση για τον εαυτό του να γνωρίσει καλύτερα τον εαυτό του.

Ο στόχος της Αυτογνωσίας είναι να σας βοηθήσει να αυξήσετε την ευαισθητοποίηση για τον εαυτό σας, τις δεξιότητές σας και πώς μπορείτε να τις συσχετίσετε με την καριέρα σας στο παρόν, το μέλλον ή ακόμα και πώς μπορείτε να μετατραπείτε σε ένα διαφορετικό επάγγελμα. Η ενότητα χωρίζεται σε διαφορετικά θέματα που διακυβεύουν συγκεκριμένες δραστηριότητες για να σας υποστηρίξουν στην ολοκλήρωση της ανακάλυψης του εαυτού σας.

Εκπαιδευτικός Οδηγός

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Καθορίστε τους στόχους μου

ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: 4 ώρες

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ / ΒΗΜΑ ΒΗΜΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Σκεφτείτε τα μελλοντικά επιτεύγματα που θέλετε να επιτύχετε και σημειώστε τουλάχιστον μία πρόταση για καθένα από τα παρακάτω στοιχεία.

Τα όνειρά μου:

Οι επαγγελματικοί μου στόχοι:

Σε 2 - 3 χρόνια από τώρα θα δουλεύω σε:

Εκπαίδευση που κάνω για να βελτιώσω τις δουλειά/καριέρα μου:

Στόχοι ζωής:

Εξετάζοντας τις δηλώσεις σας, προσπαθήστε να τις συσχετίσετε με τις δεξιότητες που αναφέρθηκαν στην αρχή, όπως η επικοινωνία, η επίλυση προβλημάτων, η δημιουργικότητα κ.λπ. και:

Επισήμανε τις ικανότητες που ήδη έχεις:

Αναγνώρισε τα ικανότητες που θές να αναπτύξεις:

Αφ

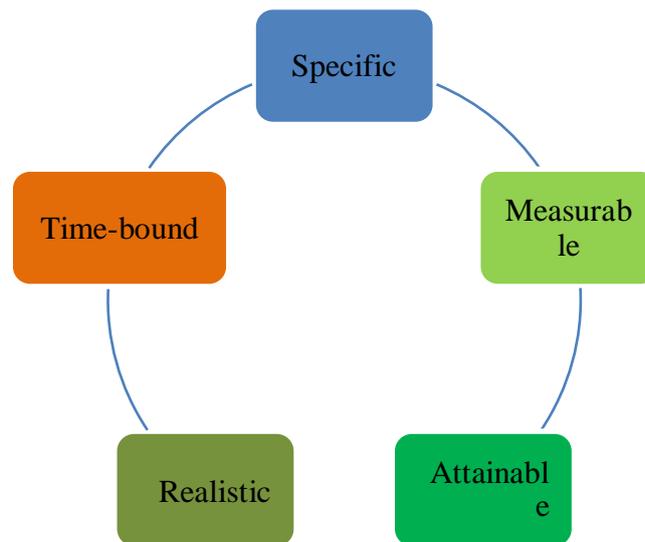
Χρειαζόμαστε στόχους ζωής για να έχουμε επιτυχία στη ζωή και να φτάσουμε τις επιθυμίες μας. Οι επιθυμίες μας μπορούν να γίνουν αληθινές μόνο όταν γίνουν στόχος για εμάς.

Τι είναι ένας έξυπνος στόχος;

Οι στόχοι είναι οδικοί χάρτες που μας οδηγούν στην επιτυχία. Ένας έξυπνος στόχος πρέπει να είναι διαφορετικός από ένα όνειρο, πρέπει να είναι συγκεκριμένος.

Υπάρχουν **πέντε βασικά χαρακτηριστικά ενός έξυπνου στόχου** : συγκεκριμένος, μετρήσιμος, εφικτός, ρεαλιστικός και χρονικά δυνατός:

Τώρα είναι η σειρά σου.



Χαρακτηριστικά ενός έξυπνου στόχου:

- **Συγκεκριμένος:** Ο στόχος σας πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο λεπτομερής
- **Μετρήσιμος:** Πρέπει να ορίσετε ένα κριτήριο για να μετρήσετε τη βελτίωσή σας, ενώ προσπαθείτε να φτάσετε τον στόχο σας
- **Εφικτός:** Ο στόχος σας πρέπει να είναι εφικτός
- **Ρεαλιστικός:** Ο στόχος σας πρέπει να είναι εφαρμόσιμος και λογικός
- **Χρονοδιάγραμμα:** Η δέσμευση σε μια προθεσμία σας βοηθά να εστιάσετε τις προσπάθειές σας στην ολοκλήρωση του στόχου κατά ή πριν από την ημερομηνία λήξης

Είναι πολύ δύσκολο να επιτευχθεί ένας στόχος εάν δεν είναι καλά σχεδιασμένος και εάν το αποτέλεσμα του δεν μπορεί να εκτιμηθεί. Όλη σας η προσπάθεια θα είναι άκαρπη αν δεν ξέρετε σε ποιο σημείο θέλετε να φτάσετε.

Ένας στόχος που έχετε καθορίσει με μεγάλη προσοχή και λεπτομέρεια θα σας οδηγήσει στην επιτυχία. Το κριτήριο που θα θέσετε θα σας ωθήσει και θα σας βοηθήσει να στηρίξετε τις προσπάθειές σας.

Θέσε τους στόχους σου !

Πρέπει να προσδιορίσετε τους στόχους σας με μεγάλη προσοχή εάν θέλετε να πετύχετε. Δεν μπορεί να έχετε πολλούς στόχους και η προσπάθεια να φτάσετε πολλούς στόχους ταυτόχρονα μπορεί να σας οδηγήσει σε αποτυχία. Επομένως, πρώτα πρέπει να θέσετε στον εαυτό σας κάποιους πρωταρχικούς στόχους.

Αυτά μπορεί να σχετίζονται με την εκπαιδευτική σας ζωή, τις οικογενειακές σας σχέσεις, την υγεία, την επαγγελματική ζωή, την κοινωνική ζωή ή την προσωπική σας ανάπτυξη. Τι θα ήθελες να αλλάξει στη ζωή σου; Μπορείτε να επιλέξετε πτυχές της ζωής σας που δεν σας ευχαριστούν και θέλετε να αλλάξετε.

Discover your priorities and values!

Πριν προσδιορίσετε τους στόχους σας, πρέπει να ανακαλύψετε τις προτεραιότητες και τις αξίες σας. Είναι σχεδόν αδύνατο να πετύχεις με έναν στόχο που δεν είναι σε αρμονία με τις προτεραιότητες και τις αξίες σου. Οι στόχοι που καθορίζετε χωρίς να δίνετε προσοχή στα συναισθήματα και τις σκέψεις σας δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις προσδοκίες και τις επιθυμίες των άλλων ανθρώπων.

Καθορίστε αξίες στις οποίες δίνετε σημασία και που σας παρακινούν. Το υψηλό εισόδημα, η εξουσία, η εμπειρία, η απόλαυση από τη ζωή, η οικονομική ασφάλεια, η φιλία, η βοήθεια προς τους άλλους, η ευχάριστη φυσική εμφάνιση, η εκτίμηση, η ανάληψη ευθύνης, η γνώση είναι μερικά μόνο παραδείγματα αξιών. Κάντε μια λίστα με αυτά που είναι σημαντικά για εσάς στη ζωή. Είναι σημαντικό οι στόχοι σας να είναι σε αρμονία με τις αξίες σας.

Για παράδειγμα: θέλετε να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση και θα κάνετε στοχευμένο σχεδιασμό σύμφωνα με αυτό. Εάν η οικονομική και κοινωνική ασφάλιση είναι σημαντική αξία για εσάς, η πιθανότητα να φτάσετε τον στόχο σας είναι μεγάλη.

Ετοιμάστε τον δικό σας οδικό χάρτη!

Ο κύριος στόχος σας έχει πολλούς επιμέρους στόχους. Κάθε ένας από τους επιμέρους στόχους είναι ένα επίπεδο από μόνο του. Μπορείτε να ορίσετε ημερήσιους, εβδομαδιαίους ή μηνιαίους επιμέρους στόχους.

Οι δευτερεύοντες στόχοι σας δίνουν την ευκαιρία να δείτε πόση πρόοδο κάνατε και πού κάνατε λάθος, ενώ προσπαθείτε να επιτύχετε τους κύριους στόχους σας. Μπορεί να χαρίσετε στον εαυτό σας μια απόλαυση όταν ολοκληρώσετε με επιτυχία τους επιμέρους στόχους σας.

Επιπλέον, μπορείτε να ζητήσετε υποστήριξη από τους φίλους και την οικογένειά σας, ενώ εργάζεστε για την επίτευξη του στόχου σας.

Μάθετε από εκείνους τους τομείς στους οποίους δεν μπορούσατε να αναπτύξετε πλήρως και αισθανθήκατε κάποιες αδυναμίες. Ζητήστε τους να σας παρέχουν σχόλια σχετικά με την εξέλιξή σας. Συνήθως είναι δύσκολο να είμαστε αντικειμενικοί όταν αξιολογούμε τον εαυτό μας. Θα σας βοηθήσει να κάνετε πιο υγιείς αξιολογήσεις σχετικά με την ανάπτυξή σας εάν λάβετε σχόλια από άλλους ανθρώπους.

Αρχές Προσδιορισμού Στόχων:

Ξεκινήστε με μικρά βήματα. Μικρές αλλαγές δημιουργούν μακροπρόθεσμα αποτελέσματα.

Βεβαιωθείτε ότι οι στόχοι και οι αξίες σας είναι σε αρμονία.

Να είσαι αποφασισμένος. Μην σταματήσεις να εργάζεστε και να καταβάλλετε προσπάθεια για να πετύχετε τους στόχους σας. Μπορεί να αποτύχετε ή να αντιμετωπίσετε ατυχίες. Ωστόσο, αυτά θα σας κάνουν πιο δυνατού.

Δείτε τα 2 διαγράμματα στο Παράρτημα. Σκεφτείτε και συμπληρώστε τα δύο παρακάτω διαγράμματα. Οι στόχοι για την επίτευξη των θέσεων εργασίας μου είναι...

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους Εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

Μην φοβάστε την αποτυχία. Μπορεί να είναι απαιτητικό να ξοδέψετε προσπάθεια για να πετύχετε έναν στόχο. Μπορεί να κάνετε λάθη. Ωστόσο, εάν φοβάστε συνεχώς την αποτυχία, δεν μπορείτε ποτέ να βελτιωθείτε.

Εκτίμηση

Ανοιχτή συζήτηση:

- 1) Πώς νιώθετε μετά από αυτές τις ασκήσεις;
- 2) Σας άρεσαν αυτές οι ασκήσεις; Ποιο μέρος σας άρεσε περισσότερο;
- 3) Τι θα αλλάζατε/τροποποιούσατε/βελτιώνατε σε αυτές τις ασκήσεις;

Περαιτέρω ανάγνωση :

Διαθέσιμες διαδικτυακές πηγές:

<http://www.businessballs.com/problemsolving.htm>

<http://www.time-management-guide.com/decision-making-skills.html>

Βιβλιογραφικές αναφορές:

<https://ec.europa.eu/eures/public/fr/homepage> Δίκτυο Eures (απασχόληση και πληροφορίες στην Ευρώπη)

<https://travail-emploi.gouv.fr/droit-du-travail/les-contrats-de-travail/> (για πληροφορίες σχετικά με διαφορετικούς τύπους συμβάσεων στη Γαλλία)

<http://www.cci.fr/web/creation-d-entreprise/les-aides-principales/-/article/Les+aides+pour+entreprendre+ou+reprendre/les-principales-aides-pour-les-> επιχειρηματίες (για πληροφορίες σχετικά με επιχορηγήσεις για επιχειρηματίες στη Γαλλία)

<http://www.pole-emploi.fr> (Γαλλικό γραφείο εργασίας)

https://ec.europa.eu/education/policy/strategic-framework/skills-qualifications_fr (ικανότητες και προσόντα στην Ευρώπη)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ:

Σκεφτείτε και συμπληρώστε τα δύο παρακάτω διαγράμματα.
Οι στόχοι για την επίτευξη των θέσεων εργασίας μου είναι...

ΣΤΟΧΟΙ			
3.1. Γενικός στόχος:			
3.2. Συγκεκριμένοι στόχοι:			
α) Εκπαίδευση:		β) Αναζήτηση εργασίας:	
γ) Άλλα:			

Ποιοι είναι οι στόχοι που θα επιτύχω πρώτα; Πότε? Πως?

ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ			
	ΠΩΣ	ΠΟΤΕ	
ΣΤΟΧΟΣ 1			
ΣΤΟΧΟΣ 2			
ΣΤΟΧΟΣ 3			
ΣΤΟΧΟΣ 4			
ΣΤΟΧΟΣ 5			
ΣΤΟΧΟΣ 6			

8.2. Αυτογνωσία

Πρόγραμμα Σπουδών Επιμόρφωσης

Γνώσεις

Δεξιότητες

Υπευθυνότητα & Αυτονομία

- Μάθετε τι είναι αυτογνωσία και πώς λειτουργεί
- Προσδιορίστε τρόπους εφαρμογής μιας διαδικασίας αυτογνωσίας.
- Προσδιορίστε την αυτογνωσία και τον προσωπικό τρόπο μάθησης
- Θέστε στόχους και αναπτύξτε στρατηγικές κινήτρων
- Πραγματοποιήστε ανάλυση SWOT με βάση την προηγούμενη εμπειρία σας και υποστηρίξτε το επαγγελματικό σας μέλλον
- Αναγνωρίστε τη σημασία της αυτογνωσίας.

Θεωρητικό πλαίσιο

Τι είναι ακριβώς η Αυτογνωσία;

Η αυτογνωσία ορίζεται ως ο τρόπος για να ανακαλύψει κανείς τον εαυτό του. Είναι μια θετική προσέγγιση για τον εαυτό του να γνωρίσει καλύτερα τον εαυτό του.

Ο στόχος της Αυτογνωσίας είναι να σας βοηθήσει να αυξήσετε την ευαισθητοποίηση για τον εαυτό σας, τις δεξιότητές σας και πώς μπορείτε να τις συσχετίσετε με την καριέρα σας στο παρόν, το μέλλον ή ακόμα και πώς μπορείτε να μετατραπείτε σε ένα διαφορετικό επάγγελμα. Η ενότητα χωρίζεται σε διαφορετικά θέματα που διακυβεύουν συγκεκριμένες δραστηριότητες για να σας υποστηρίξουν στην ολοκλήρωση της ανακάλυψης του εαυτού σας.

Τι ακριβώς είναι η Αυτογνωσία;

Η αυτογνωσία είναι να αυξήσει κανείς τη συνείδησή του για τον εαυτό του, την προσωπικότητα και τις δεξιότητές του, πριν αποφασίσει πώς μπορείτε να αναπτύξετε την τρέχουσα καριέρα σας ή τι είδους επαγγέλματα θέλετε να ακολουθήσετε, αξιολογώντας την προηγούμενη επαγγελματική και προσωπική σας εμπειρία, δεξιότητες, γνώσεις, ικανότητες και τα ενδιαφέροντα.

Λειτουργεί με τον καθορισμό επαγγελματικών στόχων, προσδιορίζοντας ποιες δεξιότητες χρειάζεστε για να μπορέσετε να εργαστείτε.

Ασχολείται με το πώς μπορείτε να αναγνωρίσετε, να αναπτύξετε και να εδραιώσετε αυτές τις δεξιότητες: μια πραγματική διαδικασία αυτοανάλυσης.

Εκπαιδευτικός Οδηγός

ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΥΤΟΑΝΑΛΥΣΗΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ :

Είναι η ενδεδειγμένη έρευνα των χαρακτηριστικών της προσωπικότητάς μας (στάσεις, αδύναμα σημεία και δυνατά σημεία, συνήθειες, επιτεύγματα, εξειδίκευση...). Πρέπει να γνωρίσουμε τον εαυτό μας βαθιά για να προσφέρουμε στην αγορά εργασίας τις λύσεις που αναμένουμε από εμάς. Από αυτή τη γνώση και μετά, είμαστε πολύ ικανοί να αποφασίζουμε για τις εταιρείες, τις θέσεις, τις συνθήκες κ.λπ. που μας ενδιαφέρουν. Ας αναλύσουμε τι πρέπει να καταλάβουμε, ως καλλιτέχνης, από καθένα από τα προσωπικά χαρακτηριστικά που αναφέρθηκαν προηγουμένως.

Στάσεις: Είναι καθοριστικά στοιχεία συμπεριφοράς (έμφυτα και επίκτητα) πρότυπα μέσω των οποίων η συμπεριφορά προσαρμόζεται στο περιβάλλον. Είναι η προδιάθεση για άσκηση σωματικής ή πνευματικής δραστηριότητας. Γενικά, είναι έμφυτα, αλλά προωθούνται και αναπτύσσονται, ή καταστρέφονται, με βάση τα ερεθίσματα που προσφέρουμε.

Εμπειρογνωμοσύνη: η γνώση που αποκτάται από τη μελέτη ενός θέματος και η ικανότητα εφαρμογής τέτοιων γνώσεων, με αποτέλεσμα την εμπειρία, την πρακτική και τη διάκριση στον τομέα αυτό. Σχετίζεται με τις δεξιότητες και την ικανότητα να εκτελέσεις κάτι. Συνήθως χρησιμοποιείται με την έκφραση του "know how" - "ξέρω πως".

Συνήθειες: Είναι αυτόματοι μηχανισμοί συμπεριφοράς που συνήθως κάνουμε σε ασήμαντες εργασίες.

Επιτεύγματα: Πρόκειται για μια ανακεφαλαίωση όλων όσων έχουμε πετύχει σε όλη την καριέρα μας.

Αδύναμα σημεία και δυνατά σημεία: Αυτά είναι τα σημεία που πρέπει να εκμεταλλευτούμε ή να αποβάλουμε από τη συμπεριφορά μας. Τα αποκτούμε αναλύοντας εξαντλητικά τόσο όλα τα άλλα σημεία όσο και την προσωπική μας καριέρα. Οι γνώσεις τους βασίζονται στην εμπειρία και στην ικανότητα να είναι επικριτικοί με τον εαυτό τους.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΣΤΑΣΕΩΝ

	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ
Προτιμώ να διαχειριστώ τους στόχους			
Δίνω μεγαλύτερη σημασία στη δουλειά μου παρά στην οικογένειά μου			
Έχω μια ηθική δέσμευση για τα ιδανικά μου			
Με αφορούν περισσότερο τα χρήματα παρά για η δουλειά που κάνω			
Οι ιδέες μου καθορίζουν την αντίληψη του άλλου μου και τις σχέσεις μου απέναντί τους			
Χρειάζομαι τη συντροφιά και τη φροντίδα των συναδέλφων και των προϊσταμένων μου			
Η ασφάλεια και η σταθερότητα είναι πολύ σημαντικές πτυχές			
Η κινητικότητα και η αλλαγή είναι εργαλεία για τον προσωπικό μου εμπλουτισμό			
Δέχομαι τις προκλήσεις μόνος μου			
Μου αρέσει να έχω εξουσία λήψης αποφάσεων στη δουλειά μου			
Με ενδιαφέρει αυτό που κάνω			
Μου αρέσει να αναλαμβάνω ευθύνες και όποτε έχω να αντιμετωπίσω τις συνέπειες, το κάνω			
Δεν μου αρέσει να δουλεύω μόνος μου			
Άλλοι (προσθέστε ό,τι σας έρχεται στο μυαλό ενώ απαντάτε στα υπόλοιπα)			

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΣΕΩΝ

	ΚΑΛΟΣ	ΤΑΚΤΙΚΟ Σ	ΌΧΙ ΚΑΛΟΣ
Κατανόηση κειμένων «εργασίας».			
Σύνταξη εγγράφου			
Προφορικές παρουσιάσεις			
Αναγνώριση προβλήματος			
Ικανότητα εύρεσης πιθανών λύσεων σε προβλήματα			
Ερευνητική ικανότητα			
Ευκολία στη συνέχιση της μελέτης			
Ηγετικές ικανότητες			
ΟΜΑΔΙΚΗ ΔΟΥΛΕΙΑ			
Ικανότητα πειθούς			
Δυνατότητα πωλήσεων			
Σχεδιασμός εργασιών			
Αποτελεσματική διαχείριση χρόνου			
Ανεξάρτητη εργασία			
Παρακολούθηση οδηγιών			
Μακροπρόθεσμα έργα			
Ενδεδειγμένη δουλειά			
Αριθμητική ικανότητα			
Άλλοι (προσθέστε ό,τι σας έρχεται στο μυαλό ενώ απαντάτε στα υπόλοιπα)			

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΣΥΝΗΘΕΙΩΝ – ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ

	ΝΑΙ	ΌΧΙ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ
Προθυμία για Μετεγκατάσταση			
Προθυμία για ταξίδι			
Οικογενειακές συνθήκες			

Συναισθηματικές συνθήκες			
Άλλες προϋποθέσεις (υγεία, θρησκεία κ.λπ.)			
Αυστηρή προτίμηση προγράμματος			
Προτίμηση ευέλικτου χρονοδιαγράμματος			
Πάνω από 8 ώρες δουλειά			
Προθυμία εγκατάλειψης άλλων δραστηριοτήτων			
Συνέχεια σπουδών			
Σημασία εργασιακής ατμόσφαιρας			
Αποδεχτείτε τις ευθύνες			
Προτίμηση ανταγωνιστικής ατμόσφαιρας			
Προτίμηση για έργο δράσης			
Προτίμηση για εργασία γραφείου			
Να μην υπάρχουν οικογενειακές υποχρεώσεις			
Ύπνος σε ξενοδοχεία			
Άλλοι (προσθέστε ό,τι σας έρχεται στο μυαλό ενώ απαντάτε στα υπόλοιπα)			

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΑΔΥΝΑΜΩΝ ΣΗΜΕΩΝ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΩΝ

	ΣΥΝΟΨΗ ΔΥΝΑΤΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ	ΣΥΝΟΨΗ ΑΔΥΝΑΤΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ
ΣΤΑΣΕΙΣ			
ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ			
ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ			
ΑΛΛΑ (ΕΠΙΤΕΥΓΜΑΤΑ, ΚΑΠ.)			

Ξεκινήστε τη διαδικασία συνειδητοποίησής σας γνωρίζοντας τον εαυτό σας!

Κάντε μια λίστα με τις αξίες, τις προτιμήσεις σας στο εργασιακό περιβάλλον, τις δεξιότητες, τα ενδιαφέροντα, τα δυνατά σημεία και τις αδυναμίες σας.

Ερμηνεύοντας τις πέντε θέσεις σύγκρουσης

Γιατί είναι απαραίτητος ο σχεδιασμός σταδιοδρομίας;

Ο σχεδιασμός σταδιοδρομίας είναι το κλειδί για να καλύψετε τις προσδοκίες σας από την τρέχουσα και μελλοντική επαγγελματική σας ζωή. Είναι μια ευκαιρία να πάρουμε από τη ζωή αυτό που θέλουμε. Σας βοηθά να εστιάσετε σε επαγγέλματα που είναι κατάλληλα για εσάς. Ο σχεδιασμός καριέρας σας βοηθά να γνωρίσετε και να αξιολογήσετε τον εαυτό σας. Οι δεξιότητες σχεδιασμού καριέρας μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε όλη τη διάρκεια της ζωής.

Σκεφτείτε τις αξίες σας:

Ποια από τις ευκαιρίες που μπορεί να σας προσφέρει η επαγγελματική ζωή είναι πιο σημαντική για εσάς;

Μερικά παραδείγματα:

- Ασφάλεια εργασίας,
- Κατάσταση και σεβασμός
- Μισθός
- Ατομική επιτυχία
- Βοηθώντας άλλους

Σκεφτείτε το ιδανικό περιβάλλον εργασίας σας: Τι πιστεύετε για τα επαγγελματικά γενικά χαρακτηριστικά που σας αρέσουν ή δεν θέλετε;

Μερικά παραδείγματα:

- Το να είσαι δημιουργικός
- Εργασία υπό άγχος
- Παίρνοντας αποφάσεις
- Εργασία σε διαφορετικές θέσεις
- Εργασία στην κοινωνία
- Εργασία σε υπαίθριο χώρο

Ο καθένας έχει ατομικά χαρακτηριστικά που επηρεάζουν τις προσωπικές επιλογές σταδιοδρομίας, επομένως το πιο σημαντικό είναι να είστε ειλικρινείς όταν προσπαθείτε να γνωρίσετε τον εαυτό σας.

Έχετε επίγνωση των δεξιοτήτων και των εμπειριών σας. Σκεφτείτε τις δεξιότητες που έχετε, αναθεωρώντας:

- Προηγούμενες εργασιακές εμπειρίες
- Εθελοντικές δραστηριότητες
- Χόμπι
- Προπονητικές εμπειρίες

Μην εστιάζετε στην εργασία που έχετε ολοκληρώσει αλλά καθορίστε τις δεξιότητές σας. Για παράδειγμα, εάν είστε καλοί στην οργάνωση «επαγγελματικών» ταξιδιών, η ικανότητά σας είναι να συντονίζετε λεπτομέρειες και να οργανώνετε ομάδες.

Τα ψυχολογικά τεστ μπορούν επίσης να σας βοηθήσουν να προσδιορίσετε τις δεξιότητες και τα ενδιαφέροντά σας. Μην περιορίζετε τον εαυτό σας. Επικεντρωθείτε σε περισσότερα από ένα επαγγέλματα. Ενώ κάνετε έρευνα, να έχετε κατά νου τις δεξιότητές σας. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε πολλές από τις δεξιότητές σας σε περισσότερα από ένα επαγγέλματα...

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ - ΣΧΕΔΙΑΣΤΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΑΣ

Παρακαλώ, σκεφτείτε τώρα την προσωπικότητά σας και τις ικανότητές σας. Εδώ παρουσιάζουμε μια σειρά από μεταβλητές που μπορούν να σας βοηθήσουν να σχεδιάσετε τον δικό σας επαγγελματικό στόχο. Θα αναλύσουμε σε βάθος αυτές τις πτυχές που είναι τόσο σημαντικό να ληφθούν υπόψη για να θέσετε το στόχο ή τους στόχους σας.

Τώρα διαβάστε προσεκτικά τις παρακάτω ενότητες και αναλύστε προσωπικά καθεμία από τις 7 μεταβλητές, σύμφωνα με τον επαγγελματικό σας στόχο:

1. Απαιτείται εκπαίδευση
2. Απαραίτητες δεξιότητες
3. Επαγγελματική εμπειρία
4. Προσωπικό στυλ
5. Πληρωμή
6. Τοποθεσία εργασίας
7. Άλλα χαρακτηριστικά

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

- **Αποδεχτείτε βοήθεια:** Ίσως να μην μπορείτε να βρείτε όλες τις πληροφορίες που χρειάζεστε μόνοι σας. Επιτρέψτε στους άλλους να σας βοηθήσουν. Χρησιμοποιήστε επίσης έντυπες και διαδικτυακές πηγές. Διαβάστε βιβλία και πηγές στο Διαδίκτυο που σχετίζονται με το επάγγελμα.
- **Μην το παρατάτε:** Ο σχεδιασμός καριέρας απαιτεί χρόνο και ενέργεια. Επομένως, οι άνθρωποι συνήθως δεν είναι επιτυχημένοι. Καθορίστε τις προτεραιότητές σας. Ποιο είναι το πιο σημαντικό για εσάς που σχετίζεται με την καριέρα και την επαγγελματική σας ζωή; Προσωπική επιτυχία; Οι δεξιότητές σας; Ο καλός μισθός; Κάντε μια λίστα με τα επαγγέλματα που προτιμάτε. Αποφασίστε για περισσότερες από μία εναλλακτικές. Κάντε μια λίστα σύμφωνα με τις προτιμήσεις σας.
- **Εστίαση σε μεταβιβάσιμες δεξιότητες:** Επιλέξτε τις δεξιότητες που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε σε πολλούς διαφορετικούς τομείς. Για παράδειγμα, μιλώντας καλά, γράφοντας, διαχείριση χρόνου κ.λπ.
- **Να είστε σαφείς αλλά ευέλικτοι στις επιθυμίες σας:** Λάβετε σαφείς αποφάσεις σχετικά με τα χαρακτηριστικά των επαγγελμάτων που επιθυμείτε. Αυτό θα σας φέρει επιτυχία. Ωστόσο, εστιάστε σε περισσότερα από ένα συγκεκριμένα επαγγέλματα. Μετά την έρευνά σας, κάντε μια λίστα με τα επαγγέλματα που προτιμάτε. Αποφασίστε για περισσότερες από μία εναλλακτικές. Καθορίστε τις προτεραιότητές σας. Κάντε μια λίστα σύμφωνα με τις προτιμήσεις σας.
- **Συνεχίστε να εργάζεστε:** Οι σημειώσεις που κάνετε στην εργασία και οι αναφορές που λαμβάνετε από άλλους θα σας βοηθήσουν να αποκαλύψετε τις δεξιότητες και τα χαρακτηριστικά σας.
- **Δημιουργήστε ένα δίκτυο επικοινωνίας:** Να είστε σε συνεχή επικοινωνία με άτομα που μπορούν να σας βοηθήσουν στον προγραμματισμό της καριέρας σας. Σκεφτείτε τους ανθρώπους ως πηγές γνώσης. Μιλήστε με άλλα άτομα, συμβούλους καριέρας, υπαλλήλους στον τομέα και άτομα του στενού σας κύκλου για τα επαγγέλματα για τα οποία θέλετε να μάθετε περισσότερα. Με αυτόν τον τρόπο μπορείτε να λάβετε πληροφορίες για διάφορα επαγγέλματα. Μπορείτε να κάνετε ερωτήσεις σχετικά με τις δεξιότητες, το εργασιακό περιβάλλον, τις ευκαιρίες εργασίας που σχετίζονται με αυτά τα επαγγέλματα.

Περιορισμοί της δραστηριότητας για τους Εκπαιδευτές (εάν υπάρχουν)

N/A

Εκτίμηση

Ανοιχτή συζήτηση:

- 1) Πώς νιώθετε μετά από αυτή την άσκηση;
- 2) Σας άρεσε αυτή η άσκηση; Ποιο μέρος σας άρεσε περισσότερο;
- 3) Τι θα αλλάζατε/τροποποιούσατε/βελτιώνατε σε αυτή την άσκηση;

Περαιτέρω ανάγνωση :

-

Βιβλιογραφικές αναφορές:

<https://ec.europa.eu/eures/public/fr/homepage> Δίκτυο Eures (απασχόληση και πληροφορίες στην Ευρώπη)