Manual de formare

Numărul proiectului: 2020-1-SE01-KA204-077914

Mulțumiri

Acest proiect a primit finanțare din partea programului european Erasmus + prin acordul de grant nr: 2020-1-SE01-KA204-077914.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Acest document reflectă doar punctul de vedere al autorilor și nu pe cel al Comunității Europene. Această lucrare se poate baza pe date provenite din surse externe membrilor Consorțiului proiectului Young Women Leaders. Membrii Consorțiului nu își asumă răspunderea pentru pierderile sau daunele suferite de o terță parte ca urmare a erorilor sau inexactităților din aceste date. Informațiile din acest document sunt furnizate "ca atare" și nu se oferă nicio garanție sau asigurare că informațiile sunt adecvate pentru un anumit scop. Utilizatorul utilizează informațiile pe riscul său exclusiv și nici Comunitatea Europeană, nici vreun membru al Consorțiului YWL nu este responsabil pentru orice utilizare a informațiilor.

© Membrii Consorțiului YWL

Cuprins

1. Introducere 4

2. Metodologie 5

3. Manual de formare

Modulul 1 - Să ne cunoaștem mai bine 5

Modulul 2 - Leadership și diversitate 9

Modulul 3 - Leadership pentru drepturile femeilor și fetelor 14

Modulul 4 - Vorbitul în public și storytelling în leadership 18

Modulul 5 - Vorbește! Vocea ta contează 21

Modulul 6 - Exersează pentru a-ți face vocea auzită 23

Modulul 7 - Povestea leadership-ului. Stilul tău de leadership 25

Modulul 8 - Leadership și stiluri de comunicare 34

Modulul 9 - Leadership și antreprenoriat 38

Modulul 10 - Folosirea comunicării publice și a rețelelor pentru a-ți promova afacerea ... 41

Modulul 11 - Folosirea brandingului personal în leadership 44

Modulul 12 - Branding personal prin LinkedIn 49

Modulul 13 - Crearea planului de social media 54

Modulul 14 - Leadership și implicarea comunității 57

Modulul 15 - Implicarea în comunitate și motivele personale 62

Modulul 16 - Un impact mai inteligent în implicarea comunității 65

Modulul 17 - Activități și fonduri pentru implicarea comunității 71

Modulul 18 - Bugetarea și evaluarea riscurilor pentru implicarea comunității 76

1. Introducere

Proiectul Young Women Leaders abordează mai multe domenii problematice definite în Strategia UE privind egalitatea de gen 2020-2025. Activitățile din cadrul proiectului sunt concepute în special pentru a promova angajamentul civic și pentru a stimula abilitățile de leadership în rândul femeilor tinere din medii socio-economice și culturale diferite, oferind oportunități de dezvoltare a carierei, a competențelor antreprenoriale și de leadership ale femeilor tinere.

Proiectul reunește trei elemente principale: un program de educație sub formă de consolidare a capacităților, creșterea gradului de conștientizare cu privire la leadership și la o societate mai echilibrată din punct de vedere al genului și crearea de rețele. Toate activitățile și rezultatele proiectului sunt legate de aceste elemente și susțin un model de cooperare și de formare a coalițiilor conceput și testat de organizații din 4 țări ale UE, caracterizat printr-o interacțiune puternică între femeile tinere, în calitate de motoare ale procesului, și ONG-uri, autorități locale și cetățeni, în calitate de aliați și multiplicatori. În ceea ce privește aspectul educațional, în cadrul proiectului a fost conceput și oferit un program de consolidare a capacităților axat pe îmbunătățirea cunoștințelor și abilităților tinerelor participante pe o gamă largă de subiecte.

In cadrul activităților, accentul este pus pe angajamentul civic și pe leadershipul non-politic și politic. Programul dedicat fetelor cu vârste cuprinse între 18-30 de ani îmbină formarea offline (training și ateliere de lucru față în față) cu cea online (materiale de învățare în format digital, webinarii, podcast-uri), valorificând expertiza diversă pe care o au organizațiile partenere.

Prezentul manual de formare a fost elaborat pentru a sprijini nevoile educaționale identificate printr-o inițiativă de cercetare implementată în cadrul proiectului, bazată pe interviuri și focus grup-uri cu femei tinere și profesioniști care lucrează pentru a sprijini femeile tinere în dezvoltarea lor personală și profesională.

Manualul de formare ne ajută să oferim un program educațional care să corespundă nevoilor și așteptărilor femeilor tinere în ceea ce privește leadershipul, antreprenoriatul, dezvoltarea carierei și emanciparea femeilor. Acesta poate fi adaptat și utilizat pe scară largă de către orice actor interesat să ofere tinerelor femei contexte de învățare și de îmbunătățire a abilităților de leadership.

2. Metodologie

Partenerii din cadrul proiectului au diferite domenii de expertiză în domeniu, care s-au reflectat în elaborarea manualului. Fiecare partener a fost responsabil de elaborarea uneia sau mai multor secțiuni ale manualului, ținând cont inclusiv de experiențele lor de lucru cu femeile tinere, în cadrul unor proiecte sau inițiative anterioare. Efortul de elaborare a manualului a fost un proces de cooperare constantă, integrând rezultatele obținute în urma consultărilor cu tinerele femei și cu profesioniștii în faza de cercetare.

3. Manual de formare

Modulul 1: Să ne cunoaștem mai bine

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Primul modul are ca scop: - să permită participantelor să se familiarizeze unele cu altele și să stabilească reguli clare de lucru în timpul sesiunilor de formare, individual, câte două, câte trei sau în grup mare - să permită participantelor să se familiarizeze cu facilitatorii - să permită participantelor să cunoască și să înțeleagă proiectul și rațiunea acestuia - să stabilească anumite limite sigure pentru activitatea pe care o vom desfășura - să identifice nivelul de conștientizare a grupului, riscurile și obstacolele potențiale și modalitățile de depășire a acestora în cadrul atelierelor viitoare. - să stabilească o alianță de lucru inițială între participante și facilitatori.
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Lucrul în echipă, comunicarea, colaborarea, flexibilitatea, luarea deciziilor.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii, hârtii cu litere, frânghie etc.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutul, prezentarea facilitatorilor (10 minute)** Facilitatorii le urează bun venit participantelor și le invită să ia loc în cerc. După ce toate participantele s-au așezat confortabil și sunt atente, se **prezintă**: trecutul profesional, precum și expertiza lor specifică în proiecte care implică femei tinere, leadership și dezvoltare comunitară. Pe lângă împărtășirea numelui și a trecutului lor profesional, facilitatorii ar trebui să mai aloce puțin timp pentru a împărtăși ceva mai personal, de exemplu: - pasiuni și/sau valori - motivații pentru acest tip de muncă

- amintiri de la începutul carierei lor (de la o vârstă similară cu vârsta participantelor).

Scurtă prezentare a participantelor (20 minute)

În continuare, facilitatorii le invită pe participante să se prezinte. În funcție de contextul în care lucrăm (față în față sau online), facilitatorii pot alege dintre următoarele:

Lucrul față în față:

Facilitatorii vor implica participantele într-un joc de nume care le va permite să le cunoască mai bine pe participante și să își amintească numele lor. Jocul cu numele presupune folosirea unui ghem de ață (nu uitați să folosiți o ață lungă pentru aceasta). Cel care va iniția jocul va fi unul dintre facilitatori, care va arunca sfoara către o participantă, aflată de preferință în cealaltă parte a sălii, în timp ce își va spune numele și, de asemenea, caracteristicile care îl inspiră atunci când se gândește la femeile și fetele pe care le apreciază cel mai mult. Ghemul de ață va fi pasat de la o participantă la alta, una câte una, iar acestea vor continua să își spună numele și caracteristicile pe care le apreciază. În timp ce aruncă ghemul de ață către o altă persoană, fiecare participantă trebuie să țină mâna pe firul de ață, reținând o parte din ea. Acest lucru va permite ca imaginea finală să fie cea a unei pânze, în care toate participantele sunt interconectate prin intermediul ației. După ce prima rundă de nume s-a terminat și fiecare a primit ghemul și și-a spus numele, va trebui să facă jocul invers și toate vor arunca ghemul către persoana care le-a dat-o, spunându-și din nou numele și împărtășind o caracteristică care le place foarte mult la ele însele. A doua parte a jocului poate fi amuzantă, deoarece trebuie să navigheze printre pânzele de ață deja create, să treacă pe dedesubt și peste ele etc. De asemenea, necesită muncă în echipă.

Vă rugăm să acordați o atenție deosebită participantelor cu mobilitate redusă: facilitatorii ar trebui să fie conștienți de acest lucru și să le paseze ghemul la începutul jocului, astfel încât să nu fie nevoite să depună prea mult efort în a doua parte a exercițiului (de exemplu, pentru a trece pe sub frânghie). Conținutul introducerii (caracteristici apreciate la femeile și fetele inspiratoare și caracteristici care le plac la ele însele) poate fi modificat de către facilitatori în funcție de ceea ce ar funcționa cel mai bine în contextul specific sau cu grupul respectiv.

Asigurați-vă că, în timpul exercițiului, unul dintre facilitatori notează ceea ce rezultă din munca în comun. Acest lucru poate fi folosit în următoarea secțiune a atelierului.

Lucrul online:

Participantele vor fi împărțite în săli de discuții mici, cu trei sau patru persoane în fiecare sală. Acestea vor fi rugate să reflecteze și să discute împreună despre femeile și fetele pe care le cunosc și pe care le consideră inspiratoare. Participantele se vor concentra asupra acelor caracteristici pe care le consideră inspiraționale și apoi vor muta conversația la nivel individual și vor reflecta asupra lucrurilor pe care le consideră inspiraționale la ele însele. La finalul exercițiului, fiecare grup va prezenta

rezultatele conversației lor grupului reunit. Facilitatorii vor compara, de asemenea, rezultatele muncii din grupurile mici și vor evidenția toate asemănările.

Vă rugăm să vă asigurați că, în timpul prezentărilor din grupurile mari, unul dintre facilitatori notează ceea ce reiese din munca comună. Acest lucru poate fi folosit în următoarea secțiune a atelierului.

Leadershipul femeilor tinere (30 de minute)

După etapa de cunoaștere reciprocă, facilitatorii trebuie să prezinte proiectul, obiectivele și activitățile sale, precum și informații specifice despre modulele care urmează să fie implementate. Vă rugăm să nu uitați să conectați această prezentare, cât mai mult posibil, cu rezultatele muncii de grup din activitatea anterioară. Acest lucru va asigura că fiecare participantă are același nivel de cunoștințe în legătură cu tipul de intervenție pe care îl aduce proiectul și obiectivele sale și, de asemenea, este capabilă să facă legătura între proiect și perspectivele și experiențele personale. Facilitatorii ar trebui să fie cât se poate de sinceri și flexibili în această prezentare, fiind deschiși la întrebările participantelor, evidențiind calendarul, principalele subiecte și structura proiectului și încercând în același timp să evalueze pe scurt înțelegerea grupului cu privire la temele abordate de proiect. Facilitatorii pot alege o prezentare PowerPoint, foi de flipchart sau un tip de prezentare mai dinamică (de exemplu, o sugestie este de a realiza, în calitate de echipă de proiect, un scurt videoclip în care toți membrii echipei de proiect, din toate țările, să ureze bun venit grupurilor de participante, spunând câteva cuvinte despre cine sunt și ce i-a motivat să se alăture proiectului).

Crearea regulilor de grup (20 de minute - lucru în grup și 25 de minute - discuție în plen)

Față în față și cu adaptări online

Facilitatorii vor împărți participantele în grupuri de 3 sau 4 persoane și vor înmâna fiecărui grup câte o hârtie A4, pe care se va scrie o literă pe verticală în partea stângă, lăsând în același timp suficient spațiu pentru ca participantele să poată scrie ulterior pe hârtie. În cazul în care se realizează online, grupurile vor lucra în mici săli de discuții și își vor selecta litera în mod aleatoriu, alegând dintr-un PPT care are literele ascunse în spatele unor mici ferestre (jamboard).

Împreună, atunci când sunt așezate una lângă alta, literele ar trebui să formeze cuvântul L-E-A-D-E-R (facilitatorii pot alege un cuvânt diferit în funcție de limba națională, dar cuvântul trebuie să aibă o dimensiune de leadership și să fie legat de proiect). Fiecare grup este rugat să scrie cel puțin trei lucruri care vor facilita lucrul în grup în cadrul proiectului, exprimate printr-un cuvânt sau o propoziție care începe cu litera care le ghidează activitatea. De exemplu, grupul care primește litera L ar putea împărtăși: să **lase** pe toată lumea să-și spună părerea, grupul care primește litera E: să **evite** judecarea celorlalți, grupul care primește litera A: să **asculte** cu atenție și deschidere, grupul care primește litera D: să **descopere** interesul cel mai bun al fiecăruia, grupul care primește litera R: să fie **receptive** față de nevoile și

opiniile celorlalți etc. Fiecare grup își va împărtăși munca cu toți ceilalți, în ordinea literelor, astfel încât cuvântul LEADER să fie format atunci când toate literele sunt atașate la perete sau, dacă discuția are loc online, când literele sunt dezvăluite într-o prezentare de tip jamboard. După ce toate grupurile și-au împărtășit rezultatele, facilitatorii ar trebui să stimuleze o discuție pentru a reformula regulile repetitive, astfel încât acestea să formeze una comună. Acesta este, de asemenea, momentul pentru a adăuga lucruri care, în opinia grupului, lipsesc și pentru a împărtăși gânduri și reflecții în general. În timpul discuției în plen, facilitatorii vor avea, de asemenea, ocazia de a propune propriile reguli (încercând să nu le impună, ci mai degrabă să sprijine apariția acestor reguli din partea participantelor, prin intermediul întrebărilor). Unele dintre regulile foarte importante care trebuie incluse sunt:

- **Confidențialitatea**. Putem împărtăși părți din procesul nostru de învățare (am învățat despre mine însămi faptul că mă simt foarte inconfortabil atunci când trebuie să le spun altora ce să facă, astfel încât acest lucru îmi limitează cu adevărat capacitatea de a conduce sau de a delega), dar nu și povești individuale (de exemplu: Andreei i s-a spus în copilărie că femeile din familia lor sunt neputincioase și incapabile să ia decizii și de aceea uneori are probleme în munca ei).
- **Nu atacăm persoana care împărtășește un gând, o idee, o experiență de viață, etc.** Atacarea celorlalți pentru convingerile lor poate crea de fapt o atmosferă de conformism și cenzură, care limitează capacitatea de exprimare a temerilor, preocupărilor, neînțelegerilor etc.
- **Practicarea grijii de sine**. Asigurați-vă că nu vă simțiți presate să împărtășiți informații dincolo de ceea ce vă este confortabil și că înțelegeți bine limitele și limitările din acest grup. Dacă este ceva ce trebuie să împărtășiți, dar aveți îndoieli cu privire la împărtășirea acestui lucru în fața grupului, adresați-vă facilitatorilor în privat.

Setul final de reguli va fi plasat pe un panou colorat, care va fi atârnat pe perete în timpul tuturor atelierelor, astfel încât grupul să poată reveni la ele în timpul următoarelor sesiuni, dacă este necesar. În cazul în care activitatea se desfășoară online, acestea vor fi păstrate și vor fi incluse în PPT-ul pentru fiecare atelier.

Închiderea zilei (15 minute)

La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, va fi prezentată cutia de sugestii, ca un prieten tăcut care poate primi sugestii, întrebări și alte tipuri de mărturisiri pe care o persoană poate nu este pregătită să le împărtășească în fața întregului grup. Cutia de sugestii va fi prezentă în timpul fiecărei sesiuni, iar dacă sesiunile sunt online, poate fi folosit chat-ul facilitatorilor pentru a lăsa întrebări pe care participantele nu doresc să le exprime în fața grupului.

Pentru o primă utilizare a cutiei de sugestii, după primul atelier, fiecare participantă va primi un post-it portocaliu și unul verde. Pe cel verde, participantele trebuie să

	scrie ceva care le entuziasmează în legătură cu participarea lor la acest proiect, iar pe cel portocaliu ceva care le-ar putea face puțin neliniștite în legătură cu proiectul. Apoi vor introduce fiecare post-it în cutie pentru ca facilitatorii să îl citească după încheierea sesiunii. Facilitatorii vor anunța data următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	https://classroom.synonym.com/classroom-management-techniques-adult-classroms-7906079.html https://blog.sli.do/the-five-golden-rules-of-adult-learning-every-eventprof-needs-to-know-backed-by-science/

Modulul 2: Leadership și diversitate

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - să stabilească legături de lucru puternice între participante, permițându-le să se cunoască mai bine între ele - să prezinte participantelor, în profunzime, raționamentul care stă la baza implementării proiectului - să sporească cunoștințele și înțelegerea participantelor cu privire la identitățile personale și sociale - să extindă cunoștințele participantelor cu privire la stereotipuri, prejudecăți și discriminare.
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Lucrul în echipă, gândirea critică, comunicarea, analiza informațiilor, empatia, colaborarea, adaptabilitatea etc.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, fișe, cutie de sugestii etc.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la speranțele și îngrijorările din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde participantele au fost rugate să introducă post-it-uri completate cu speranțele și grijile lor privind participarea la proiect. Facilitatorii oferă o imagine de ansamblu a rezultatelor acestui exercițiu și oferă mai multe informații cu privire la potențialele îngrijorări, pentru a le diminua. Dacă este cazul, grupul poate crea, de asemenea, noi reguli de grup pentru a reduce potențialul de disconfort pentru unele participante. Facilitatorii răspund, de asemenea, la întrebările din caseta de sugestii, dacă este cazul.

Speed-intros! (30 minute)

Toate participantele sunt împărțite în două linii lungi (linia A și linia B). Li se cere să se așeze una în fața celeilalte și fiecare pereche are 30 de secunde pentru a împărtăși ceva cu partenera lor, ceva ce aceasta poate nu știe despre ea. Grupul A rămâne pe loc, pe când grupul B se mișcă. Odată ce cele 30 de secunde au trecut, fiecare persoană din grupul B se mută la următoarea persoană.

După încheierea exercițiului, participantele sunt întrebate despre cum au reacționat la exercițiu și dacă au simțit că au acumulat multe cunoștințe despre persoanele cu care au interacționat. Li se cere să descrie nivelul de cunoștințe: este profund, este superficial? Au avut posibilitatea de a verifica, de a aprofunda, de a pune întrebări? Cum s-au prezentat în fața celorlalte? Ce au ales să împărtășească? Au avut o atitudine activă atunci când cineva s-a prezentat? Au rămas pasive? Ce identități, personale și sociale, au reflectat în răspunsurile lor?

Facilitatorii vor face legătura între acest exercițiu și următoarele, în special cu Arborele Diversității, pentru a evidenția echilibrul continuu pe care îl menținem între ceea ce suntem și modul în care ne arătăm lumii.

În cazul în care exercițiul se desfășoară online, participantele vor face exercițiul în săli de discuții foarte mici (de cel mult două persoane), iar facilitatorii vor organiza în prealabil împărțirea grupului, astfel încât participantele să întâlnească cât mai multe persoane posibil.

Arborele diversității (30 de minute)

Facilitatorii vor desena un copac pe flipchart sau vor proiecta un desen sau o imagine a unui copac, dacă atelierele se desfășoară online. Imaginea copacului ar trebui să reprezinte coroana, trunchiul și rădăcinile acestuia. Apoi, participantele vor fi rugate să plaseze diferit, pe coroană, pe trunchi și la rădăcini, aspecte pe care le cunosc despre celelalte, după cum urmează:

- pe coroană pot include ceea ce pot vedea la o persoană pe care abia au cunoscut-o, o persoană despre care nu știu nimic, ceva ce poate fi observat la cineva chiar și de la distanță și care ar putea fi evaluat în mod obiectiv de mai multe alte persoane despre acea persoană (lucruri pe care le observi la o persoană și de care poți fi sigur).
- pe trunchi pot include observații pe care le pot face cu privire la o persoană atunci când se apropie, când încep să o cunoască mai bine, când se familiarizează unul cu celălalt și dezvoltă o relație mai personală; la acest nivel, există un amestec de percepție obiectivă și subiectivă a celuilalt.
- pe rădăcini, ele pot reflecta aspecte foarte profunde legate de o persoană și pe care nu le poți observa decât dacă te afli într-o relație intimă cu acea persoană, lucruri care sunt definitorii pentru acea persoană, foarte importante pentru identitatea ei; acest tip de cunoaștere vine doar dintr-o relație strânsă cu celălalt.

	După completarea arborelui, facilitatorii vor avea în coroană aspecte observabile, cum ar fi: gen, rasă, vârstă, dizabilitate, etnie etc. Apoi, conversația va trece la a vedea cum, cu cât te apropii mai mult de rădăcini, cu atât o persoană devine mai nuanțată și mai complexă și este din ce în ce mai dificil să o judeci sau să o dezumanizezi pe baza unor stereotipuri. De asemenea, facilitatorii le vor furniza participantelor date relevante pentru propria țară sau pentru UE în ansamblu, cum ar fi, de exemplu, în cazul României: *Studiu național privind nivelul de discriminare în România și percepțiile actuale privind infracțiunile motivate de ură (2018), Institutul pentru Politici Publice București (IPP, pentru Consiliul Național pentru Combaterea Discriminării (CNCD)* Identitățile care par a fi cele mai relevante atunci când percepem persoane diferite sunt în principal sănătatea (61%), obiceiurile (53%), orientarea sexuală (47%), limba (44%) și religia (42%). Teama de diferență este legată în principal de homosexuali (74%), romi (72%), imigranți (69%), musulmani (68%), persoane cu HIV/SIDA (58%), persoane cu o religie diferită (58%), maghiari (53%) și evrei (46%). Scala distanței sociale arată o intoleranță ridicată față de homosexuali (59% nu ar accepta o rudă homosexuală, 52% nu ar accepta un prieten homosexual), imigranți (39% nu ar accepta o rudă imigrantă, 30% nu ar accepta un prieten imigrant), musulmani (39% nu ar accepta o rudă musulmană, 28% nu ar accepta un prieten musulman), persoanele aparținând altor religii (31% nu le-ar accepta ca rude, 23% nu le-ar accepta ca prieteni) și persoanele cu HIV/SIDA (27% nu le-ar accepta ca rude, 23% nu le-ar accepta ca prieteni). Mai departe, în următoarea categorie de intoleranță se află persoane cu identități etnice diferite: romi (29% nu i-ar avea ca rude pe romi, 18% nu i-ar avea ca prieteni), etnici maghiari (24% nu i-ar avea ca rude, 15% nu i-ar avea ca prieteni) și evrei (21% nu i-ar accepta ca rude, 14% nu i-ar accepta ca prieteni). Datele îi vor ajuta pe facilitatori să demonstreze impactul rămânerii doar la nivelul coroanei în ceea ce privește cunoașterea altor persoane și judecarea unei persoane pe baza categoriei sale și nu a ceea ce este ca individ. Facilitatorii vor evidenția modul în care acest tip de cunoaștere fragmentată duce la respingerea și anularea tuturor celorlalte aspecte ale individului, cum ar fi istoria vieții, realizările, speranțele, temerile, copilăria, atașamentele, profilul civic, dorințele etc. Facilitatorii vor face, de asemenea, legătura între această parte a exercițiului și exercițiul inițial de spargere a gheții și cu constatările referitoare la cât de mult suntem dispuși să dezvăluim despre noi înșine atunci când abia am cunoscut pe cineva. **Pauză (20 de minute)** **Jocul cu trenul (45 de minute)** Exercițiul "Jocul cu trenul" este menit să introducă conceptele de stereotipuri, prejudecăți și discriminare. Facilitatorii vor elabora cartonașe cu profiluri relevante

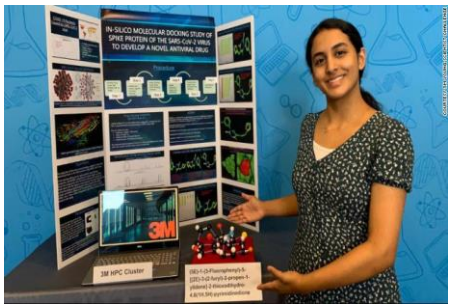
la nivel local, pe baza principalelor stereotipuri vehiculate în zona lor, și le vor tipări în prealabil. În cazul în care atelierul are loc față în față, facilitatorii vor lipi cartonașele cu profiluri pe perete, cu partea cu profilul îndreptată spre participante, în timp ce identitatea reală a personajelor va fi dezvăluită doar în a doua fază a exercițiului. În mod ideal, cel puțin unele dintre identități se vor baza pe exemple de persoane reale.

Pentru a introduce exercițiul, spuneți-le participantelor că vor pleca într-o călătorie foarte lungă cu trenul în cealaltă parte a lumii și că trebuie să aleagă o altă persoană cu care să călătorească, din profilurile atârnate pe perete. Rugați-le să se uite cu atenție la fiecare profil și să-și ia un moment de gândire, deoarece va fi o călătorie foarte lungă. După ce și-au făcut alegerea, ele trebuie să meargă și să stea în fața profilului ales. Rugați fiecare participantă să împărtășească motivul pentru care a ales un anumit profil. După ce toate participantele au împărtășit motivele din spatele alegerii lor, puteți acum să împărtășiți identitatea reală a persoanei și să le cereți participantelor să vorbească despre reacția lor după ce au aflat identitatea reală a persoanei din spatele profilului. Puteți, de asemenea, să puneți o întrebare suplimentară, legată de care a fost persoana cea mai puțin dezirabilă pentru ele să o ia în această lungă călătorie cu trenul și de ce.

În timpul discuției, vă rugăm să subliniați faptul că noi toți folosim etichete și stereotipuri în viața de zi cu zi și că obiectivul acestui exercițiu a fost de a arăta în mod clar cât de ușor ne construim ideile și impresiile pe baza stereotipurilor și a prejudecăților, în loc de informații autentice. Invitați participantele să reflecteze asupra efectelor stereotipurilor pentru diferite grupuri de persoane, cum ar fi femeile, persoanele cu dizabilități, migranții, persoanele aparținând minorităților etnice, LGBTIQ+, persoanele din medii socio-economice dificile etc.

Exemple de carduri cu profiluri:

Un cercetător și om de știință pasionat
Anika Chebrolu, o studentă din Frisco, Texas, a fost desemnată "Cel mai bun tânăr om de știință din America" pentru descoperirea sa, care ar putea ajuta oamenii de știință să dezvolte un remediu pentru acest virusul COVID-19. Folosind simulări pe calculator cunoscute sub numele de "in-silico", Anika a găsit o moleculă care se poate lega selectiv de proteina spike a COVID-19. În momentul în care a început să lucreze la acest proiect, obiectivul ei era să identifice un compus de top care să se lege de o proteină din virusul gripal, care a început să se răspândească în timpul pandemiei de gripă din 1918. Anika nu știa că proiectul ei va fi folosit într-un potențial leac pentru COVID-19. Anika a câștigat un premiu semnificativ acordat tinerilor oameni de știință care fac descoperiri importante.



Multiplu campion european și internațional la alergare

Elena Pagu, o româncă în vârstă de 92 de ani, care a început să alerge la vârsta de 57 de ani, când a ieșit la pensie, a participat la 11 campionate mondiale și a câștigat mai multe concursuri de alergare în toată lumea.

Facilitatorii se vor asigura că sprijină grupul de participante să definească și să diferențieze corect conceptele de stereotip, prejudecată și discriminare și, de asemenea, le vor oferi participantelor spațiul necesar pentru a veni cu propriile exemple pentru fiecare dintre acestea.

Prezentarea jurnalului (30 minute)

În continuare, facilitatorii vor prezenta participantelor ideea de jurnal de formare și vor explica cum și de ce ar trebui să fie folosit. Jurnalul este menit să documenteze parcursul și experiența de învățare a participantelor, pas cu pas, de la începutul formării până la sfârșitul experienței de învățare și apoi până la sfârșitul proiectului. Participantele vor putea să se întoarcă mereu la jurnal și să îl parcurgă, înțelegând domeniile în care au progresat, descoperirile pe care le-au făcut în timpul proiectului și experiențele de învățare pe care le pot lua cu ele pentru planificarea vieții lor profesionale și personale viitoare. Jurnalul este privat, iar participantele își pot împărtăși reflecțiile din jurnal doar dacă doresc.

Prima experiență de jurnal va avea loc după cel de-al doilea modul și le va oferi participantelor timp și spațiu pentru a reflecta, de data aceasta, asupra identității personale, folosind ”roata identității”. Fiecare facilitator sau grup de facilitatori poate adapta cum consideră modul în care vor fi inserate întrebările în jurnal, însă câteva exemple pot fi:

	Astăzi am reflectat asupra modului în care ne prezentăm lumii, asupra modului în care îi percepem pe ceilalți, asupra timpului și efortului pe care îl depunem pentru a diferenția felul în care sunt ceilalți de felul în care proiectăm asupra lor anumite calități, atribute pozitive sau negative. Acum putem lucra și asupra identității noastre personale. Vă rugăm ca, în următoarele 10-15 minute, să vă faceți timp să vă gândiți la principalele identități care compun ceea ce sunteți. Gândiți-vă la identitățile care vă aduc privilegii și la cele care vă pot dezavantaja. De asemenea, reflectați, în aceeași manieră, asupra identităților pe care ați perceput că le aveați în copilărie. Sunt acestea aceleași? V-ați schimbat unele dintre ele? Pe care dintre ele? De ce? Care dintre ele au rămas? De asemenea, reflectați asupra identităților familiei apropiate. Cum i-ați perceput? Creați-vă propria hartă a identității. Ce identități sunt cele mai puternice în modul în care vă percepeți? Ce identități sunt cele mai puternice în modul în care vă percep ceilalți? Atunci când vă considerați un lider, care sunt identitățile care susțin acest gând? Există identități care credeți că nu se potrivesc cu profilul unui lider? După ce jurnalele au fost completate, facilitatorul va invita câteva persoane să își prezinte concluziile în fața grupului. Acest lucru nu este obligatoriu și doar participantele care doresc să împărtășească vor face acest lucru. **Închiderea zilei (10 minute)** La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	Roata identității sociale - https://sites.lsa.umich.edu/inclusive-teaching/social-identity-wheel/ Adolescentă cercetătoare și om de știință: https://edition.cnn.com/2020/10/18/us/anika-chebrolu-covid-treatment-award-scn-trnd/index.html https://tryengineering.org/news/teenage-girls-discovery-could-lead-to-covid-19-cure/ alergător de 92 de ani: https://life.ro/elena-pagu-92-de-ani-multipla-campioana-mondiala-la-alergare-momentul-in-care-o-sa-ma-las-de-alergat-nu-cred-ca-pot-sa-l-numesc-alergatul-este-un-mod-de-viata-acum-nu-este-un-hobby/ Manuale de formare Youth for Love - www.youthforlove.eu

Modulul 3: Leadership pentru drepturile femeilor și fetelor

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele	Modulul are ca obiective: - informarea participantelor în ceea ce privește drepturile femeilor și istoria drepturilor femeilor.

modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	- explorarea principalelor obstacole cu care se confruntă încă femeile și fetele în ceea ce privește atingerea egalității. - abordarea obstacolelor interne cu care se pot confrunta participantele în ceea ce privește dezvoltarea capacităților de leadership și explorarea rolurilor de leadership.
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Lucrul în echipă, comunicarea, colaborarea, flexibilitatea, luarea deciziilor, analiza datelor, auto-reflecția.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii, întrebări despre drepturile femeilor etc.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. **Starea vremii (15 minute)** Facilitatorii le invită pe participante să vorbească despre cum se simt și cât de pregătite sunt pentru experiența de învățare care va urma. Pentru a face acest lucru, facilitatorii le cer participantelor să descrie lumea lor interioară prin compararea modului în care se simt cu o anumită stare a vremii, apoi li se cere să arate sau să mimeze acea vreme. Simbolurile pe care le pot folosi pot fi, de exemplu, însorit, vânt, ploaie, furtună, frig, zăpadă, grindină etc. Acest lucru va oferi, de asemenea, informații valoroase pentru facilitatori în ceea ce privește starea grupului și nivelul de pregătire pe care îl are grupul pentru a începe lucrul împreună. Unul dintre facilitatori va crea o foaie de flipchart cu tipurile de vreme, va scrie numele fiecărei participante pe post-it-uri și va lipi post-it-urile sub starea meteo corespunzătoare. La sfârșitul atelierului, chiar înainte de închidere, participantele vor fi rugate să se întoarcă din nou la flipchart și să își mute post-it-urile în mod corespunzător, dacă modul în care se simt s-a schimbat. Acest lucru va arăta, de asemenea, facilitatorilor potențialele schimbări în ceea ce privește energia, îmbunătățirile sau pierderea efectivă de energie etc. **Portretizarea femeilor și a fetelor (60 de minute)** În continuare, facilitatorii propun grupului un exercițiu creativ de reflecție asupra modului în care societatea prezintă femeile și fetele, de multe ori în opoziție cu bărbații și băieții, prin diferite canale. Participantele sunt rugate să își imagineze că se întâlnesc, pentru prima dată, cu cineva care nu este de pe planeta Pământ, ci dintr-o altă parte a Universului. Ei nu știu nimic despre femei și fete, bărbați și băieți, iar singura lor sursă de informare ar putea fi găsită în diferite produse disponibile pe scară largă în mass-media, artă și cultură. Exercițiul se bazează pe una dintre cele

mai sugestive metafore despre imaginea femeii în mass-media, care descrie reacția unui presupus extraterestru la contactul cu produsele TV. Extraterestrul poate ajunge la următoarele concluzii posibile:

"Femeile care populează Pământul sunt infantile, paralizate de angoasa de a spăla rufe, ele au un nivel intelectual foarte scăzut, deoarece au dificultăți în a înțelege mecanismele simple, în fața cărora se simt nedumerite, sunt, fără îndoială, exhibiționiste, din moment ce se dezbracă până și pentru a mânca o ciocolată. Toate au sub 35 de ani și trăiesc din faptul că se lasă fotografiate lângă mașini, mobilă sau computere" (Collete Beauchamp, Le silence des medias. Les femmes, les hommes et l'information, 1988).

Pentru următoarea parte a atelierului, participantele sunt împărțite în trei sau patru grupuri mai mici și sunt rugate să exploreze modul în care femeile și fetele, bărbații și băieții sunt portretizați prin ochii unui anumit canal de informație (facilitatorii sunt invitați să le aleagă pe cele pe care le consideră adecvate și să aducă materialele necesare; alegerile lor depind și de cunoștințele despre ceea ce ar funcționa/nu ar funcționa cu un anumit grup). Aceste canale pot fi:

- Basme, desene animate, cărți de benzi desenate

- Emisiuni TV și filme

- Reviste și ziare (de modă, financiare, economice, sportive, politice etc.)

- Versurile cântecelor populare

Facilitatorii pot adăuga și alte canale. De asemenea, aceștia pot oferi participantelor libertatea de a alege canalele specifice pe care doresc să le analizeze sau un amestec de mai multe canale.

Participantele vor trebui să analizeze modul în care bărbații și băieții/femeile și fetele sunt reprezentați pe baza următorilor indicatori specifici:

- aspectul lor

- personalitățile lor

- calitățile, motivațiile și dorințele lor

- defectele și anxietățile lor

- rolurile lor în context și/sau în grup, potențialul lor de leadership

- căutarea/misiunea lor (dacă este cazul).

La finalul exercițiului, participantele vor trebui să prezinte un rezultat creativ al muncii lor, sub forma unui poster, cântec, poezie, happening, teatru, gif, desen etc., pe care îl vor prezenta restului grupului, subliniind concluziile lor și felul în care au perceput diferitele moduri în care femeile și bărbații, băieții și fetele apar în aceste produse culturale, media și artistice.

Pauză - 20 de minute

HerStory - drepturile femeilor și fetelor (60 de minute)

Pentru următoarea activitate, facilitatorii vor pregăti un chestionar cu 20 de întrebări relevante la nivel local, european și internațional privind istoria și statutul actual al drepturilor femeii. Participantele vor fi împărțite aleatoriu în grupuri de trei persoane. Fiecare grup va primi 4 hârtii cu litere tipărite pe ele: A, B, C, D. Aceste litere reflectă răspunsurile multiple disponibile pentru fiecare întrebare. Un singur răspuns este corect, așa că, după ce întrebarea este prezentată și răspunsurile multiple sunt citite, fiecare grup mic trebuie să discute, să negocieze și să decidă cu ce răspuns va merge. Câștigătoare este echipa care obține cele mai multe răspunsuri corecte. Premiul urmează să fie stabilit de fiecare grup de facilitatori.

Întrebările vor fi pregătite ținând cont de cele mai relevante aspecte și interese ale grupului și vor încerca să ofere informații semnificative, cum ar fi:

- Când au primit femeile dreptul de vot în țara dumneavoastră? (furnizați, de asemenea, date relevante pentru bărbați)
- Când au primit fetele dreptul de a merge la școală în țara dumneavoastră? (furnizați, de asemenea, date relevante pentru băieți)
- La ce școli puteau merge fetele în (1920)? (furnizați date și pentru băieți)
- Ce naționalitate a avut prima femeie neurochirurg din lume?
- Câte femei sunt membre ale Parlamentului național?
- Ce țară din Europa are cel mai mare număr de mame adolescente?
- Care este diferența de remunerare în țara dumneavoastră?
- Câte femei fac parte din Consiliul de Administrație al Băncii Naționale?
- Care este procentul de femei antreprenor în țara dumneavoastră? Dar procentul de bărbați?
- Care este procentul de femei care conduc marile companii din țara dumneavoastră?
- Care sunt domeniile de studiu și de muncă feminizate? Cum sunt remunerate aceste domenii?

Întrebările ar trebui să îmbine istoria și prezentul și să arate progresul, precum și zonele de stagnare. Facilitatorii trebuie să fie pregătiți să ofere participantelor

	explicații, răspunsuri corecte și contextualizare pentru fiecare dintre întrebările adresate. Acesta ar trebui să fie un spațiu de reflecție și dialog. **Lucrări de jurnal (20 de minute)** Participantele vor fi rugate să folosească acest timp pentru a reflecta asupra experienței lor folosind jurnalul lor. Acestea vor trebui să scrie cel puțin un lucru nou pe care l-au învățat astăzi, pe care nu îl știau înainte, o idee nouă care le-a venit, precum și o emoție pe care au simțit-o în timpul atelierului și pe care poate nu se așteptau să o simtă. În continuare, vor trebui să împărtășească grupului, după disponibilitate, reflecțiile din jurnalul lor, precum și eventualele întrebări fără răspuns pe care le-au avut în timpul atelierului. **Închiderea zilei (15 minute)** La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	Publicitate sexistă: https://www.youtube.com/watch?v=oOlJ_jCLHmo Indicele egalității de gen: https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2021 Manuale de formare Youth for Love - www.youthforlove.eu

Modulul 4: Vorbitul în public și storytelling în leadership

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - sprijinirea participantelor în explorarea obstacolelor și dificultăților interioare legate de vorbitul în public și de a se face auzite - crearea unui context în care participantele să fie capabile să recunoască și să înțeleagă obstacolele externe care pot duce la limitarea și/sau ignorarea vocilor femeilor și fetelor - identificarea modalităților și strategiilor de depășire a obstacolelor interne și externe și crearea de oportunități pentru ca participantele să își exerseze discursul
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Lucrul în echipă, comunicare, colaborare, flexibilitate, luarea deciziilor, vorbit în public, empatie, creativitate.

Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, post-it-uri pentru sarcini, markere, hârtie, pixuri, cutie de sugestii etc.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. Facilitatorii pot începe modulul cu următoarele întrebări: De ce este important pentru tine să vorbești în public? Ce se obține prin vorbirea în public? Ce experiență de vorbit în public v-a rămas în minte? De ce? Ce calități ar trebui să aibă un vorbitor în public? Ce caracteristici ar trebui să evite un vorbitor în public? **Jurnal și lucru în grupuri mici (30 minute)** Pe baza discuțiilor anterioare, facilitatorii le vor cere participantelor să își deschidă jurnalele și să reflecteze pe scurt la cele mai reușite și la cele mai puțin reușite experiențe de vorbit în public pe care le-au avut în trecut. Ce a fost definitoriu pentru fiecare dintre ele? După ce participantele au terminat, își vor lua 10 minute pentru a vorbi despre experiența lor cu alte 2 membre ai grupului, apoi vor împărtăși concluziile în grupul mare. Ce susține vorbirea în public? Ce inhibă vorbirea în public? Toate concluziile vor fi discutate în cadrul grupului mare și vor fi scrise pe flipchart. **Ieșiți din zona de confort (20 de minute)** Facilitatorii vor pregăti câteva post-it-uri cu sarcini, pe care le vor amesteca apoi într-o cutie. Apoi, fiecare participantă va alege un post-it, va citi sarcina cu voce tare și va avea la dispoziție 3 minute pentru a-și prezenta primul discurs. Exemple de post-it-uri: - Bagați mâna în geanta altcuiva (cereți mai întâi permisiunea). Scoateți primul obiect pe care îl atingeți. Convingeți-vă publicul că acest obiect este fascinant. - Creați conținutul vorbit al unei reclame pentru un produs de îndepărtare a pielii moarte. - Inventați o definiție foarte complicată pentru cuvântul "dragoste" și spuneți-o într-un mod foarte serios. - Vorbiți despre cea mai oribilă vacanță pe care cineva ar putea-o trăi vreodată. - Prezentați cu mult entuziasm ceva ce disprețuiți cu adevărat.

- Convingeți pe cineva să cumpere un uscător de păr stricat.
- Creează un discurs de 1 minut despre tine însuți care să înceapă cu "Eu sunt cea mai....".

În funcție de grup, facilitatorii pot schimba modul în care se desfășoară exercițiul sau conținutul post-it-urilor.

Explorarea factorilor inhibitori în procesul de vorbire în public (60 minute)
În urma exercițiului anterior, facilitatorii le vor cere participantelor să exploreze, în grupuri de 4, emoțiile negative trăite în contextul vorbitului în public, construind, în grup, un personaj negativ de film, creat din teama de a vorbi în public. Participantele vor da acestui personaj un nume, o personalitate, o față, un mod de a vorbi și de a face oamenii să se simtă prost și vor defini un scurt scenariu în care vor explica momentele în care apare acest personaj. Ce supererou poate lupta și îl poate învinge?

După ce grupurile își termină lucrările, le vor prezenta în fața grupului mare. În continuare, se va purta o discuție despre potențialii factori specifici de gen care inhibă vorbirea în public. Există anumite condiții și contexte care contribuie la reducerea la tăcere a vocilor fetelor și femeilor? Cum ar putea fi acestea depășite? Facilitatorii vor pregăti, de asemenea, exemple concrete de "mansplaining", de diminuare sau ignorare a experiențelor femeilor și fetelor etc.

Stabilirea obiectivelor personale pentru această experiență (30 minute)
Participantele vor fi invitate să își stabilească propriile obiective personale pentru modulele de vorbire în public. Facilitatorii le vor invita să urmeze modelul de mai jos:

- Ce ați dori să obțineți în general la sfârșitul modulului?
- În ce tip de experiență vrei să te afirmi? Cu ce vrei să experimentezi?
- Ce pași mici ați dori să faceți pentru a realiza acest lucru? Enumerați cel puțin 5.
- De cine din grup ați avea nevoie de sprijin în timpul acestui modul? Ce tip de sprijin?

După ce participantele au finalizat această sarcină, rugați-le să aibă mici conversații cu una sau două persoane pe care le consideră importante pentru succesul lor și cărora le-ar cere sprijinul în acest proces. Încurajați participantele să se deschidă și să vadă ce ar fi benefic pentru ele în procesul de dezvoltare a abilităților lor de vorbire în public și să vadă dacă există alte participante dispuse să le sprijine experiența de învățare în timpul acestui modul.

Închiderea zilei (15 minute)
La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le

	participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	https://www.britishcouncil.org/voices-magazine/how-overcome-fear-public-speaking

Modulul 5: Vorbește! Vocea ta contează!

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - crearea de oportunități pentru ca participantele să înțeleagă și să practice un bun discurs public
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Lucrul în echipă, comunicare, colaborare, flexibilitate, luarea deciziilor, analiza datelor, vorbit în public.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, discursuri, fișe de feedback individual, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii etc.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. **Analiza discursului (90 de minute)** Pe baza discuțiilor anterioare, facilitatorii vor aprofunda și mai mult subiectul vorbitului în public. Înainte de atelier, facilitatorii trebuie să identifice 3-5 discursuri importante (sau părți de discursuri) care să fie prezentate grupului de participante și analizate ca studii de caz. Participantele pot contribui, de asemenea, propunând discursuri care le-au impresionat. Acestea ar trebui să acopere subiecte diferite, însă cel puțin 1-2 dintre ele ar trebui să se refere la drepturile femeilor, drepturile

omului, educație etc. și ar trebui să existe atât discursuri susținute de femei cât și discursuri susținute de bărbați, în proportii echilibrate.

După vizionarea fiecărui discurs, fiecare participantă trebuie să completeze o fișă care să conțină o modalitate de notare a acestor discursuri. Fișa ar trebui să cuprindă elemente precum:

- Metode și tehnici utilizate de vorbitor
- Limbajul corpului, utilizarea gesturilor, expresiilor faciale, pozițiilor, mișcărilor, contactul vizual
- Creativitatea discursului
- Intențiile percepute, scopurile discursului
- Interacțiunea cu sala
- Utilizarea în discurs a imaginilor vizuale
- Claritatea discursului, transmiterea informațiilor într-o manieră adecvată
- Vulnerabilități, momente de conexiune emoțională
- Puncte de îmbunătățit în discurs
- Atingerea obiectivului
- Ce ți-a plăcut cel mai mult
- Ce ai îmbunătăți.

După ce fiecare participantă își completează fișa, se discută în grup calitatea și principalele caracteristici ale fiecărui discurs. Participantele construiesc împreună un set de linii directoare pentru ceea ce reprezintă, în percepția lor, o experiență bună și eficientă de vorbire în public.

În timpul acestei sesiuni, facilitatorii ar trebui, de asemenea, să prezinte pe scurt tehnici de storytelling și să sublinieze unde a apărut storytelling-ul în timpul discursurilor pe care participantele le-au urmărit.

Pauză (20 de minute)

Vorbește pentru o cauză (90 de minute + alte 120 de minute pregătire)

Fiecare participantă va face echipă cu o altă persoană. Sarcina lor va fi să se sprijine reciproc în procesul de prezentare a unui discurs public. Chiar dacă discursul public va fi ținut individual, echipele sunt construite tocmai pentru a contribui la succesul individual al fiecărei membre a echipei.

După ce echipele au fost formate, participantele vor trebui să pregătească un discurs de 5 minute pe care îl vor susține în fața întregului grup. Discursul trebuie să fie construit în jurul unei cauze la care țin, iar discursul trebuie să lase audienței: informații, un scop, o dorință de acțiune în sprijinul acelei cauze etc.

Participantele trebuie să își conceapă și să își exerseze discursul, beneficiind în același timp de îndrumare și sprijin constant din partea celeilalte membre a echipei.

	Aceasta este o muncă în comun și fiecare membră a echipei este responsabilă pentru succesul colegei sale! În timpul acestei sesiuni, participantele își vor putea pregăti discursul și îl vor putea repeta cu partenera lor, în timp ce prezentarea în fața grupului mare va avea loc în sesiunea următoare. Sesiunea de pregătire ar trebui, de asemenea, să fie continuată, iar discursul să fie rafinat chiar și în afara orelor de formare. Facilitatorii ar trebui să recomande fiecărei echipe să se întâlnească timp de una sau două ore suplimentare și să se asigure că sunt pe deplin pregătite pentru momentul în care vor susține discursul. **Închiderea zilei (15 minute)** La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. Acest timp va fi folosit și pentru a le oferi participantelor posibilitatea de a adresa facilitatorilor orice întrebări potențiale referitoare la sarcină. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier. De asemenea, vor sublinia cât de importantă este munca în echipă pentru următoarea sesiune și vor încuraja cu tărie echipele să își folosească cele două ore de pregătire și repetiție până la următorul atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story? language=en https://www.ted.com/talks/robin_hauser_the_likability_dilemma_for_women_leaders

Modulul 6: Exersați pentru a vă face vocea auzită

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - crearea de oportunități pentru ca participantele să înțeleagă și să practice un bun discurs public - asigurarea contextului pentru ca participantele să învețe unele de la altele și de la comunicatori și să-și perfecționeze stilul de vorbire în public
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în	Lucrul în echipă, comunicarea, colaborarea, flexibilitatea, luarea deciziilor, vorbitul în public, auto-reflecția.

cadrul acestui modul	
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, fișe de feedback individual, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii etc.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. **Încălziți-vă! (15 minute)** Înainte de a-și ține discursurile, facilitatorii vor propune grupului un exercițiu de încălzire, menit să elibereze tensiunea și să creeze o stare de bună dispoziție în grup. Facilitatorii încep prin a cere fiecărei participante să împărtășească fie povestea unei realizări pe care a avut-o înainte de a împlini 18 ani, fie povestea unui eveniment foarte amuzant la care a luat parte înainte de a împlini 18 ani. În acest fel, participantele vor fi încurajate să descopere talentele secrete, abilitățile creative sau realizările mai puțin cunoscute ale colegelor, precum și o parte din momentele din viața lor care le-au bucurat. **Prezentarea discursului (120 minute)** Fiecare persoană își va ține discursul pe care l-a pregătit în sesiunea anterioară și între ateliere. Fișa care a fost folosită anterior în analiza discursului va fi din nou folosită acum, dar pentru a oferi feedback fiecărei vorbitoare. Toți cei din public vor avea la dispoziție 2 minute după fiecare discurs pentru a completa fișa pentru vorbitoare și apoi pentru a oferi un scurt feedback fiecăreia dintre vorbitoare. Fișele completate vor fi oferite persoanei care a ținut discursul, astfel încât aceasta să le poată reciti oricând dorește. Facilitatorii vor oferi, de asemenea, propriul feedback. **Pauză (20 de minute)** **De scris în jurnal (20 de minute)** Facilitatorii le vor invita pe participante să reflecteze asupra experienței lor în timpul modulului de vorbire în public. Primele 10 minute ar trebui să fie folosite de participante pentru a completa în jurnal principalele învățăminte pe care le-au desprins din modulele de vorbire în public. Următoarele 10 minute ar trebui să fie folosite de fiecare dintre ele pentru a crea un plan pe un an pentru a continua să își dezvolte abilitățile de vorbire în public. Care sunt oportunitățile pe care le va folosi? După aceea, participantele vor fi rugate să împărtășească cu grupul părți din ce au învățat și din planul de învățare. De asemenea, sunt invitate să găsească o persoană dispusă să le susțină și să le țină responsabile pentru acest plan de 1 an!

	Închiderea zilei (15 minute) La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	https://www.ted.com/talks/brene_brown_the_power_of_vulnerability?language=en https://www.ted.com/talks/brene_brown_listening_to_shame?language=en

Modulul 7: Povestea leadershipului. Stilul tău de leadership

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - educarea participantelor în ceea ce privește legătura dintre leadership și antreprenoriat și semnificația din spatele fiecărui rol - punerea la dispoziția participantelor a studiilor de caz, a exemplelor de bune practici și de succes în domeniul leadershipului și al antreprenoriatului - sprijinirea participantelor pentru o mai bună identificare a stilului lor preferat de leadership
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Lucrul în echipă, comunicarea, colaborarea, flexibilitatea, luarea deciziilor, empatia, auto-reflecția, analiza datelor.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, profile, șabloane, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii etc.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugați să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. Atunci când introduc modulul, facilitatorii pot, de asemenea, să sublinieze faptul că, atunci când urmează cursul, participantele vor putea să-și sporească propria conștiință de sine și să dobândească încredere în sine pentru un mai bun leadership; de asemenea, își vor dezvolta abilitățile relaționale, autocunoașterea și conștiința de sine în ceea ce privește stilul de leadership care li s-ar potrivi cel mai bine.

Două adevăruri și o minciună (20 de minute)

Facilitatorul va ruga fiecare participantă să se gândească un minut, apoi să spună trei lucruri despre ea grupului. Nu toate cele spuse vor fi adevărate, două dintre lucruri ar trebui să fie adevărate, în timp ce unul ar trebui să fie o minciună. Fiecare dintre participante va împărtăși apoi cele trei declarații cu grupul și fiecare persoană din grup poate pune întrebări, încercând să identifice care dintre cele trei este minciuna. După ce întrebările se vor încheia, facilitatorul va cere tuturor să ghicească care afirmație cred că a fost inventată și să o scrie. După ce toată lumea a ghicit, va fi dezvăluită afirmația falsă. Toți cei care au avut dreptate primesc un punct.

Povești adevărate și înșelătoare despre leadership (60 de minute)

Continuând stilul de spargere a gheții, facilitatorii vor propune participantelor o activitate diferită, care să le dezvăluie propriile narațiuni personale despre leadership. Lucrând în grupuri mici de 3 sau 4 persoane, participantele își vor împărtăși propria perspectivă asupra a ceea ce înseamnă succesul și leadershipul. În grupurile mici ar trebui să urmeze toate aceiași pași atunci când lucrează împreună:

- începeți conversația pornind de la enunțarea celor mai impresionante declarații pe care le-ați auzit sau a celor mai importante percepții pe care le-ați avut, pe măsură ce ați crescut, despre ceea ce înseamnă leadershipul și succesul; dacă acestea au fost diferite pentru femei și bărbați, vă rugăm să menționați acest lucru
- explorați câteva exemple personale sau publice de succes și de leadership și analizați cele mai importante caracteristici ale acestor cazuri
- pregătiți 5 afirmații despre ce este leadershipul și 5 afirmații despre ce nu este leadershipul
- reflectați, ca grup, asupra căutărilor voastre individuale legate de succes și de leadership, gândindu-vă la ce ați fost cel mai bine pregătite, la ce ați fost cel mai puțin pregătite și care sunt domeniile în care aveți nevoie de cel mai mult sprijin și cunoștințe.

Procesarea lucrului în echipă mică în cadrul grupului mai mare ar trebui să se concentreze asupra principalelor mituri legate de leadership, care uneori pot fi văzute ca obstacole insurmontabile, în special din perspectiva femeilor tinere. Aceste mituri ar trebui apoi înlocuite cu informații valide, bazate pe studii de caz pe care facilitatorii le-au pregătit în prealabil.

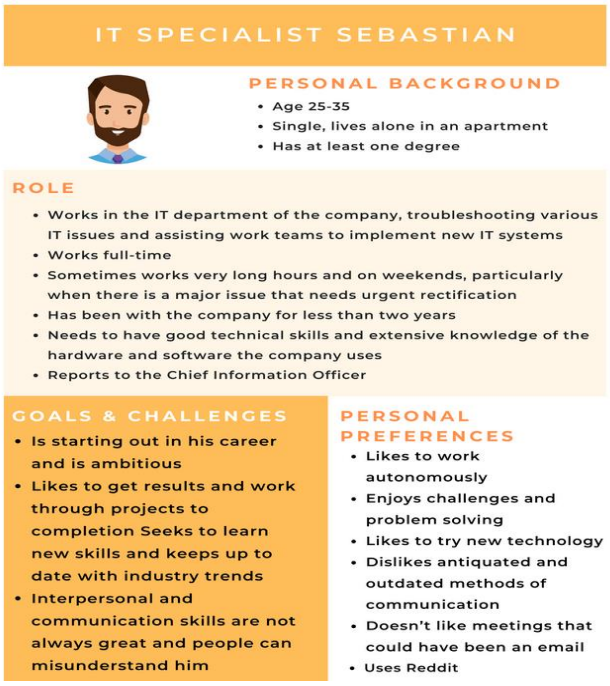
Introducere în leadership și antreprenoriat (30 de minute)

Facilitatorii vor pregăti o prezentare PowerPoint. Unele dintre elementele prezentării ar putea fi legate de ceea ce participantele au învățat în modulul anterior cu privire la poziția femeilor în societate și la discrepanțele în leadership. Facilitatorii vor conduce conversația acoperind aspecte precum: narațiunile din jurul leadership-ului, semnificația leadership-ului și a antreprenoriatului, stilurile

	particulare de leadership, pașii pentru a deveni un lider de succes, pentru a lua decizii mai bune, a gestiona conflictele și a dezvolta empatie. **Pauză - 20 de minute** **Stilul dumneavoastră de leadership (60 de minute)** În cadrul acestei activități, facilitatorii propun participantelor să aleagă mai multe profile diferite ale angajaților și să enumere comportamentele unui lider pozitiv și ale unuia negativ din perspectiva angajaților respectivi. Aici sunt prezentate mai multe profile, iar facilitatorii vor putea să le selecteze pe cele pe care le consideră cele mai potrivite pentru grup. De asemenea, facilitatorii pot dezvolta noi profile care s-ar potrivi mai bine sau le pot modifica pe cele deja existente în orice mod pe care îl consideră util. Facilitatorii introduc activitatea și profilele angajaților și managerilor de mai jos, împărțindu-le participantelor și versiunea tipărită. De asemenea, aceștia distribuie hârtie și creioane și acordă participantelor două minute pentru a citi profilurile. Apoi facilitatorul le cere participantelor să aleagă unul dintre profilele de manager cu care cred că se aseamănă. Dacă participantele nu pot găsi un profil de manager care să se potrivească cu propriile caracteristici, atunci facilitatorul le cere să creeze o un profil similar cu propria personalitate și propriile caracteristici și să o scrie pe hârtie. După aceasta, facilitatorii le cer participantelor să aleagă un profil de angajat. După ce toată lumea alege atât profilul angajatului, cât și cel al managerului, facilitatorii introduc scenariile aparținând fiecărui profil al angajatului și le cer participantelor să reflecteze asupra modului în care ar aborda situația respectivă. Scenariile alese trebuie să fie tipărite pe hârtii mici și distribuite participantelor. Fiecare participantă își va citi scenariile și va avea la dispoziție 5 minute pentru a se gândi. Apoi, acestea își vor prezenta soluțiile. După prezentarea reflecțiilor individuale, participantele sunt rugate să își compare listele, mai întâi în perechi și apoi în grupuri. Apoi, ele vor discuta împreună, vor colecta cele mai importante lucruri pe care trebuie să le facă și să nu le facă liderii și vor împărtăși celorlalte cu ce stil de leadership se asociază.

TIPOLOGII ALE ANGAJAȚILOR

Profilul 1: Sebastian



Referință: Tipologiile angajaților: Un ghid pas cu pas și exemple

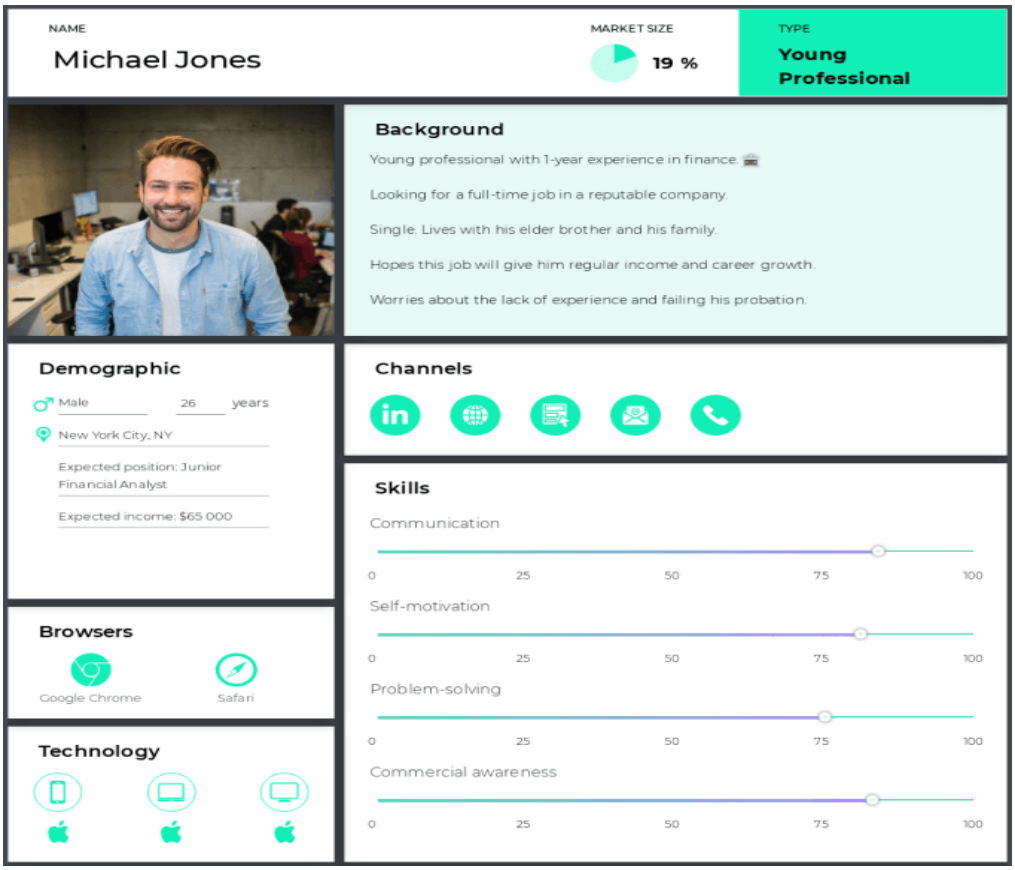
Scenariul 1 : Sebastian a lucrat la un proiect în cadrul unei echipe IT din cadrul companiei. El colaborează îndeaproape cu unul dintre colegii săi. Într-o zi, managerul îi cere lui Sebastian să finalizeze un raport IT foarte important într-un termen limită. Sebastian a acceptat și a spus că îl va finaliza la timp. Când se apropie termenul limită, managerul îi cere lui Sebastian să trimită raportul. Sebastian îi spune managerului că nu a reușit să finalizeze raportul și că nici măcar nu l-a început încă. Ce ați face ca manager în această situație?

Profilul 2: Lisa

Scenariul 2: Lisa este o lucrătoare excelentă. Când e pusă pe treabă, e pusă pe treabă. Dar când nu este, poate fi iritabilă, capricioasă și dificil de lucrat cu ea. Acest comportament dificil obișnuia să fie foarte rar, iar munca ei excelentă compensa acest lucru. Dar, în ultima vreme, munca ei s-a deteriorat, iar comportamentul ei a devenit din ce în ce mai dificil de acceptat. Abilitățile ei interpersonale și performanța trebuie să se îmbunătățească. Ce ați face ca manager în această situație?

Referință:https://uxplanet.org/reality-check-first-usability-test-with-real-users-cd2410860ca?gi=3609a9c40cf3

Profilul 3: Mihai



Scenariul 3: Mihai este un angajat cu vechime în muncă, fără probleme de performanță în trecut. În ultima lună, a lipsit frecvent de la serviciu, la întâmplare și anunțând foarte târziu. Simțiți că se întâmplă ceva. Nu doriți să fiți nevoit să modificați relația cu el, dar atitudinea lui trebuie să se schimbe. Ce ați face ca manager în această situație?

Referință: [Employee Experience Journey Map: Exemplu + șablon]

[EXEMPLE DE SCENARII ȘI FIȘA DE SFATURI PENTRU MANAGER]

Profilul 4: Doug

Scenariul 4: Doug este un angajat cu o vechime îndelungată, cu probleme de performanță intermitente de-a lungul carierei sale. În ultimele șase luni, nu a respectat termenele limită ale proiectelor, iar lucrările pe care le-a prezentat au fost pline de greșeli. Când ați abordat această problemă cu el în trecut, a devenit foarte defensiv. Doug lucrează de acasă, cu mențiunea că poate fi contactat oricând în timpul programului de lucru. Săptămâna trecută a fost de negăsit pentru o perioadă de 6 ore. Recent, el a împărtășit faptul că el crede că performanțele sale slabe se datorează consumului crescut de alcool. Performanțele sale sunt inacceptabile. Ce ați face în această situație, în calitate de manager?

Profilul 5: Jim

Scenariul 5: Sunteți îngrijorată pentru Jim. De obicei este atât de vesel dar în ultima vreme a fost foarte tăcut și retras. Nu participă la ședințe și nici nu-și împărtășește ideile cu echipa. Aveți senzația că nu-i mai place slujba lui. Nu mai depune efort în munca sa așa cum făcea înainte. Ce ați face ca manager în această situație?

Profilul 6: Angela

Scenariul 6: Angela este o angajată cu vechime, fără probleme de performanță în trecut. În ultimele câteva luni a început să vină la lucru cu întârziere, ceea ce nu-i stă în fire. Aveți impresia că se întâmplă ceva. Nu doriți să aveți o discuție dificilă

cu ea, dar întârzierile ei trebuie să înceteze. Ce ați face ca manager în această situație?

Profilul 7: Kerry

Scenariul 7: Într-o zi, ați venit la birou și ați auzit-o pe Kerry bârfind despre dumneavoastră cu colega ei de serviciu. Ați ales să ignorați acel moment și să vă prefaceți că nu ați auzit ce a spus. Cu toate acestea, nu este prima dată când o auziți pe Kerry vorbind despre dumneavoastră. Ce ați face ca manager în această situație?

Referință: SCENARII DE EXEMPLU și FIȘĂ DE TIP MANAGER

TIPOLOGII DE MANAGER

Profilul 1: Jennifer

Profilul 2: Jo

Profilul 3: David

Referință: SCENARII DE EXEMPLU și FIȘĂ DE TIP MANAGER

Referință: Managementul schimbării într-o lume post-COVID

De scris în jurnal (20 de minute)

Participantele vor fi rugate să folosească acest timp pentru a scrie despre experiența lor în jurnal. Acestea vor trebui să noteze un lucru nou pe care l-au învățat în timpul atelierului despre stilul lor de leadership, un lucru pe care ar dori să-l îmbunătățească și trei moduri în care pot pune în practică ceea ce ar dori să îmbunătățească în timpul restului programului de formare. În continuare, vor trebui să împărtășească grupului, în funcție de disponibilitate, reflecțiile lor din jurnal, precum și eventualele întrebări fără răspuns pe care le-au avut în timpul atelierului.

Închiderea zilei (15 minute)

La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De

	asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să insereze orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	5 Scenarii de management al performanței: - Navigarea în întâlnirile de zi cu zi pentru rezultate mai bune Cum să te impui ca lider - 9 tactici de leadership Un mare leadership începe cu auto-lideratul | Lars Sudmann | TEDxUCLouvain

Modulul 8: Leadership și stiluri de comunicare

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - le permite participantelor să-și cunoască tipul de personalitate, care este esențial pentru înțelegerea modului în care acționează, atât în viața personală cât și în context profesional - le permite participantelor să cunoască și să înțeleagă stilurile de comunicare pe baza a patru tipologii: CONTROLORI, ANALITICI, SUSȚINĂTORI, PROMOTORI - le ajută să înțeleagă modul în care stilul de comunicare și încrederea sunt relevante pentru grup, în ciuda părerilor și preconcepțiilor noastre
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Lucrul în echipă, comunicare, colaborare, flexibilitate, luarea deciziilor
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii etc.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**16 tipuri de personalitati (30mins)** Participantele sunt rugate să-și aducă computerele/smartphone-urile, deoarece prima parte a acestui exercițiu constă într-un test individual. Toate participantele accesează acest site: https://www.16personalities.com/ro Sunt alocate 20 de minute pentru a completa testul online, apoi participantele sunt împărțite în grupuri și își prezintă tipul de personalitate care a reieșit din testul completat. Acest exercitiu este extrem de util pentru intelegerea tipurilor

de personalitati si reprezinta o introducere pentru stilurile de comunicare care urmeaza.

Stiluri de comunicare (1 oră)

Facilitatorii tipăresc paginile de mai jos pentru fiecare participantă, care trebuie să aleagă din fiecare rând unul din cele 2 cuvinte aflate pe părțile opuse ale paginii.

STILURI DE COMUNICARE (AXA Y)

aleator	urmează regulile
cald	rece
spontan	calculat
haotic	organizat
vocal	reținut
orientat spre relații	orientat spre sarcini
apropiat	distant
relaxat	auto-control
nestructurat	structurat
flexibil	rigid
non-formal	formal
emoțional	rațional
disponibil	închis
nefocusat	concentrat
împrăștiat	disciplinat
nonconformist	convențional

STILURI DE COMUNICARE (AXA X)

preia conducerea	urmează deciziile
mereu gata să …	ezitant
contestă	acceptă
arogant	timid
extrovertit	introvertit
gălăgios	tăcut
inițiator	receptor
lider	adept
direct	retras
vorbăreț	ascultător
cu opinii ferme	își pune intrebări
deschis	ascuns
contrazice	este de acord
înfruntă	evită
expansiv	se închide
actionează	se retrage

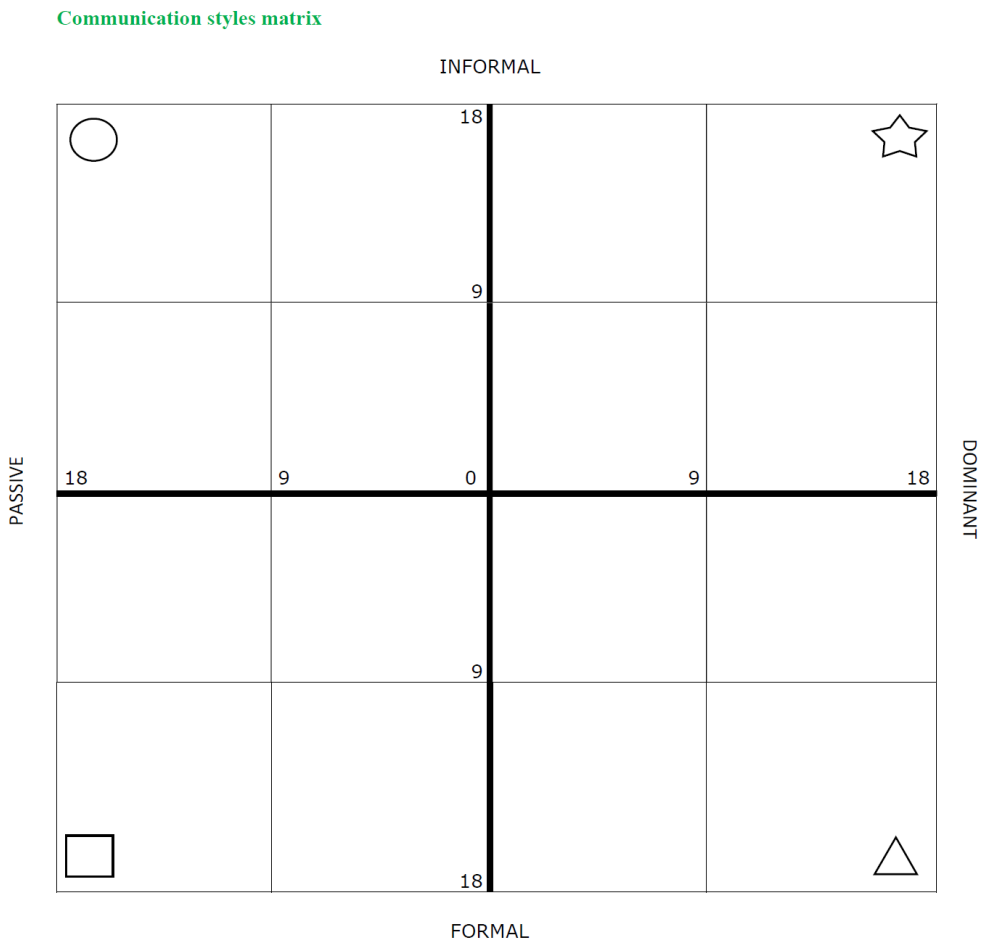
Când termină testul, facilitatorii le cer participantelor să scrie un cuvânt deasupra fiecărei coloane.

STANGA AXA Y - vom scrie informal
DREAPTA AXA Y - vom scrie formal
STANGA AXA X – vom scrie dominant
DREAPTA AXA X - vom scrie pasiv

Facilitatorii le cer apoi participantelor să numere răspunsurile din fiecare coloană.

De exemplu: 9 informale, 7 formale, 10 dominante, 6 pasive.

Apoi participantele marchează pe matricea de mai jos răspunsurile lor și desenează un pătrat.



Punctul cel mai îndepărtat de zero este stilul lor de comunicare.

DOMINANT INFORMAL = promotori
PASIV INFORMAL = suporteri
DOMINANT FORMAL = controlori
PASIV FORMAL = analitici

Facilitatorii fac o scurtă introducere în fiecare stil de comunicare, fără a intra în detalii, apoi formează 4 grupuri (câte un stil fiecare grup) și le cere participantelor să-și descrie grupul oferind câteva întrebări de suport, de exemplu:

1. Care sunt avantajele și dezavantajele tale?
2. Cum îți place să comunici cu oamenii?
3. Cât de apropiat îți place să fii de oameni?
4. Lista cu ce să faci și ce să nu faci când comunici?
5. Cum ar trebui interlocutorul să-ți transmită un mesaj?

	6. Cum lucrezi de obicei? 7. Melodia care te definește La final, participantele își prezintă grupul iar facilitatorii oferă un scurt rezumat și lasă loc pentru scurte discuții.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	Effective communication skills for business and personal success - Four Styles of Communication (maximumadvantage.com)

Modulul 9: Leadership și antreprenoriat

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - oferirea de instrumente și informații antreprenoriale participantelor (demararea unei afaceri, crearea unui plan de afaceri, identificarea oportunităților de finanțare și navigarea prin prevederile legale) - asigurarea accesului participantelor la întâlniri cu lideri și antreprenori, precum și la oportunități de mentorat și de practică
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Lucrul în echipă, comunicare, colaborare, flexibilitate, luarea deciziilor, analiza datelor.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, șabloane, site-uri web și informații despre sistemul fiscal național, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii etc.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. Atunci când introduc modulul, facilitatorii pot sublinia, de asemenea, faptul că întreprinderile de succes au o înțelegere profundă a caracteristicilor și soluțiilor antreprenoriale cheie, bazate pe competențe. Acest modul va oferi participantelor cunoștințele necesare pentru a reuși și a profita de oportunitățile antreprenoriale, precum și contextul adecvat pentru a face o evaluare cu privire la o idee de afaceri.

	Două fețe ale unei monede (10 minute) Facilitatorii împart participantele în perechi și cer fiecărei persoane să împărtășească o experiență negativă recentă. Partenera lor va asculta și o va ajuta să identifice un aspect potențial pozitiv al respectivei experiențe. Ulterior, facilitatorii le cer partenerelor să schimbe locurile și să repete exercițiul. În acest fel, participantele vor avea ocazia să învețe câte ceva unele despre celelalte și vor începe sesiunea cu o mentalitate optimistă și de rezolvare a problemelor. **Exemplu:** Ieri am făcut pană de cauciuc și niciunul dintre prietenii apropiați sau din familie nu a răspuns la telefon pentru a veni să mă ajute. A trebuit să mă bazez pe un vechi prieten care locuiește în apropiere pentru a mă ajuta să schimb roata. O întorsătură pozitivă aici este că ai reușit să te conectezi cu un vechi prieten și ai învățat cum să schimbi o roată. **Cum se creează un plan de afaceri (90 de minute)** Facilitatorii vor începe sesiunea cu o prezentare PPT. De asemenea, aceștia vor introduce sesiunea, menționând că le vor ajuta pe participante să învețe elementele de bază ale planificării unei afaceri. Această etapă a proiectului este foarte importantă, deoarece le învață pe participante conceptele de care au nevoie pentru a evalua corect o nouă idee de afaceri. Printre subiectele abordate se numără planul de afaceri, strategiile de marketing, gestionarea resurselor umane, poziționarea față de concurență. În continuare, facilitatorii le vor acorda participantelor 5 minute pentru a-și scrie pe scurt ideile de afaceri. În acest moment, ideea nu trebuie să fie foarte elaborată, dar este important să reflecte ceva care le pasionează și să rezolve o nevoie care există. După ce toată lumea a terminat, facilitatorii le invită pe participante să își prezinte ideile. În această etapă, fiecare participantă care își prezintă ideea poate primi trei intervenții cu privire la ideea sa (un comentariu, o întrebare, o sugestie etc.), astfel încât să aibă o primă rundă de feedback care să îi sprijine munca în continuare. După ce această parte a activității este finalizată și fiecare a avut șansa de a-și prezenta ideea, facilitatorii distribuie modelul de plan de afaceri fiecărei participante și le cere să îl completeze pornind de la ideea lor inițială de afaceri. Acestea vor avea la dispoziție 20 de minute pentru această activitate; după acest timp, fiecare participantă își prezintă planul de afaceri completat și primește un feedback mai aprofundat și îndrumări atât din partea facilitatorului, cât și din partea celorlalte participante.

Model Plan de afaceri				
Descriere			**Fluxuri de venituri**	
Informatii legate de modelul vostru de afacere			**Obiectivele propuse și modul în care le măsurați**	
Cine sunt clienții	**Provocările clienților**	**Soluția noastră**	**Valoarea noastră**	**Prețurile noastre**
Caracteristicile grupului vostru țintă de clienți	**Problemele clienților voștri**	**Modul principal în care rezolvați provocările/problemele clienților voștri**	**Elementele de bază ale soluției voastre care o fac unică**	**Cum vă prezentați soluția și cât va costa aceasta**
Mesajele noastre			**Intrarea pe Piață**	
Un mesaj clar și convingător care explică de ce merită să fie cumpărată soluția voastră			**Canalele utilizate pentru a vinde către clienții voștri**	
Investiția necesară			**Oportunitate de creștere**	
Costurile necesare pentru ca soluția să fie de succes			**Modalități prin care vă veți dezvolta afacerea**	

Referință: Free startup business plan templates

Pauză - 20 de minute

Transformarea ideii dumneavoastră în realitate: înregistrarea afacerii dumneavoastră și sistemul fiscal național (90 de minute)

În cadrul acestei sesiuni, facilitatorii vor începe prin a utiliza o prezentare PPT din care participantele vor afla regulile și reglementările privind demararea afacerii în țara lor de origine. Ele vor primi informații legate de etapele înregistrării afacerii. De asemenea, participantele vor dobândi cunoștințe despre sistemul fiscal din țara lor și despre modul în care funcționează sistemul în cazul diferitelor tipuri de

	întreprinderi. Dacă este posibil, vă rugăm să invitați manageri de întreprinderi la această sesiune, astfel încât participantele să poată învăța de la persoane-resursă care au experimentat efectiv înființarea și dezvoltarea unei întreprinderi și care ar putea oferi răspunsuri practice și inspirație participantelor. După prezentarea informațiilor, aspectul practic al sesiunii va consta într-o simulare a calculării impozitului. Facilitatorii scriu sarcina pe o foaie albă și le dau participantelor 15 minute pentru a calcula taxele, impozitele și profitul din afacere în conformitate cu informațiile concepute pentru simulare. După ce toată lumea a terminat, fiecare participantă își prezintă rezultatele pe tablă. La final, facilitatorii explică în detaliu modul de calcul al acestora și răspund la întrebările participantelor. **Închiderea zilei (15 minute)** La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	Cum să scrieți un plan de afaceri - Antreprenoriat 101 Cum să scrieți un plan de afaceri pentru a vă începe propria afacere Cum să scrii un plan de afaceri în 2021 care să producă rezultate

Modulul 10: Folosirea comunicării publice și a rețelelor pentru a vă promova afacerea

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - furnizarea de competențe de bază participantelor pentru a-și înțelege publicul și a-și alege conținutul comunicării atunci când se află într-o poziție de leadership și/sau de antreprenoriat - oferirea de informații și posibilități de practică privind elementele esențiale ale structurării prezentărilor și ale conectării cu un public

	- dezvoltarea de oportunități pentru participante de a crea rețele și de a comunica în sprijinul ideii lor de afaceri
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Lucrul în echipă, comunicare, colaborare, flexibilitate, luarea deciziilor, empatie, vorbire în public, sinteză, analiză de date.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, profiluri predefinite, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii etc.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugați să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. **Improfun! (20 de minute)** Facilitatorul împarte participantele în echipe mai mici (ideal ar fi 4 echipe). Fiecare echipă are sarcina de a găsi propriul joc pentru a sparge gheața și apoi de a prezenta ideea grupului. După ce a asistat la toate pitch-urile, fiecare participantă va vota cel mai bun joc înainte de a-l juca (participantele nu pot vota pentru jocul propus de propria lor echipă). Jocul care primește majoritatea voturilor va fi ales, iar regulile acestuia vor fi explicate tuturor. Facilitatorul începe apoi jocul împreună cu participantele. **Elevator pitch – Discursul din lift (90 de minute)** În cadrul acestei sesiuni, facilitatorul realizează mai întâi o prezentare PPT. Elevator pitch este un instrument important pentru a transmite un mesaj eficient despre un produs. Participantele, în calitate de viitori proprietari de afaceri, vor auzi adesea întrebarea "spune-mi despre produsul tău" sau vor trebui să își prezinte afacerea în fața investitorilor și a clienților. Un bun elevator pitch este o modalitate eficientă de a-și demonstra aptitudinile profesionale, punctele forte și competențele. În cadrul acestei sesiuni, ele vor învăța cum să scrie și să prezinte mesaje eficiente pentru ideile lor de afaceri. De asemenea, vor primi sfaturi despre cum să își prezinte eficient ideea prin utilizarea tehnicilor de prezentare și prin realizarea conexiunii cu lecțiile învățate în timpul modulelor de public speaking. După ce le oferă participantelor o introducere privind tehnica "elevator pitch", facilitatorii le cer participantelor să convingă o anumită persoană de interes că au o idee bună de afaceri care va fi benefică pentru ea. Profilurile pe care participantele le pot alege ar putea fi, de exemplu:

	• Președinte/Președintă/Șef birou executiv/Șefă birou executiv • Director/Directoare de marketing • Manager/ă IT • Director general/Directoare generală • Director/Directoare de resurse umane În funcție de ideea de afaceri, participantele pot alege orice profil. Toate participantele își vor scrie apoi un "elevator pitch" de 30 de secunde pentru a convinge persoana care și-au imaginat că ar fi benefică pentru promovarea afacerii lor. Este foarte util ca profilul să fie cât mai concret posibil. După ce toată lumea a terminat de scris propriul elevator pitch, facilitatorul le cere să își prezinte pitch-ul de 30 de secunde în fața unui juriu. Juriul va fi invitat de către echipa de proiect și va fi format din persoane care lucrează în domeniul afacerilor sau care au legături cu lumea afacerilor. De asemenea, ar putea fi persoane care lucrează în instituții publice, dar și în organizații neguvernamentale care activează în domeniul social etc. Juriul poate, de asemenea, să pună întrebări pentru clarificări. Aceștia vor oferi feedback tuturor participantelor și sugestii pentru a-și îmbunătăți discursul. Toate participantele vor primi, de asemenea, un scurt feedback din partea facilitatorilor și a celorlalte participante. **Pauză - 20 de minute** **Întâlnire de lucru în rețea (120 min.)** În continuare, facilitatorii prezintă cel puțin două invitate vorbitoare importante. Vorbitoarele invitate vor fi femei de afaceri de succes care vor dori să împărtășească experiențele lor cu participantele. Acestea vor vorbi despre cum le-au venit ideile de afaceri, despre provocările, abilitățile, obstacolele și lecțiile învățate în timpul călătoriei lor antreprenoriale. Întâlnirea va fi o ocazie excelentă pentru participante de a învăța din experiențele lor și de a-și construi contacte. Fiecare vorbitoare invitată va avea la dispoziție 20 de minute pentru a vorbi despre activitatea sa, după care participantele vor putea pune întrebări. După ce această parte a sesiunii se va încheia, participantele vor avea la dispoziție încă o oră pentru a socializa cu invitatele și cu echipa de proiect și pentru a crea legături, exersându-și abilitățile de relaționare. **Închiderea zilei (15 minute)** La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare	Cum să-ți creezi 30 secunde de Elevator Pitch! | The Intern Queen

pentru a extinde învățarea pe această temă	Elevator Pitch Exemplu - Cum să creați un elevator pitch personal Elevator Pitch-ul perfect - Cele mai bune exemple și șabloane

Modulul 11: Utilizarea brandingului personal în leadership

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - dezvoltarea abilităților de care participantele au nevoie pentru a-și dezvolta propriul branding personal prin intermediul rețelelor sociale - să ofere participantelor informații și înțelegere a ceea ce este brandingul personal și a modului în care acesta poate contribui la dezvoltarea unui lider
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Lucrul în echipă, comunicarea, colaborarea, flexibilitatea, luarea deciziilor, analiza datelor, auto-reflecția.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie flipchart, prezentări, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii, program Mentimeter
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. În introducerea modulului, facilitatorii pot sublinia faptul că aceasta va fi o călătorie în care participantele vor învăța cum să se prezinte pe ele însele și cum să își reproiecteze imaginea în lumea relațiilor personale și profesionale. Vor învăța să se considere pe ele însele ca pe un "brand", capabil să transmită conținut, emoții și valori, să ajungă la un public țintă specific prin abordări și comportamente pe deplin conștiente și eficiente. Toate acestea în timp ce își protejează și promovează propria identitate în cadrul unei rețele complexe de relații - atât reale, cât și virtuale. Dezvoltarea unui brand personal este esențială pentru avansarea în carieră și pentru dezvoltarea ca lider. Datorită competențelor de leadership deja dobândite, participantele vor putea să-și definească brandul personal, gândindu-se la modul în care îi pot servi cel mai bine pe ceilalți cu talentele și abilitățile lor unice. Pentru un lider este mult mai ușor să își comunice brandul personal. În acest context,

	participantele vor învăța cum să comunice eficient și cu claritate și vor putea înțelege straturile interconectate care definesc brandul. Prin utilizarea rețelelor de socializare, participantele vor putea să se conecteze cu alte persoane și să continue să dezvolte abilitățile importante de relaționare deja exersate în modulul anterior. **Găsește-mi marca! (20 de minute)** Facilitatorii vor fi pregătiți să utilizeze programul Mentimeter și să se familiarizeze cu acesta. La începutul modulului, aceștia vor cere tuturor să introducă în Mentimeter, în mod anonim, trei mărci pe care știu că le "iubesc un pic mai mult decât este logic". Apoi, facilitatorii vor afișa pe ecran propunerile, iar grupul de participante va trebui să ghicească cine este cine doar din cele trei mărci selectate. În acest fel, participantele vor afla și mai multe despre celelalte și, de asemenea, fiecare va avea ocazia să împărtășească ceva despre ea însăși. **Introducere în brandingul personal (30 de minute)** Facilitatorii încep sesiunea prin a oferi o scurtă introducere teoretică legată de brandingul personal, adaptată grupului de participante. Brandingul personal înseamnă gestionarea strategică a imaginii profesionale: cum te percep ceilalți oameni și de ce te vor alege pe tine în locul altcuiva. Prin utilizarea brandingului personal, tu, ca profesionist, îți poți consolida poziționarea, te poți diferenția de ceilalți și te poți face mai ușor de recunoscut și mai memorabil. Scopul este de a te face un nume în industria sau compania ta și de a-ți comunica eficient valoarea. Este important să stabilești o strategie pentru a-ți identifica sau a-ți defini punctele forte, ceea ce te face unic și diferit față de concurenți și să comunici în mod eficient ceea ce poți face, cum o poți face, ce beneficii aduci și de ce ar trebui să te aleagă alții. Provocarea este de a influența în avans persoanele care contează cel mai mult pentru tine, cum ar fi clienții, angajatorii, colegii sau managerii. Datorită brandingului personal poți învăța cum să îți gestionezi într-un mod strategic imaginea profesională și cum să îți descrii cât mai bine parcursul profesional. Astăzi, imaginea noastră este din ce în ce mai puțin sub controlul nostru și este definită în permanență de "publicul" nostru, mai exact de clienți, de cei care contează în sectorul nostru specific, de parteneri și colaboratori, de toți cei care discută despre noi, în special online. Cu siguranță, este din ce în ce mai important să fim online și să participăm activ la acest proces. De aceea spunem că Internetul și în special Social Media pot fi considerate astăzi cel mai rău și cel mai bun loc pentru Personal Branding.

Astăzi se poate spune că un brand personal nu există fără abilitatea de a genera influență și, în consecință, rețelele sociale ne obligă să oferim un branding personal care trebuie să fie transparent, de încredere și capabil să adune o comunitate.

Se pornește de la personalitatea și unicitatea fiecăruia, de la punctele forte ale fiecăruia, pentru a construi o relație durabilă și bidirecțională cu publicul, capabilă să consolideze și chiar, de multe ori, să îmbunătățească brandul și să atragă noi oportunități.

Facilitatorii pot să adreseze participantelor următoarele întrebări:

- Ce exemple de branding personal vă vin în minte acum, după ce am discutat despre acest concept și importanța lui?
- De ce este important brandingul personal?
- Cum poate brandingul personal să ne îmbunătățească abilitățile de leadership?
- Care sunt canalele pe care trebuie să le folosiți pentru brandingul personal?

Începeți propriul branding personal (90 de minute)

După o scurtă discuție, facilitatorii vor da grupului sarcina de a începe individual propriul branding personal, ținând cont de toate lecțiile învățate până acum în timpul proiectului. Aceștia vor sublinia faptul că primul pas pentru a începe un parcurs de branding personal este să vă cunoașteți pe voi înșivă. Scopul oricărei operațiuni de branding personal este, de fapt, acela de a reuși să impresioneze cu o imagine de sine bine conturată în mintea persoanelor și a organizațiilor. Ca și în cazul unei companii sau al unui produs, poziționarea în mintea unui consumator sau a unei părți interesate presupune să se ia în considerare nu numai valorile personale, ci să se facă referire și la sistemele și percepția pe care aceiași consumatori sau părți interesate le au deja. Atunci când cele două structuri - cea pe care încercați să o transmiteți despre dvs. și cea pe care o au ceilalți - se suprapun, atunci brandingul personal poate fi considerat un succes.

Pentru a parcurge acești doi pași, participantele vor trebui să facă:

a) **Pre-evaluarea propriei persoane.** Fiecare participantă va primi următorul chestionar tipărit, pe care va trebui să îl completeze reflectând la fiecare întrebare. Pentru a răspunde la întrebări, vor trebui să își folosească cunoștințele, bazate pe experiențele anterioare proiectului, dar și pe lecțiile învățate în timpul atelierelor de lucru din cadrul proiectului.

1. Ce poziție profesională doresc să obțin?

Pune-o pe hârtie! Scrie rolul pe care vrei să îl atingi prin dezvoltarea ta profesională.

2. Care sunt punctele mele forte, din punct de vedere personal?

	Scrie și motivează trei caracteristici importante și pozitive. 3. Care sunt punctele mele slabe, din punct de vedere personal? Scrie și motivează trei caracteristici pe care dorești să le îmbunătățești. 4. Care sunt punctele mele forte profesionale? Scrie și motivează trei caracteristici care îți caracterizează competențele profesionale. 5. Care sunt punctele mele slabe profesionale? Scrie și motivezătrei abilități profesionale pe care dorești să le îmbunătățești. 6. Cine este modelul meu? Identifică doi-trei profesioniști din sectorul tău profesional pe care îi consideri un model, subliniind calitățile care îi fac unici. 7. Care sunt greșelile pe care nu le vei repeta? Evidențiază cele trei greșeli principale pe care le-ai făcut în ultima perioadă, explicând unde și cum ai greșit. 8. Care a fost cel mai mare succes recent al tău? Gândește-te cu atenție la ceea ce ai făcut în ultimii doi sau trei ani de muncă și subliniază cel mai bun rezultat al tău: pune-l pe hârtie! scrie de ce a fost un succes, cum l-ai obținut și cine te-a ajutat. 9. Cu cine pot face echipă? Gândește-te la oamenii cu care lucrezi sau cu care ți-ar plăcea să lucrezi și alege trei persoane apropiate cu care ai vrea să construiești un drum împreună. Enumeră unul până la trei motive pentru fiecare alegere. 10. Cine vreau să fiu mâine? Scrie cine vrei să fii, din punct de vedere profesional. Acest exercițiu poate fi dificil, începe să te gândești la cine vrei să fii peste un an, apoi peste 3, apoi peste 10. Facilitatorii se vor asigura că toți participantele au timpul necesar pentru a scrie acest exercițiu individual. După ce timpul s-a terminat, rugați fiecare participantă să sublinieze și cuvintele pe care le-a scris cel mai mult și pe cele care o reprezintă cel mai mult. b) **Evaluarea publicului lor (parteneri, consumatori, părți interesate etc.).** Fiecare participantă va trebui, de asemenea, să întocmească o listă cu valorile, experiențele, interesele, ambițiile și tipul de mediu care caracterizează publicul ei țintă. Publicul ei țintă înseamnă companii, parteneri, consumatori, părți interesate la care dorește să ajungă și cu care

dorește să interacționeze în procesul de dezvoltare a brandingului personal sau a afacerii lor.

O astfel de evaluare este o modalitate foarte utilă de a înțelege cum și ce au nevoie participantele să comunice cel mai bine prin intermediul brandingului personal. Pentru a finaliza acest exercițiu, participantele vor folosi o diagramă Venn, cu două cercuri: în cercul din stânga fiecare participantă va scrie caracteristicile publicului său, iar în cercul din dreapta își va scrie propriile caracteristici. Va fi apoi ușor de recunoscut ce elemente au în comun, în diagrama din mijloc. Participantele ar trebui să înceapă prin a răspunde cu câteva cuvinte cheie la fiecare dintre aceste elemente care descriu publicul lor, apoi să continue să răspundă la fiecare dintre aceste elemente atunci când se descriu pe ele înșele.

Valorile (care ajută la stabilirea sensului, scopului și a direcției – te rog să răspunzi atât pentru brandul tău personal, cât și pentru publicul țintă)

Experiențe (istoricul publicului tău, etapele propriei cariere)

Interese sau pasiuni (lucruri care te motivează și care determină modul în care vrei să-ți petreci timpul, domenii în care publicul tău țintă este puternic implicat)

Ambiție (planificare strategică pentru viitor, unde vrei să ajungi tu și publicul țintă în viitor)

Mediul (mediile în care trăiți, atât pentru tine cât și pentru publicul țintă)

Un model de diagramă Venn

Pauză - 20 de minute

Împărtășiți și discutați diagrama Venn (30 de minute).

Facilitatorii le vor cere participantelor să își afișeze diagramele Venn și să ofere feedback, apoi solicită feedback și idei noi de la colege. La final, oferă și facilitatorii feed-back.

Închiderea zilei (15 minute)

La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De

	asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	https://www.forbes.com/sites/goldiechan/2018/11/08/10-golden-rules-personal-branding/?sh=454d339c58a7 https://www.forbes.com/sites/williamarruda/2021/04/04/why-personal-branding-is-more-important-for-women-right-now/?sh=79de42fa61b0 https://www.business2community.com/branding/personal-branding-strategies-for-women-in-business-02418661 https://hbr.org/2018/03/how-women-can-develop-and-promote-their-personal-brand

Modulul 12: Branding personal prin LinkedIn

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - furnizarea de contexte de învățare a participantelor pentru a învăța cum să practice brandingul personal - punerea la dispoziția participantelor a unor instrumente de branding personal, cum ar fi rețelele sociale și profesionale, în special LinkedIn
Abilități specifice /cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Comunicare, flexibilitate, luarea deciziilor, analiza datelor, abilități de redactare, lucru în echipă, oferirea și integrarea feedback-ului.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie flipchart, prezentări, handouts, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. **Cea mai mare realizare! (10 minute)**

Facilitatorii vor împărți participantele în grupuri mici (de la 2 la 4) și le vor ruga să discute despre succesele lor la locul de muncă, fie că este vorba de cea mai mare realizare a lor sau de un eveniment mai mic de care sunt mândre, de exemplu o contract important pe care l-au obținut sau un conflict la birou pe care l-au mediat eficient.

După ce grupurile au făcut schimb de realizări, participantele pot oferi feedback grupului mai larg cu privire la ceea ce le-a impresionat sau la ceea ce își propun să facă în viitor.

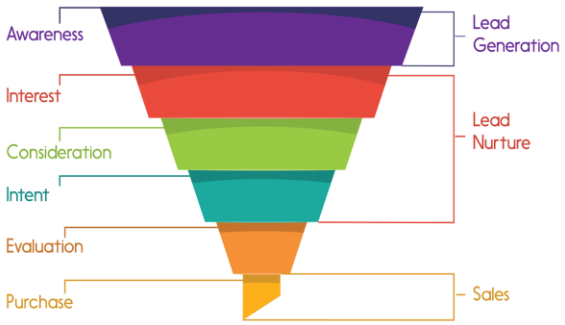
Grupurile pot apoi să încerce să găsească teme comune între ceea ce au găsit inspirator, pentru a crea un grup de persoane mai coerent și mai conectat.

Introducere în brandingul personal prin intermediul LinkedIn (60 de minute)

Scopul oricărei operațiuni de branding personal este, de fapt, să reușești să impresionezi persoane și organizații cu o imagine de sine bine conturată. Ca și în cazul unei companii sau al unui produs, poziționarea în mintea unui consumator sau a unei părți interesate presupune să se ia în considerare nu doar valorile personale, ci să se facă referire și la sistemele și percepția pe care aceiași consumatori sau părți interesate le au deja. Atunci când cele două structuri - cea pe care încercați să o transmiteți despre dvs. și cea pe care o au ceilalți - se suprapun, atunci brandingul personal poate fi considerat un succes.

Facilitatorii vor începe o discuție cu participantele, încercând să identifice cea mai bună rețea socială în care să se facă cunoscute. Va avea loc un brainstorming și, după ce toate opiniile vor fi exprimate, facilitatorii vor prezenta LinkedIn ca fiind un canal important pentru viața profesională.

- **Pasul 1: Pâlnia de marketing**



a) Conștientizarea - cum să creăm atenție

Profilul de LinkedIn trebuie să fie întreținut, activ și capabil să reflecte profesia și competențele tale. Acesta constă în:

- **URL**

  Dacă profilul de LinkedIn este setat ca fiind public, acesta va avea un link (URL) pe care îl poți utiliza pentru a-ți partaja profilul cu alte persoane. Este important să-ți personalizezi link-ul URL cu numele și prenumele tău, eliminând numerele create automat la înregistrare.

- **Fotografie**

  Fotografia de profil este un element cheie al prezenței tale pe LinkedIn. Cercetătorii au arătat că, prin simpla existență a unei fotografii, profilul tău are de 14 ori mai multe șanse de a fi vizualizat de alte persoane.

  Încercați acest instrument: https://www.snappr.com/photo-analyzer/

  Cum să-ți îmbunătățești fotografia de pe LinkedIn?

  Iată câteva sfaturi: Folosește un cod vestimentar adecvat pentru lucru; acordă atenție zâmbetului, ochilor și bărbiei; stabilește un fundal neutru, ia în considerare regula treimilor și zoom-ul; folosește aplicații pentru editare profesională.

- **Coperta (Cover)**

  În mod ideal, fotografia de cover trebuie să confere personalitate profilului. Ceva care vorbește despre cine ești ca persoană. Există o mulțime de profiluri - care folosesc fotografia de cover implicită de pe LinkedIn. Aceasta este o mare oportunitate ratată de a ieși în evidență față de ceilalți.

- **Titlul**

  Titlul reprezintă campania ta publicitară și este o ocazie excelentă de a te diferenția și de a spune ceva despre tine. Titlul de pe LinkedIn este una dintre cele mai vizibile secțiuni ale profilului tău de LinkedIn. Nu numai că se întinde în partea de sus a paginii de profil, dar te prezintă, de asemenea, în postările din newsfeed, în secțiunea "People You May Know" (Persoane pe care le cunoașteți) și în aplicațiile de angajare pe LinkedIn. Fie că este vizualizat de contactele tale de afaceri sau de un recrutor, titlul tău de pe LinkedIn este esențial pentru a face o impresie pozitivă și pentru a explica exact ce aduci pe masă.

- **Informații (rezumat)**

  Sloganul profilului tău evidențiază ceea ce faci, iar rezumatul prezintă cine ești, oferindu-le astfel posibilelor relații o perspectivă asupra personalității și realizărilor tale. Rezumatul de pe LinkedIn este șansa ta de a-ți ilustra propoziția ta unică de vânzare, arătând potențialilor angajatori ceea ce poți aduce și ceea ce te face să te deosebești de ceilalți.

- **Muncă, formare și voluntariat**

Ai grijă să nu amesteci competențele profesionale cu cele educaționale. Acestea trebuie să fie separate!

- **Competențe și confirmări**

  Competențele și confirmarea sunt importante pentru a le spune conexiunilor tale la ce te pricepi, dar sunt importante și pentru că algoritmul LinkedIn analizează interogările și filtrele din căutarea ta și le potrivește cu profilurile persoanelor care sunt cele mai apropiate de aceea ce ai căutat.

- **Referințe**

  Recomandările de pe LinkedIn contează, iar cea mai bună modalitate de a obține una este să oferi una.

b) Interesul - cum să creezi interes prin conectare

1. Conectează-te!
2. Prezintă-te cu ajutorul mesajelor. Nu-ti vinde brandul sau abilitățile din prima! Trebuie să intri mai întâi în legătură cu persoana respectivă și apoi puteți începe să vorbiți despre afaceri.
3. Cui trebuie să trimit cererea mea? Celor pe care îi cunosc la locul de muncă sau prin proiectele profesionale pe care le dezvolt; celor care îmi comentează/recomandă postările; celor cu care am ceva în comun, cum ar fi persoane care scriu conținut care mă interesează.

c) Dorința - cum o stimulezi

Implică-ți publicul țintă cu conținut interesant, interacționează cu el.

- Cine este publicul tău? Cine vrei să fie publicul tău?

  Este important să îți cunoști publicul țintă, deoarece oamenii vor urmări o reclamă sau vor consuma conținut cu care se pot identifica. Dacă îi interesează și dacă există o nevoie pentru produsul/aptitudinile respective, îl vor cumpăra.

Facilitatorii le vor cere participantelor să reflecteze la toți acești pași și să își compare profilul LinkedIn, dacă este disponibil, cu setul de sfaturi prezentat. De asemenea, facilitatorii vor identifica și vor prezenta exemple bune și proaste de profiluri publice de LinkedIn (datele personale nu trebuie dezvăluite).

Creează-ți supereroul! (40 de minute)

În etapa următoare, facilitatorii propun un exercițiu menit să le ajute pe participante să iasă din percepția lor obișnuită despre cine sunt. Datorită acestui exercițiu, participantele vor putea să gândească la scară largă, să se gândească la cine ar putea fi dacă nu ar fi limitate de sistemul lor de credințe, care este de multe ori influențat

sau moștenit de la familie, susținut de prieteni și de mediul în care trăiesc. Metafora supereroului ne permite să visăm la cel mai mare sine al nostru.

Există nouă pași pentru a-ți crea supereroul.

Ia un creion și culori!

- alege un nume pentru supererou (nu numele tău real);
- alege-ți misiunea: care este impactul pe care vrei să îl ai în viața ta (ex. să fii un model pozitiv și să deschizi calea);
- alege trei superputeri (ex. să știi ce gândesc oamenii);
- alege-ți competențele și capacitățile specifice;
- alege trei comportamente pe care ai dori ca oamenii să le recunoască la tine (de exemplu, să fiți creativ);
- alege-ți melodia tematică!

Acest exercițiu va ajuta fiecare participantă să își definească propunerea unică de valoare și să înțeleagă ce fel de profesionistă dorește să devină.

Care este propunerea de valoare unică?

O propunere unică de valoare (UVP) sau o propunere unică de vânzare (USP) este o declarație concisă și directă despre beneficiile pe care le oferi publicului tău. Este o explicație a ceea ce te face diferit.

Facilitatorii vor sublinia faptul că o prezență pe LinkedIn nu este suficientă pentru a genera interes pentru tine sau pentru munca ta. Trebuie să fie o parte activă a arsenalului tău de marketing pentru a vedea rezultate. Cum? Postează în mod regulat și împărtășește munca ta prin postări, articole, povestiri, videoclipuri, participând la diferite grupuri. Cheia este să interacționezi, să distribui postările altor persoane și să le comentezi pe cele care te interesează cel mai mult. De asemenea, să ai o abordare plăcută, umană!

După ce toți supereroii au fost creați, facilitatorii vor invita participantele să îi expună într-o expoziție, iar câteva minute vor fi dedicate participantelor care se vor plimba prin expoziție și vor lăsa mesaje de încurajare pe post-it-uri pentru fiecare dintre supereroi!

Pauză - 20 de minute

De scris în jurnal (20 de minute + 120 de minute temă)

Facilitatorii le vor invita în continuare pe participante, având în vedere toate informațiile primite în timpul atelierului, să ia câteva minute pentru a reflecta asupra celor mai importante informații pe care le-ar include în profilul lor de LinkedIn sau cum l-ar îmbunătăți, dacă există deja unul pe platformă. Acesta este, de asemenea, momentul în care participantele pot pune toate întrebările pe care încă le mai au și pot clarifica orice punct care este încă confuz. Pentru următoarea sesiune, sarcina lor offline va fi să petreacă cel puțin 120 de minute pentru a-și

	îmbunătăți sau crea profilul LinkedIn, folosind toți pașii și lecțiile învățate în timpul atelierului. **Închiderea zilei (15 minute)** La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	https://www.linkedin.com/learning/learning-linkedin-2021/create-a-great-profile?autoAdvance=true&autoSkip=false&autoplay=true&resume=true https://www.forbes.com/sites/robinryan/2021/01/19/17-linkedin-profile-writing-tips-to-make-you-standout/?sh=3f16c83526c8 https://www.cnbc.com/2019/09/25/example-template-of-perfect-linkedin-profile-according-to-harvard-career-experts.html

Modulul 13: Crearea planului de social media

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - oferirea de informații și competențe participantelor cu privire la utilizarea social media în promovarea afacerii și a brandingului personal - asigurarea, pentru participante, a oportunității de a dezvolta și de a primi feedback cu privire la planul lor de social media
Abilități specifice /cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Comunicare, flexibilitate, luarea deciziilor, analiza datelor, abilități de redactare, lucru în echipă, oferirea și integrarea feedback-ului.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie flipchart, prezentări, pliante, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii, Plan de Social Media dezvoltat pentru întâlnirile noastre sociale.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugați să introducă întrebări și recomandări.

Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul.

Alegeți-vă profilul preferat (30 minute)

Facilitatorii vor începe ziua cerându-le participantelor să reflecteze asupra rețelelor de socializare din care fac parte și să aleagă unul sau cel mult două profiluri Instagram/LinkedIn/Facebook care le plac cel mai mult; apoi, participantele sunt invitate să le descrie celorlalți, evidențiind punctele forte și punctele slabe și asigurându-se că subliniază modul în care interacționează cu aceste profiluri și de ce le urmăresc în mod constant. Acest exercițiu este foarte util pentru a identifica modul în care o pagină comunică eficient pentru un anumit public; facilitatorii se vor asigura că participantele notează pe o foaie de flipchart toate motivațiile pentru a urmări un anumit profil, astfel încât, la final, să existe o listă coerentă a factorilor de atracție.

Cum se creează un plan de social media (60 de minute)

Facilitatorii vor prezenta în continuare, tot pe baza discuțiilor anterioare, elementele de bază ale creării unui plan de social media, care să sprijine în promovarea brandingului personal și/sau corporativ. Principalele elemente pe care facilitatorii le vor include în prezentare sunt:

- Definirea publicului

  Atunci când scriem o postare, trebuie să luăm întotdeauna în considerare publicul căruia ne adresăm, adoptând tonul potrivit pentru a transmite mesajul în cel mai eficient mod.
  Limbajul din social media trebuie să fie inteligent și eficient. Publicul trebuie să fie captivat și nu plictisit. Singura modalitate de a stimula emoțiile cititorilor și utilizatorilor este de a folosi și de a exprima concepte simple și clare în modul în care publicul nostru comunică de obicei.

- Definirea cuvintelor cheie și a subiectului

  Amintește-ți ce caută clienții tăi ideali. Asigură-te că aceste cuvinte cheie se regăsesc în biografia și descrierea ta. Le poți folosi în mod natural, în propoziții, dar asigură-te că cele mai importante sunt în partea de sus a descrierii. Folosește cuvinte-cheie relevante cu care interacționează baza ta de clienți și folosește-le des.

- Definirea surselor

  Trebuie să identifici sursele care pot fi utile pentru brandul sau conținutul tău

- Definirea unui calendar

  Definește numărul de postări, zilele și ora de postare.

De exemplu: miercuri este ziua cu cea mai mare afluență pe rețelele de socializare, iar weekend-urile sunt în general dedicate informațiilor legate de petrecerea timpului liber, hobby-uri. Orele recomandate pentru postări (ora CET): h 8/9am - h 1/2pm - h 6/7pm. Este mai bine să postați în timpul orelor de dinainte de muncă, în pauza de prânz și după muncă.

Sfaturi și instrumente

- Instrumente de proiectare

Există mai multe instrumente online pentru crearea de vizualuri pentru social media, iar noi am ales să folosim CANVA (versiunea gratuită). Cu versiunea gratuită a Canva, puteți crea imagini bine concepute pentru toate canalele și formatele de social media.

- Instrumente de postare

Se pot folosi instrumente specifice pentru a programa postările. Vă puteți crea un profil pe HOOTSUITE. Aceste instrumente vă permit să programați periodic și să gestionați conținutul într-un mod ordonat și precis.

- Insights

Performanța postărilor și a conținutului utilizat în social media se realizează prin intermediul insight-urilor diferitelor canale de social media (Facebook, Instagram, LinkedIn). Aceste instrumente vă permit să cunoașteți evoluția strategiei de comunicare, să cunoașteți mai bine publicul (vârstă, sex, loc de proveniență) și să știți ce conținut este preferat de comunitate.

De asemenea, facilitatorii vor ilustra elementele prezentărilor cu exemple creative de planuri de social media și de modul în care acestea sunt vizibile în profilurile de social media. De asemenea, ei vor încerca să ofere exemple de trend setters, de medii în schimbare, precum și de eșecuri și greșeli.

Pauză - 20 de minute

Fă-ți propriul plan de social media! (60 de minute + 120 lucru acasă)
Facilitatorii le vor invita pe participante să înceapă să lucreze la planul lor de social media în grupuri mici, sprijinindu-se reciproc, pe baza unui model prestabilit pe care facilitatorii îl vor pune la dispoziție, însă cea mai consistentă activitate se va desfășura în afara sălii, individual. Fiecare participantă va mai aloca încă 120 de minute pentru a-și finaliza planul. Fiecare plan va fi prezentat și va primi feedback din partea facilitatorilor și a cel puțin unei alte participante din grup (facilitatorii vor alege cine oferă feedback cui, fie printr-o metodă de alegere aleatorie, fie folosind o justificare în spatele alegerii lor).

Închiderea zilei (15 minute)

	La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să insereze orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	https://sproutsocial.com/insights/social-media-marketing-strategy/

Modulul 14: Leadership și implicarea comunității

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - furnizarea de informații și competențe participantelor cu privire la modul în care pot evalua și înțelege nevoile comunităților lor - să ofere participantelor cunoștințe despre cum să conceapă și să dezvolte inițiative de bază pe teme specifice și să producă schimbări pozitive în comunitate
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Comunicare, flexibilitate, luarea deciziilor, analiza datelor, munca în echipă.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, documente, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii, ghem mare de sfoară.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. Facilitatorii vor face o scurtă prezentare a modulului, precum și a noilor subiecte abordate în cadrul acestuia. Unele dintre punctele pe care facilitatorii ar trebui să le sublinieze pentru a trezi interesul pentru subiecte sunt:

- Modulul va continua să aprofundeze și să dezvolte competențele de leadership. Leadership-ul unui proiect comunitar poate fi o provocare, însă veți dobândi abilități de leadership valoroase atunci când organizați alte persoane pentru a atinge un obiectiv comun. Fie că vă aflați într-o poziție de leadership sau conduceți un proiect, abilitățile de leadership vă cer să îi motivați pe ceilalți să îndeplinească o serie de sarcini, adesea conform unui program. Leadershipul nu este doar o singură abilitate, ci mai degrabă o combinație de mai multe abilități transversale diferite care se completează
- Modulul va pune la încercare capacitatea de planificare și organizare. Chiar dacă leadershipul se referă la capacitatea de a-i inspira pe alții, și abilitățile de planificare și organizare necesare pentru a realiza un proiect comunitar de succes sunt valoroase. Pentru a organiza un eveniment de amploare, va trebui să coordonați multe persoane, să prevedeți cu exactitate cheltuielile și să creați un calendar al activităților. Toate acestea sunt abilități importante care vă vor sprijini în viitor.
- La fel ca întregul program, acest modul va consolida abilitatea de a lucra cu alții, pentru că majoritatea proiectelor vor fi realizate în grup. Prin realizarea unui proiect, veți demonstra că aveți abilități deosebite de relaționare cu oamenii. Puteți recunoaște talentele diferitelor persoane și puteți înțelege cum să le folosiți cu un efect maxim.
- Pentru a rezolva problemele dificile ale comunității este nevoie atât de inițiativă, cât și de spirit inovator. Ai văzut o problemă și ai decis că tu vei fi cea care o va rezolva. Mai mult, nimeni altcineva nu ți-a spus cum să o faci. Acest lucru demonstrează gândire critică și abilități deosebite de rezolvare a problemelor.

Conectați-vă! (20 de minute)

Facilitatorii vor propune în continuare un joc pentru care e nevoie de un ghem mare de sfoară sau de lână. Aceștia le vor ruga pe toate participantele să se așeze sau să stea în picioare într-un cerc. Facilitatorul va da un exemplu despre cum ar putea fi jucat jocul și vor începe să vorbească despre ei înșiși: *Am x surori. Îmi place sportul, studiez xy. Îmi place pizza etc.* Dacă altcineva din grup se află în aceeași situație, va trebui să strige "CONEXIUNE!" Ținând capătul ghemului de sfoară, facilitatorul îi va arunca ghemul. Apoi, noua persoană care ține în mână ghemul de sfoară se va prezenta și va continua să spună ceva despre sine până când altcineva se conectează cu ea. Apoi ține sfoara și aruncă ghemul către acea persoană. Și așa mai departe. Este foarte important să vă asigurați că toată lumea încearcă să se conecteze cu cel puțin o altă persoană din grup și continuați până când toată lumea este conectată și s-a creat o pânză de păianjen. Jocul de spargere a gheții se încheie cu facilitatorii care explică faptul că toți avem lucruri în comun cu alte persoane, dar acestea sunt adesea ascunse. Participantele ar trebui să fie încurajate să se uite la toate modurile în care suntem interconectați unii cu alții, uitându-se la toate firele pânzei. Construirea de relații poate fi accelerată prin găsirea și împărtășirea asemănărilor.

	În cazul în care grupul lucrează online, facilitatorii pot adapta acest joc, păstrând același spirit. Toți participantele ar trebui să își închidă camerele video și le vor porni doar atunci când se conectează cu cea care vorbește. Dacă sunt mai multe participante care se conectează, cea care vorbește va alege cine urmează, Regulile rămân aceleași; toată lumea ar trebui să poată să se conecteze cu cel puțin o persoană în timpul jocului. **Introducere în evaluarea comunității și dezvoltarea de proiecte (30 minute)** Facilitatorii vor proceda la lansarea subiectului printr-o scurtă introducere. Un aspect important care trebuie menționat este faptul că toate comunitățile din care facem parte ne pot ajuta să fim cetățeni mai eficienți. Acestea joacă un rol important în bunăstarea noastră personală. Ele sunt sursa multor idei și soluții creative, în special la problemele care apar din cauza faptului că oamenii pot fi lipsiți de putere și de resurse. Comunitățile pot avea grijă sau pot dăuna mediului în care trăim. Comunitățile nu doar păstrează legături și tradiții vechi, ci se schimbă și se dezvoltă. Uneori, presiunile economice și sociale amenință să rupă legăturile dintre oameni. Dar oamenii se reunesc, în moduri noi, întreprind noi activități și creează comunități noi, mai diverse, eliberând noi energii și resurse. În lumea modernă, o persoană poate face parte din mai multe comunități diferite, în funcție de locul în care locuiește, de interesele sau cultura sa sau de persoanele cu care împărtășește aceleași dificultăți. În comunități se pot găsi puncte forte extraordinare dar acestea nu sunt valorificate în mod automat, mai ales atunci când dezavantajele economice ale schimbărilor sociale rapide îngreunează acest lucru. Ceea ce contează este ceea ce pot face comunitățile pentru ele însele dar, de obicei, trebuie să existe cineva, o persoană sau o organizație, care să ajute la demararea lucrurilor sau la care oamenii să se poată adresa pentru sfaturi sau sprijin, sau pentru a dobândi competențele necesare. Facilitatorii ar trebui să pună următoarele întrebări: - Care este sensul comunității? - Cum putem evalua nevoile comunităților noastre? - Ce înseamnă dezvoltarea de proiecte? Implicarea în crearea și gestionarea proiectelor comunitare poate fi o modalitate de a stimula abilitățile personale și profesionale, precum și o posibilă sursă de venit. Facilitatorii ar trebui să pregătească date relevante la nivel național cu privire la principalele probleme cu care se confruntă comunitățile în contextul lor specific, precum și să ofere exemple de proiecte care sunt semnificative și care reușesc să rezolve problemele comunității. **Cunoaște-ți comunitatea! (90 de minute)** În continuare, facilitatorii vor sublinia modul în care proiectele de succes sunt de fapt concepute pentru a îndeplini obiective specifice. Participantelor li se va prezenta următorul set de obiective și vor fi rugate să își imagineze că ar dori să schimbe ceva în comunitatea lor, prin intermediul unui proiect; care ar fi obiectivul lor?

- Implicarea în munca de ajutorare a celorlalți
- Exersarea abilităților de viață, cum ar fi organizarea, rezolvarea problemelor și luarea deciziilor
- Creșterea abilităților de comunicare
- Consolidarea și îmbunătățirea în continuare a competențelor și cunoștințelor
- Construirea abilităților de lucru în echipă, cooperare și diversitate
- Dezvoltarea încrederii în sine și a sentimentului de împuternicire care vine din a ajuta pe alții.
- Practicarea un comportament civic bun, făcând o diferență în comunitate.
- Dobândirea experienței în muncă
- Altele (vă rugăm să enumerați).

Odată identificate obiectivele, facilitatorii vor arăta participantelor un anumit mod de a privi realitățile și nevoile comunității, pentru a putea crea un diagnostic al comunității, care ar trebui să stea la baza oricărui proiect sau activitate menită să ajute comunitatea respectivă.

Află de ce este nevoie în comunitatea ta

Facilitatorii prezintă instrumentul de analiză SWOT și invită toate participantele să facă o listă cu punctele tari, punctele slabe, oportunitățile și amenințările proiectului lor. Aceasta poate fi o modalitate foarte utilă de a afla dacă proiectul pe care dorești să îl implementezi este realist sau de ce e nevoie pentru a-l îmbunătăți. Facilitatorii vor sublinia faptul că există mai multe modalități de a realiza această diagnoză a comunității și că o bună diagnoză implică comunicarea și contactul cu mai multe părți interesate, cu actori importanți și, de asemenea, cunoașterea istoriei comunității. Începe prin a te întreba care sunt lucrurile bune și cele mai puțin bune din cartierul/orașul/regiunea ta. Apoi, întreabă-ți prietenii și membrii familiei dacă există lucruri pe care le-au văzut și care necesită o soluție pentru a fi schimbate. Vorbește cu vecinii. Participă la forumurile de discuții ale comunității și discută cu ONG-urile din zonă.

Odată ce participantele au o idee despre problemele prezente în zona lor, ar trebui să se aloce timp pentru a le cerceta. Care este istoricul problemei? Este un lucru nou sau există de mult timp? Ce măsuri realiste pot fi luate pentru a o aborda? Ce au făcut, dacă au făcut ceva, alte grupuri în trecut pentru a rezolva problema?

De asemenea, este o idee bună să cercetați ce fel de evenimente au avut loc în trecut în comunitatea ta. Ce proiecte au avut succes? La ce fel de activități nu s-a

prezentat nimeni? Puteți face acest lucru discutând cu administrația locală a orașului sau cu ONG-urile locale care au organizat evenimente. De asemenea, este posibil să știți din experiența personală a evenimentelor la care ai participat. Care au fost cele mai atractive și care au rezonat cu comunitatea ta?

Pentru a-și începe activitatea, participantele vor fi rugate să completeze o analiză SWOT cu informațiile pe care le dețin deja. Acest lucru ar trebui să se facă în grupuri mai mici, astfel că facilitatorii vor împărți grupul mare în 3 sau 4 grupuri mai mici iar sarcina lor va fi de a completa și de a prezenta modelul SWOT.

Factori interni	
Puncte forte	**Puncte slabe**
Factori externi	
Oportunități	**Amenințări**

Pauză - 20 de minute

Prezentări de analize SWOT și feedback (60 de minute)
După ce munca de grup este finalizată și analiza SWOT este completată de fiecare dintre grupuri, acestea vor avea timp să își prezinte rezultatele și să ceară feedback din partea celorlalte grupuri și a facilitatorilor. În acest fel, vor avea o analiză SWOT mai completă și mai extinsă, care ar putea fi dezvoltată și mai mult prin evaluarea diferitelor puncte de vedere ale părților interesate, cunoașterea istoriei comunității etc.

Închiderea zilei (15 minute)

	La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din acest modul. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	Cum să efectuați o analiză SWOT (exemplu inclus) Capitolul 3. Evaluarea nevoilor și resurselor comunitare | Secțiunea 14. Analiza SWOT: Puncte tari, puncte slabe, oportunități și amenințări | Secțiunea principală | Cutia cu instrumente comunitare Ce este analiza SWOT? Instrument util pentru managerii de proiect

Modulul 15: Implicarea în comunitate și motivele personale

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - furnizarea de informații și competențe participantelor cu privire la modul în care pot evalua și înțelege nevoile comunităților lor - să ofere participantelor cunoștințe despre cum să conceapă și să dezvolte inițiative de bază pe teme specifice și să producă schimbări pozitive în comunitate
Abilități specifice /cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Comunicare, flexibilitate, luarea deciziilor, analiza datelor, munca în echipă.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, documente, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii, poster mare cu desenul unui copac.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde

întreprinse în cadrul modulului	anterior participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. **Copacul celor mulți (20 de minute)** Facilitatorii pregătesc pe un poster mare un desen al unui copac. Aceștia vor pune la dispoziția fiecărei participante hârtie, iar în mijloc se pune o cutie cu culori. Participantele au la dispoziție 10 minute pentru a desena, singure sau în colaborare, imagini pe care să le atașeze copacului sub formă de frunze. Imaginile vor fi apoi decupate și atașate, rezultând o lucrare de artă colaborativă. Desenele pot fi aleatorii sau tematice; luând în calcul structura grupului, facilitatorii pot menționa, de exemplu, că acest copac reprezintă comunitatea lor. Când se uită la lucrarea artistică finală, dacă este necesar, facilitatorii pot evidenția punctele comune, diferențele, diversitatea, dar poate și ceea ce nu este prezent în niciunul dintre desene și care ar putea fi semnificativ. **Continuă să îți cunoști comunitatea! (90 de minute)** Reamintind grupului de activitatea desfășurată în sesiunea anterioară, facilitatorii vor sublinia că, în timpul acestei sesiuni, activitatea de cunoaștere a comunităților și a nevoilor acestora va continua, urmând a fi introduse următoarele etape. **Alegeți o problemă pornind de la "de ce”** Facilitatorii vor prezenta pe scurt ce înseamnă să pornești de la "de ce" și de ce este crucial pentru dezvoltarea proiectelor comunitare. Unele dintre direcțiile de discuție sunt prezentate mai jos: 1. Sustenabilitatea contextului: trăim într-o societate a abundenței, în care avem prea multe lucruri și prea puține sensuri, motiv pentru care devine aproape o obligație morală să: - dai mai multă conștiință și valoare propriilor acțiuni - pentru prezent. - lași generațiilor următoare o lume mai bună sau cel puțin la fel ca cea pe care ai găsit-o – pentru viitor 2. Sustenabilitatea personală: căutarea care ne conduce în interiorul nostru, pentru a ne descoperi valorile și principiile, bucuriile și traumele, pentru a ne căuta rădăcinile, energia pe care o putem aduce în lume. Devenim mai conștienți, ne schimbăm obiceiurile și trecem de la statutul de producători/consumatori la cel de indivizi responsabili, creatori de schimbare care îi inspiră pe ceilalți. 3. Sustenabilitatea designului: căutarea motivelor ne ajută să definim într-un mod nou elementele de design care să fie mai în concordanță cu misiunea noastră și/sau a organizației noastre: - De ce: nu mai este vorba de context, ci de rațiune profundă - Ce: nu este vorba de activități, ci mai degrabă de ceea ce dorim să obținem (rezultate) - Cum: forma lucrurilor, metodologia, activitățile de proiect, care devin un instrument și nu un scop și nu urmează modele predefinite (facem asta pentru că o facem mereu...). Pentru a conduce o inițiativă înrădăcinată în nevoile comunității, trebuie să începem cu o analiză a contextului ghidată de "de ce-urile" noastre personale, inversând logica tradițională a proiectelor.

Participantelor li se va oferi o serie de întrebări de sprijin, iar acestea vor fi rugate să se întoarcă în grupurile în care au lucrat anterior, în timpul ultimei sesiuni, și să ofere răspunsuri la aceste întrebări dintr-o dublă perspectivă: individuală și de grup.

- Ce ne motivează? Dintre problemele identificate, care este cea pe care o considerăm cea mai relevantă pentru noi? Și de ce?
- Ce proiecte pe care le-am dezvoltat funcționează de fapt cel mai bine?
- Ce proiecte mă inspiră? Care este motivul lor?
- Ce proiect aș dori să dezvolt (ca persoană)?
- Cine vor fi destinatarii proiectului pe care vreau/vrem să îl dezvoltăm?
- Unde va fi dezvoltat proiectul meu/al nostru?

Oferiți timp tuturor participantelor să scrie acest lucru individual sau în grupurile în care au lucrat.

Pauză - 20 de minute

Prezentări și feedback (30 de minute)

După ce activitatea de grup este finalizată și fiecare grup a identificat și completat întrebările "de ce", fiecare grup va avea timp să își prezinte rezultatele. Întrucât motivele sunt personale, nu vor exista intervenții de feedback din partea grupului sau a facilitatorilor; cu toate acestea, pot fi adresate întrebări de sprijin pentru clarificare.

Visele au nevoie de vocea rațiunii (45 de minute)

Gândindu-se la problemele selectate, facilitatorii vor sublinia faptul că orice vis are nevoie de un impuls realist pentru a se dezvolta. De aceea, facilitatorii vor propune o serie de întrebări dure, specifice, care vor ajuta participantele să devină foarte realiste în ceea ce privește înțelegerea următorilor pași necesari.

- Ce abilități și talente aveți?
- De la câte persoane credeți, în mod realist, că veți reuși să obțineți ajutorul?
- Ce abilități și talente vor avea?
- Câte ore pe săptămână puteți dedica proiectului?
- Cât de repede doriți să realizați proiectul?
- Care este o sumă realistă de bani pe care o veți putea strânge pentru proiect?
- Aveți la îndemână vreun material care să vă fie de ajutor?

Fiecare dintre participante își va lua câteva minute pentru a răspunde individual la această întrebare, apoi își va prezenta răspunsurile, dar mai ales preocupările, în fața întregului grup. Acest grup va acționa ca o resursă pentru idei și sugestii noi.

Închiderea zilei (15 minute)

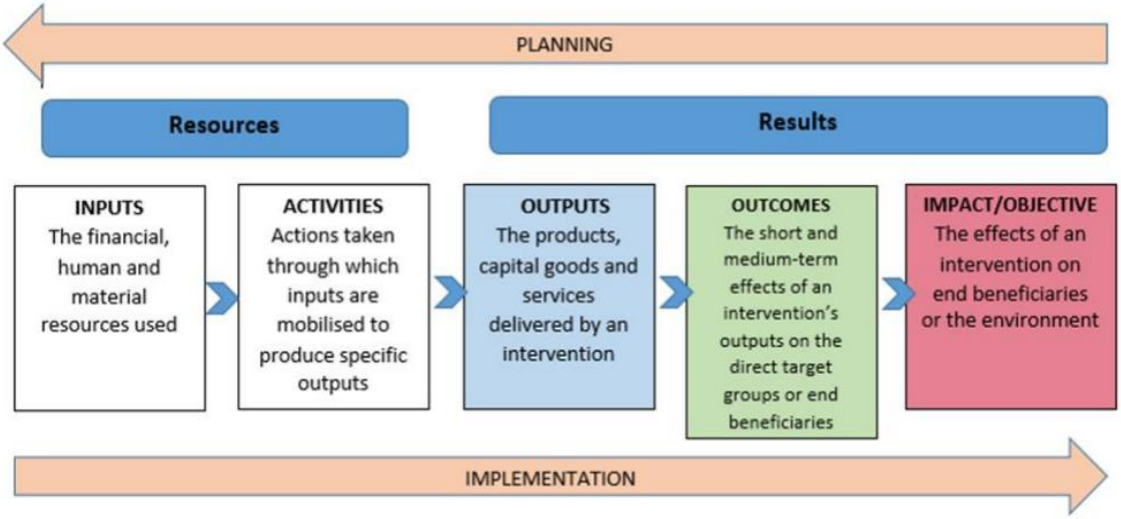
La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le

	participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. În timpul sesiunii de închidere, facilitatorii le vor da participantelor o temă pentru acasă specifică și vor sublinia faptul că, pentru a o îndeplini, participantele vor trebui să investească între 60 și 120 de minute de muncă individuală în afara atelierelor. Fiecare participantă va trebui să reflecteze asupra ultimelor două sesiuni și să scrie o pagină cu propriul proiect. Aceasta ar trebui să acopere următoarele: - Ce vreau să fac - scrie în una sau mai multe propoziții ce anume vrei să faci în proiectul tău - De ce este important pentru mine - În ce fel este important pentru comunitate După ce ți-ai scris răspunsurile, te rog să le verifici cu părțile interesate, la nivel local, pe care le poți accesa și să faci ajustările necesare. Discută cu persoanele locale care se confruntă cu provocarea sau nevoia care te interesează (potențialii "utilizatori" ai proiectului tău). Poți adresa următoarele întrebări, care te vor ajuta să îmbunătățești elaborarea proiectului: - Ce este specific în legătură cu modul în care ei trăiesc această problemă în comunitatea ta? - Ce cred ei că ar putea ajuta? Cercetează orice persoane sau proiecte care au încercat să rezolve probleme similare. - De ce au reușit sau au eșuat? Propune câteva opțiuni de proiecte care crezi că ar putea schimba ceva. - Au nevoie de un spațiu fizic? Poți găsi un astfel de spațiu în zona ta sau poți crea unul? - Ce cred ei că ar fi cel mai util? Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	Valoarea de a pune întrebări | Karen Maeyens | TEDxUFM

Modulul 16: Un impact SMART în implicarea comunității

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului,	Modulul are ca obiective: - furnizarea de informații și competențe participantelor cu privire la modul în care pot evalua și înțelege nevoile comunităților lor

tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	- oferirea de cunoștințe participantelor despre cum să conceapă și să dezvolte inițiative la nivel local pe teme specifice și să producă schimbări pozitive în comunitate
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Comunicare, flexibilitate, luarea deciziilor, analiza datelor, munca în echipă.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, documente, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul. **Ceva important pentru tine! (15 minute)** Facilitatorii le vor invita pe participante să împărtășească cu grupul un obiect care le reprezintă sau care este important pentru ele. În cazul în care formarea are loc față în față, participantele vor identifica în geanta lor un obiect pe care îl consideră indispensabil pentru ele și fără de care nu pleacă niciodată și îl vor arăta grupului. Dacă se desfășoară online, participantele vor lua un obiect important de acasă și îl vor arăta în fața camerei. Una câte una, participantele vor trebui să își arate obiectul și să explice de ce o reprezintă sau de ce este important pentru ea. Fie online, fie față în față, facilitatorii pot face o captură de ecran sau o fotografie amuzantă cu toată lumea care își ridică obiectele și salută. **Continuă să îți cunoști comunitatea și să îți dezvolți proiectul! (90 de minute)** Reamintind grupului activitățile întreprinse în sesiunile anterioare, facilitatorii vor sublinia faptul că, în timpul acestei sesiuni, activitatea de elaborare a proiectelor pentru comunitățile lor va continua, fiind introduse următoarele etape. **Gândiți retrospectiv și concentrați-vă asupra impactului dvs.** Atunci când planifică o intervenție comunitară, este, de asemenea, foarte important ca inițiatorul să fie conștient de procesul de planificare și de impactul pe care îl poate avea inițiativa.



Concentrează-te mai întâi pe impactul tău. Dorești să faci o schimbare pozitivă în zona ta - deci cum te poți asigura că reușești? Ideea e de a vă **concentra pe rezultate**, care este o tendință în creștere în rândul tuturor tipurilor de donatori. Acest lucru se datorează și următoarei realități:
Avem o mulțime de proiecte și inițiative finanțate la mai multe niveluri (local, național, european, internațional), însă cetățenii consideră adesea că finanțarea nu contribuie de fapt la schimbări reale.

Pentru a obține un impact real și o schimbare reală, *nu începe niciodată de la cererea de propuneri de proiecte, ci mai degrabă de la procesul de concepere a proiectului!* Acest lucru te va ajuta să scoți tot ce este mai bun din tine și/sau din organizația ta și să privești cele mai bune practici și proiecte într-un mod mai creativ. Scopul este impactul pe termen lung al proiectului tău. Aceasta este schimbarea reală pe care dorești să o faci, adevăratul motiv pentru care ai decis să concepi un proiect.

Facilitatorii le vor invita pe participante să reflecteze asupra impactului pe care doresc să îl producă în comunitățile lor, concentrându-se asupra următoarelor întrebări:

- Ce schimbări va aduce proiectul tău?
- Care sunt grupurile țintă ale proiectului?
- Care este contextul/zona în care va funcționa proiectul?

Capacitatea de a-ți demonstra impactul și de a răspunde în mod convingător la aceste întrebări te va ajuta să asiguri finanțarea viitoare sau sprijinul pentru alte proiecte. După ce au clarificat aceste aspecte, participantele vor fi invitate să lucreze la următoarea etapă și să stabilească obiective SMART pentru proiectele lor.

Obiectivele SMART (ER)

Obiectivele sunt pași intermediari și condiții prealabile pentru a vă atinge scopul. Ele trebuie să fie S.M.A.R.T.(E.R.)

- Specifice
- Măsurabile (cantitate + calitate)
- Realizabile

- Relevante
- Încadrabile în timp
- Etice
- Responsabile

Facilitatorii vor cere participantelor să scrie obiectivele proiectului lor de dezvoltare comunitară, folosind modelul prezentat și explicat. După ce vor fi gata, participantele își vor prezenta obiectivele în fața întregului grup. Atât facilitatorii, cât și celelalte membre ale grupului vor oferi feedback și vor sprijini îmbunătățirea muncii fiecăreia.

Pauză - 20 de minute

Cum să vă asigurați că obțineți rezultate (90 de minute) După pauză, facilitatorii vor continua activitatea privind proiectele comunitare, introducând pașii următori, care au în mare parte legătură cu rezultatele dorite ale unui proiect, precum și cu realizările acestuia. Pentru a ilustra aceste aspecte, facilitatorii pot folosi exemple din proiecte pe care le cunosc sau din propriile proiecte.

Concentrează-te pe CE

Ce vrem să obținem (rezultate) și nu ce vrem să facem (activități). Rezultatele sunt efectele previzionate și măsurabile pentru participantele și grupurile țintă ale proiectului nostru. Acestea sunt împărțite în:

Rezultate (outcomes): efecte intangibile
Ieșiri (outputs): efecte tangibile (produse)
Exemplu: cumpărați un tort pentru ziua de naștere a prietenului dumneavoastră.
Rezultat: fericirea prietenului tău
Ieșire: tortul
Atenție: nu vorbim încă despre activități.

Concentrați-vă pe rezultate

Rezultatele sunt cele care ne ajută să ne atingem scopul final și să avem un impact. Acestea sunt efectele pe termen scurt și mediu generate de proiectul tău și adresate grupurilor țintă/participantelor. Pot fi definite ca fiind schimbări în comportamente, atitudini, mentalități, cunoștințe, abilități, competențe, care ar trebui să fie prezente după încheierea proiectului.
Rezultatele pot scăpa de sub controlul direct al proiectului.
Exemplu:
Scop: activarea grupurilor de "NEET" (tineri care nu urmează o formă de învățământ, nu au un loc de muncă și nu sunt integrați într-un parcurs de formare profesională).
Rezultat:
Îmbunătățirea capacității de inserție profesională a grupurilor țintă
Creșterea participării grupurilor țintă la acțiuni de educație și formare profesională
Creșterea numărului de NEET care co-proiectează și testează activități de incluziune socială

Concentrați-vă pe outputs (ieșiri)

Outputs (ieșirile) sunt produsele și serviciile create de proiectul tău. Ele trebuie să fie create în limitele bugetului și ale calendarului proiectului.
Acestea pot fi: *numărul și tipurile de persoane înscrise în activitățile proiectului, orele de formare/lecții de consolidare a capacităților, obiecte și produse.*
Acestea sunt cele mai imediate rezultate ale acțiunilor dumneavoastră, deci depind în totalitate de echipa proiectului.
Trebuie să existe o legătură logică între realizări și rezultatele aferente acestora.
Ieșirile includ, în general, un nume și o descriere a schimbării pozitive generate de acestea.
De exemplu:

- Profesori instruiți cu privire la programele de antreprenoriat
- Cercetare finalizată privind șomajul în rândul tinerilor
- Organizarea de evenimente de sensibilizare cu privire la discursul instigator la ură

Odată ce informațiile sunt clare pentru toate participantele și nu mai există întrebări, facilitatorii vor împărți grupul în echipe de lucru mici și le vor cere să reflecteze împreună asupra modului în care noile cunoștințe pot fi relevante pentru ideile de proiect pe care le-au dezvoltat. Fiecare grup va avea la dispoziție 20 de minute pentru a discuta și a răspunde la următoarele întrebări:
- Sunt realiste rezultatele voastre?
- Aveți setul potrivit de competențe și abilități pentru a le atinge?

- De ce fel de parteneri aveți nevoie?

După ce au răspuns la toate întrebările, echipele vor lucra pentru a defini cel puțin 3 rezultate (outcome) și 3 ieșiri (outputs) pentru proiectele lor. Mai departe, facilitatorii vor explica cum pot fi acestea asociate cu indicatori; un proces de asociere ar trebui să fie ilustrat în fața grupului mare, luând un exemplu dintr-un proiect.

Accent pe indicatori

Indicatorii sunt dovezi ale schimbării, măsurători ale progresului, utilizați pentru a evalua rezultatele proiectului. Aceștia sunt compuși din 3 elemente principale: populația țintă, mărimea, calendarul.

- **Indicatori calitativi.** Aceștia măsoară legătura cauză-efect, cum ar fi percepțiile, atitudinile, mentalitățile, obținute prin interviuri, sondaje, focus-grupuri.
- **Indicatori cantitativi.** Aceștia se bazează pe cifre, atât în termeni absoluți, cât și relativi (procente). Ajută la identificarea diferențelor și a schimbărilor în ceea ce privește caracteristicile și/sau condițiile privind grupurile țintă. Ei sunt utili pentru a determina o corelație statistică între o problemă și o cauză.

Legătura rezultate-indicatori

Rezultat	Indicatori
1. Îmbunătățirea capacității de inserție profesională a grupurilor țintă (ex. NEET)	• Numărul de locuri de muncă create • Numărul de NEETs care și-au căutat un loc de muncă • Numărul de NEETs care au devenit antreprenori
2. Creșterea participării grupurilor țintă la acțiunile de educație și formare profesională	• Numărul de NEETs înscriși la programe de formare profesională • Numărul de NEETs înscriși în programe de mobilitate, stagii de practică și ucenicie
3. Creșterea numărului de NEET care co-proiectează și testează activități de incluziune socială	• Numărul de persoane care s-au alăturat activităților proiectului • % de NEETs care testează activități de incluziune socială

	Închiderea zilei (15 minute) La finalul atelierului, participantele vor fi rugați să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	Cum să începeți un proiect în comunitatea dumneavoastră Jordan Killebrew: Care este comunitatea TA?

Modulul 17: Activități și fonduri pentru implicarea comunității

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici	Modulul are ca obiective: - furnizarea de informații și competențe participantelor cu privire la modul în care pot evalua și înțelege nevoile comunităților lor - să ofere participantelor cunoștințe despre cum să conceapă și să dezvolte inițiative de bază pe teme specifice și să producă schimbări pozitive în comunitate
Abilități specifice /cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Comunicare, flexibilitate, luarea deciziilor, analiza datelor, munca în echipă.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, documente, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii.
Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).** Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul.

cadrul modulului	**Formația invizibilă (15 minute)** Facilitatorii le vor invita pe participante să creeze împreună o formație invizibilă: fiecare membru al echipei trebuie să reproducă zgomotul unui instrument. Facilitatorul numără pțnă la trei iar echipa va improviza un cântec original prin combinarea sunetelor fiecărui instrument în parte. **Continuă să îți cunoști comunitatea și să îți dezvolți proiectul! (90 de minute)** Reamintind grupului activitățile întreprinse în sesiunile anterioare, facilitatorii vor sublinia faptul că, în timpul acestei sesiuni, activitatea de dezvoltare a proiectelor pentru comunitățile lor va continua, cu introducerea următoarelor etape și cu accent pe activitățile proiectului. **Concentrează-te pe CUM** Activitățile sunt acțiunile pe care doriți să le proiectați, să le dezvoltați și să le testați. Pare cea mai ușoară parte, dar de fapt este complicat să creezi activități inovatoare. Activitățile și acțiunile pe care dorim să le facem pentru a obține rezultate nu sunt modele predefinite, ci mai degrabă provin dintr-o analiză profundă a ceea ce dorim să obținem și care sunt cele mai eficiente metode pentru a ne atinge scopul. Principalele întrebări pe care trebuie să ni le punem în procesul de elaborare a unui proiect sunt: - Cum putem obține rezultatele pe care ni le propunem? - Cum putem face ca motivul nostru să rămână viu? - Putem învăța din acțiunile dezvoltate de altcineva? **SFATURI:** Găsește un echilibru între nevoile organizației, ale proiectului tău și creativitatea ta Începe de la activități generale, înainte de a merge foarte specific Fii realistă și gândește-te la timp și buget În următoarea parte a atelierelor, facilitatorii vor invita participantele să lucreze la dezvoltarea activităților necesare pentru a atinge scopul și rezultatele proiectului. **Incluziune** Proiectele trebuie să demonstreze că vor aduce beneficii întregii comunități locale, nu doar unei părți a acesteia. Reflectarea la următoarele întrebări vă poate ajuta să dezvoltați ideea de proiect în ceva care să fie cu adevărat incluziv. - Cine crezi că are nevoie de proiectul tău? - Cine crezi că va folosi proiectul tău? - Cine va beneficia de pe urma proiectului tău? - Cum vrei să se simtă comunitatea în legătură cu proiectul tău? - Cine nu ar putea să folosească sau să experimenteze proiectul tău și de ce? - Cine ar putea simți că proiectul tău "nu este pentru ei"?

Facilitatorii vor adresa aceste întrebări grupului mare și vor fi stimulate discuțiile între toate participantele; întregul grup va lucra împreună pentru a găsi răspunsuri oneste, strategice și pentru a completa viziunea proiectului, fără a lăsa pe nimeni pe dinafară!

Integrarea tuturor

Încercați să vă asigurați că toate tipurile de persoane se simt binevenite. Acest lucru va fi influențat de tipul de activități pe care le oferiți, de tipul de persoane care administrează spațiul, de aspectul și de modul în care arată și se simte, precum și de modul în care îl veți promova sau face publicitate.
Gândiți-vă cum puteți face ca spațiul sau proiectul vostru să fie multifuncțional.
Puteți adăuga elemente suplimentare la misiunea de bază, pentru a o face și mai bună?
Atunci când spațiul nu este folosit pentru scopul principal, la ce altceva ar putea fi folosit?
Luați în considerare accesul persoanelor în vârstă, al persoanelor cu dizabilități și al celor cu copii mici. Nu este vorba doar de accesul fizic la spațiu ci și de orele în care e deschis și de modul în care îi anunțați pe oameni că proiectul vostru există.

Pauză - 20 de minute

Finanțarea proiectului tău comunitar! (90 de minute)

Odată ce activitățile proiectului sunt clar stabilite, facilitatorii vor introduce un alt pas foarte important, care este crucial pentru ca ideea să devină realitate. Din informațiile de mai jos, facilitatorii vor putea oferi participantelor o idee clară despre unde și cum ar putea găsi finanțarea disponibilă pentru proiectul lor.

Finanțarea proiectului

Facilitatorii ar trebui să menționeze că există mai multe modalități prin care participantele ar putea obține finanțare pentru ideea lor de proiect, cum ar fi: crowdfunding, cereri de propuneri de proiecte, mici evenimente de strângere de fonduri etc. În timp ce unele dintre acestea sunt mai birocratice și tradiționale și mai puțin disponibile pentru femeile tinere care abia aplică pentru primul lor proiect, altele sunt mai creative, mai flexibile și mai disponibile. Facilitatorii sunt puternic încurajați să identifice idei creative de finanțare a proiectelor și să le transforme în studii de caz pentru ca participantele să le vadă și să înțeleagă diferite modele de asigurare a finanțării unei idei.
În ceea ce privește finanțarea mai tradițională și mai dificil de accesat, una dintre principalele surse de finanțare pentru proiectele comunitare este Comisia Europeană. Comisia Europeană anunță oportunitățile de finanțare prin intermediul cererilor de propuneri de proiecte. Cererea de propuneri de proiecte include toate informațiile necesare pentru a depune o propunere de proiect și, prin urmare, trebuie citită cu mare atenție. Textul cererii de propuneri de proiecte definește, de exemplu, domeniul de aplicare, obiectivele și rezultatele vizate, criteriile de eligibilitate și criteriile de evaluare. Este important să vă asigurați că propunerea voastră de proiect corespunde perfect cu cerințele menționate în cererea de propuneri de proiecte deoarece

concurența pentru finanțare din partea UE este ridicată, iar proiectul vostru concurează cu alte propuneri de proiecte extrem de bune.
Aproximativ 80% din finanțarea UE este acordată prin intermediul unor programe gestionate chiar în țările UE. În cazul în care Comisia Europeană gestionează direct finanțarea, aceasta o face prin acordarea de granturi, lansarea de proceduri de licitație etc. Această secțiune oferă informații mai detaliate privind modul în care se pot depune cereri de finanțare gestionate direct de Comisia Europeană.

Comisia Europeană finanțează proiecte și organizații care contribuie la punerea în aplicare a programelor și politicilor UE. Aceasta acordă finanțare prin intermediul unor cereri de propuneri de proiecte.

Pentru a obține finanțare pentru proiectul vostru, va trebui să identificați o cerere de propuneri de proiecte relevantă și să urmați cu atenție orientările specifice privind modul de depunere a cererii de finanțare - fiecare cerere este unică. Proiectul vostru va concura pentru finanțare cu proiectele depuse de alți solicitanți pentru apelul respectiv.

Pentru a fi eligibil pentru finanțare, este posibil să trebuiască să căutați un partener de proiect în alte țări.

Pentru a afla detalii despre apelurile individuale:

- căutați oportunități de finanțare în funcție de subiect
- consultați lista programelor de finanțare

Ce urmează?
Răsfoiți site-urile web care oferă o imagine de ansamblu a cererilor de propuneri naționale și europene disponibile. Vizitați pagina oficială a Comisiei Europene a Portalului de finanțare și licitații al UE sau CORDIS, Business Finland, Spinbase, techfunding.eu, Green Deal office, de exemplu. Aceste platforme permit, de obicei, o căutare prin cuvinte-cheie sau vă permit să selectați teme specifice care sunt relevante pentru voi.
După ce ați identificat una sau mai multe teme care par interesante la prima vedere, parcurgeți textul pentru a găsi criterii de conformare sau de excludere.

Cum se citește o cerere de propuneri de proiecte?
Uitați-vă la imaginea de ansamblu pentru a identifica principalele lucruri pe care trebuie să le luați în considerare dacă un apel este interesant pentru voi.

Punctele principale ale unei cereri de propuneri de proiecte și sfaturi pentru citirea acesteia
Activitatea și rezultatele solicitate: în special "provocarea specifică", "domeniul de aplicare", impactul preconizat".
Valoarea grantului pentru proiectul vostru.
Rata de finanțare: multe scheme de finanțare cer organizațiilor să contribuie la costurile proiectelor și pot condiționa eliberarea fondurilor de anumite etape.
Criterii de consorțiu: ar putea exista un număr minim de parteneri și un număr minim de țări participante. Rețineți că unele țări din afara UE, cum ar fi Norvegia, Israel și Elveția,

	pot fi eligibile pentru a participa la propunerile UE. Pot exista, de asemenea, criterii legate de mărimea organizației. Durata: durata minimă și maximă, posibilitatea de a solicita perioade mai lungi pentru anumite domenii (de exemplu, sănătate). Proces de propunere de proiecte într-o singură etapă sau în două etape. Termene limită: data până la care trebuie să completați formularele/încărcați și trimiteți documentele. **Aspecte importante de luat în considerare** ● Citiți cu atenție cuvintele cheie folosite în apel: se potrivesc cu proiectul vostru? Pot fi menționate în mod credibil pe parcursul propunerii voastre? ● Este valoarea finanțării potrivită și corespunde așteptărilor voastre și ale partenerilor? ● Puteți finanța parțial și/sau avansa bani și resurse pentru proiect, împreună cu partenerii? ● Grupul inițial de organizații interesate corespunde criteriilor consorțiului (de exemplu, în ceea ce privește dimensiunea întreprinderii sau diversitatea națională)? Vă lipsesc anumite competențe și, dacă este cazul, puteți găsi cu ușurință parteneri în timpul stabilit? ● Este intervalul de timp adecvat pentru voi? ● Aveți suficient timp pentru a vă scrie propunerea de proiect? Luați în calcul o perioadă de timp adecvată pentru discuțiile cu partenerii privind sarcinile și bugetele. La finalul prezentării diferitelor surse de finanțare, facilitatorii vor stimula un brainstorming în cadrul grupului mare, în care toate participantele își vor exprima cele mai potrivite și realiste idei pentru a obține finanțare pentru ideea lor de proiect. Toate ideile vor fi notate pe flipchart, iar cele mai bune modele de căutare a finanțării vor fi selectate. **Închiderea zilei (15 minute)** La finalul atelierului, participantele vor fi rugate să vorbească despre experiența lor în timpul petrecut împreună și să sublinieze ce au reținut din această secțiune. De asemenea, se va reaminti încă o dată de cutia de sugestii, facilitatorii cerându-le participantelor să introducă orice întrebări care nu au fost adresate și orice recomandări pe care nu ar dori să le exprime în fața grupului mare. Facilitatorii vor încheia sesiunea și vor anunța data și tema următorului atelier.
Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	Cum să stabilești o comunitate incluzivă | Eden Project Communities Sfaturi pentru o campanie eficientă de crowdfunding - dummies Găsiți o oportunitate de finanțare | European Commission

Modulul 18: Bugetarea și evaluarea riscurilor în implicarea comunității

Scurtă introducere în modul: scopul și obiectivele modulului, tipul de informații pe care le puteți găsi aici.	Modulul are ca obiective: - furnizarea de informații și competențe participantelor cu privire la modul în care pot evalua și înțelege nevoile comunităților lor - să ofere participantelor cunoștințe despre cum să conceapă și să dezvolte inițiative de bază pe teme specifice și să producă schimbări pozitive în comunitate
Abilități specifice/cunoștințe dezvoltate în cadrul acestui modul	Comunicare, flexibilitate, luarea deciziilor, analiza datelor, munca în echipă.
Materiale necesare pentru modul	Videoproiector, laptop, flipchart, hârtie de flipchart, prezentări, documente, markere, post-it-uri, hârtie, pixuri, cutie de sugestii.

Descrierea detaliată a activităților care vor fi întreprinse în cadrul modulului	**Salutări, prezentarea subiectelor, răspunsuri la eventualele întrebări și recomandări din cutia de sugestii (15 minute).**
	Facilitatorii urează bun venit participantelor și încep ziua prin prezentarea agendei atelierului și a structurii temporale a zilei. După aceea, se întorc la cutia de sugestii, unde anterior participantele au fost rugate să introducă întrebări și recomandări. Facilitatorii răspund la aceste întrebări și recomandări din cutia de sugestii, dacă este cazul.
	
	Elaborarea bugetului pentru proiectul tău comunitar (90 de minute)
	Reamintind grupului activitățile întreprinse în sesiunile anterioare, facilitatorii vor sublinia faptul că, în timpul acestei sesiuni, activitatea de elaborare a proiectelor pentru comunitățile lor va continua, cu introducerea următoarelor etape și cu accent pe elaborarea bugetului.
	
	Buget
	Facilitatorii vor menționa principalele categorii de costuri la care trebuie să ne gândim și de care trebuie să ținem cont atunci când dezvoltăm un proiect comunitar. Acestea sunt:
	- Costurile proiectului
	  ○ Cheltuieli de personal
	  ○ Costuri de călătorie
	  ○ Alte costuri directe
	  ○ Subcontractare
	  ○ Costuri indirecte

- Prezentare generală a bugetului

Cheltuieli de personal

Chiar înainte de a lucra la buget, trebuie să ne imaginăm efortul necesar pentru fiecare acțiune, dacă este posibil, sau cel puțin pentru fiecare fază.
Efortul poate fi calculat în termeni de zile/persoană sau, așa cum se întâmplă mai des în cadrul cererilor de propuneri europene, în termeni de persoane/luni.
Două criterii pentru determinarea efortului:

- efortul așteptat
- durata fazei.

Odată ce este definit efortul pentru fiecare partener și pentru fiecare activitate, este momentul să se estimeze costurile de personal.
Toate cererile de prpuneri de proiecte solicită costuri reale de personal.
Ce sunt acestea?
Costurile aferente personalului care lucrează în temeiul unui contract de muncă încheiat cu organizația, cu condiția ca aceste costuri să fie în conformitate cu politica obișnuită a organizației în materie de remunerare. Aceste costuri includ salariile efective, plus contribuțiile la asigurările sociale și alte costuri legale incluse în remunerație.

Indemnizația de călătorie și diurnă

Costuri de deplasare: se referă doar la costurile de deplasare pentru a merge de la locul de muncă la locul de desfășurare a activității unui proiect (de exemplu, reuniune în Barcelona. Costul de călătorie este reprezentat de zborul de la Bucuresti la Barcelona).
Costuri de subzistență: se referă la toate celelalte costuri suportate în timpul călătoriei, de ex: Transport public sau privat, Cazare, Mese.

Care sunt celelalte costuri directe în cadrul unui proiect?

- Închirierea de săli - trebuie să închiriem spații pentru activitățile noastre?
- Traduceri - cost unitar/pagină și nr. de pagini
- Interpretare - câte zile? Câți interpreți?
- Costuri de comunicare - acestea pot include crearea site-ului web, promovarea pe rețelele sociale, identitatea vizuală etc.
- Imprimare - câte documente? Câte pagini? În ce limbi?
- Audit

Subcontractare

Unele activități ale proiectului pot fi subcontractate, de obicei atunci când acestea sunt acțiuni pentru care partenerii nu au experiență sau expertiză. Două reguli generale se aplică subcontractării: "cel mai bun raport calitate-preț" și absența conflictelor de interese. În plus, trebuie luate în considerare și alte condiții specifice, printre care:

- subcontractarea nu acoperă sarcinile principale ale proiectului;
- recurgerea la subcontractare este justificată de natura proiectului și de ceea ce este necesar pentru punerea sa în aplicare;
- costurile estimate ale subcontractării sunt clar identificabile în bugetul estimativ;

Costuri indirecte

Costurile indirecte sunt acele costuri care nu sunt direct legate de punerea în aplicare a proiectului și, prin urmare, nu pot fi atribuite direct acestuia.
Aproape toate cererile de finanțare stabilesc o "rată forfetară" de 7% din costurile directe ale proiectului pentru calcularea costurilor indirecte.
Acesta este un calcul forfetar care ar trebui să acopere costurile "administrative generale" suportate pentru desfășurarea proiectului, de exemplu, chiria biroului, utilități etc.

Prezentare generală a bugetului

Verificări finale

- repartizarea bugetului total între parteneri
- să nu depășească bugetul maxim prevăzut
- să nu depășească cotele prevăzute pentru diferite tipuri de cheltuieli

După o scurtă prezentare, participantele sunt rugate să elaboreze un buget aproximativ pentru proiectul lor. După ce acestea și-au finalizat munca, facilitatorii vor alege 2 bugete care vor fi analizate în detaliu și vor servi drept material de învățare pentru întregul grup.

Pauză - 20 de minute

Evaluarea riscurilor pentru proiectul tău comunitar (90 de minute)

Ultima etapă a dezvoltării proiectului, care va fi introdusă de către facilitatori, se referă la evaluarea riscurilor potențiale pentru proiect și la găsirea unor modalități de a evita aceste riscuri.

Evaluarea riscurilor

Fiți ambițioase, dar nu vă asumați de mai mult decât puteți gestiona. Ar trebui să vă asigurați că organizația, echipa și voluntarii nu sunt expuși financiar sau personal la riscuri inutile. Faceți o listă a lucrurilor care ar putea reprezenta un risc pentru proiectul vostru.
Ce-ar fi dacă...
- Ai depășit bugetul?
- Nu găsești destui oameni care să te ajute?
- Lucrurile nu sunt livrate la timp?
- Ceva nu merge bine cu un eveniment?

Ce ar putea merge prost?
- Cineva se rănește? Cum s-ar putea întâmpla acest lucru?
- Cineva se plânge de proiectul tău? Care sunt riscurile "critice" - care ar însemna că trebuie să anulezi proiectul? Cât de probabil este ca acestea să se întâmple? Cum vă puteți gestiona proiectul astfel încât alte riscuri să fie mai puțin probabile? Puteți să acordați mai mult timp, să puneți deoparte un buget suplimentar, să implicați mai multe persoane?

Ar trebui să fiți deosebit de atenți la proiectele care implică:

- Copii și tineri
- Lucrări de construcții
- Mâncare și băutură

Gândiți-vă dacă aveți nevoie de o politică de siguranță sau dacă trebuie să faceți verificări suplimentare pentru voluntari (de exemplu, o verificare pentru persoanele care ar putea lucra îndeaproape cu copiii).

Facilitatorii le vor cere participantelor să completeze primele două coloane ale modelului de evaluare a riscurilor furnizat. După ce participantele finalizează sarcina, concluziile vor fi împărtășite cu întregul grup, iar grupul se va concentra pe identificarea modalităților de diminuare, control sau eliminare a acestor riscuri.

Care sunt pericolele	**Cine ar putea fi pregătit să le facă față și cum**	**Ce faceți deja pentru a controla riscurile**	**Ce măsuri suplimen-tare trebuie să luați pentru a controla riscurile**	**Cine trebuie să desfășoa-re acțiunea**	**Până când sunt necesare acțiunile**	**Realizat**

Închiderea programului (60 de minute)

Programul de formare se va încheia cu un set de activități pe care facilitatorii le vor pregăti pentru întregul grup, pentru a marca absolvirea acestei etape a programului. Activitățile vor fi, după cum urmează:

- Feedback deschis/verbal într-un mod pe care facilitatorii îl consideră adecvat
- Completarea unui formular de evaluare
- O scurtă introducere a activităților care vor urma în cadrul proiectului și în ce vor fi implicate participantele în continuare.
- O ”plimbare a recunoștinței”, în care participantele au sarcina de a merge și de a spune ce simt că au primit de la o anumită persoană și pentru care sunt recunoscătoare.
- O lucrare finală de jurnal, în care fiecare participantă realizează o auto-reflecție despre ce a însemnat pentru ea programul.

Materiale suplimentare pentru a extinde învățarea pe această temă	Cum să participi la TEDx: Cum să vă planificați bugetul Evaluarea riscurilor Ready.gov