

Priručnik za Edukatore

Radionice i aktivnosti poticanja poduzetničkog razmišljanja
izvan okvira za mlade gluhe i nagluhe osobe



Sufinancira
Europska unija



Priručnik za Edukatore:

Radionice i aktivnosti poticanja
poduzetničkog razmišljanja izvan okvira za
mlade gluhe i nagluhe osobe:



PRIRUČNIK

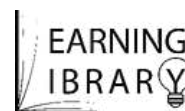
Priručnik za edukatore: radionice i aktivnosti poticanja poduzetničkog razmišljanja
izvan okvira za mlade gluhe i nagluhe osobe

PROJEKT

Taking Matters Into Our Own Hands: Employment and Entrepreneurship

PARTNERI PROJEKTA

Savez gluhih i nagluhih Grada Zagreba (Hrvatska)
Sveučilišni institut "Scuola Superiore Carolina Albasio" (Italija)
Youth Power Germany e.V. (Njemačka)
Learning Library OÜ (Estonija)



IZDAVAČ

Savez gluhih i nagluhih Grada Zagreba

ZA IZDAVAČA

Josip Brozović

AUTORI

Katarina Jurilj
Franjo Brkan
Daniel C.M. Almeida
Veronica Braccacini

GRAFIČKI DIZAJN

Helio Lima

UREĐIVAČ

Katarina Jurilj

Ova je publikacija ostvarena uz financijsku potporu Europske komisije. Ona izražava isključivo stajalište njenih autora i Komisija se ne može smatrati odgovornom pri uporabi informacija koje se u njoj nalaze.

Sadržaj

O Projektu	5
O Priručniku	7
RADIONICE	9
Radionica 1: Tehnike kreativnog rješavanja problema	
Radionica 2: Kreiranje i razvijanje ideja	
Radionica 3: Vještine prezentiranja	
Radionica 4: Team building i suradnja	
Radionica 5: Financijska pismenost za početnike	
Radionica 6: Osnove istraživanja tržišta	
Radionica 7: Principi inkluzivnog dizajna	
Radionica 8: Učinkovite strategije umrežavanja	
Radionica 9: Komunikacijske vještine za lidere	
Radionica 10: Osnove poslovnog planiranja	
AKTIVNOSTI	72
Aktivnost 1: Brza oluja mozgova	
Aktivnost 2: Savršeno predstavljanje	
Aktivnost 3: Financijske odluke kroz igru uloga	
Aktivnost 4: Lov na tržišna istraživanja	
Aktivnost 5: Izazovi inkluzivnog dizajna	
Aktivnost 6: Networking bingo	
Aktivnost 7: Svi za stolom! – okrugli stol	
Aktivnost 8: Radionica o poslovnom modelu Canvas	
Aktivnost 9: Team building kroz igru escape room	
Aktivnost 10: Financijska pismenost na kocki – kviz	
Aktivnost 11: Kreativni dizajnerski sprint	
Aktivnost 12: Suoči se i djeluj! – od izazova do rješenja	
Aktivnost 13: Poslovni spoj na slijepo	
Aktivnost 14: Krug ideja: prodaj svoj rekvizit!	
Aktivnost 15: Procesi dizajnerskog razmišljanja	
PARTNERI	111
AUTORI	113



Statistika pokazuje da mlade gluhe i nagluhe osobe te osobe s komunikacijskim teškoćama podliježu čak dvostruko većoj šansi da budu dugotrajno nezaposleni, pogotovo u usporedbi s osobama koje čuju. Integracija gluhih i nagluhih osoba na tržište rada ključni je izazov jer više od 50 % od milijun gluhih i nagluhih osoba u Europi su nezaposlene, a oni koji su zaposleni često obavljaju potplaćene, pa čak i niže rangirane poslove u odnosu na završenu razinu svog obrazovanja. Gluhe i nagluhe osobe itekako mogu doprinijeti na tržištu rada, no nužno je osigurati im odgovarajuće obrazovanje te ih usmjeravati prilikom uključivanja na tržište rada kako bi ostvarili svoj potencijal i bili konkurentniji. Osobe koje poučavaju ili rade s gluhim i nagluhim osobama moraju biti upoznati sa specifičnostima gluhoće kao osjetilnog oštećenja, razumjeti prepreke s kojima se gluhe i nagluhe osobe susreću, pronalaziti najpogodnija rješenja za njih, te ih pritom osnaživati da prevladavaju izazove s kojima se suočavaju i istaknu se vlastitim kompetencijama i ambicijama na tržištu rada. Također, gluhe i nagluhe osobe te osobe s komunikacijskim teškoćama potrebno je upoznati sa zahtjevima tržišta rada i pripremiti ih za što uspješnije snalaženje na tržištu rada.

Iz tih je razloga projekt „Taking Matters Into Our Own Hands: Employment and Entrepreneurship“ usredotočen na dvije ciljane skupine mladih:

1. na osnaživanje mladih gluhih i nagluhih osoba te osoba s komunikacijskim teškoćama na poduzetničko razmišljanje i stvaranje prilika za samozapošljavanje;
2. pružiti osobama koje rade s mladima potrebna znanja i vještine iz područja poduzetništva za rad s mladim gluhim i nagluhim osobama te osobama s komunikacijskim teškoćama.

Shodno tomu, aktivnosti i ciljevi projekta su sljedeći:

- razvoj priručnika koji uključuje inovativne edukativne radionice i aktivnosti, te izrada dvaju tečaja u digitalnom obliku za samostalno učenje s praktičnim vježbama i savjetima kojima će mlade gluhe i nagluhe osobe te osobe s komunikacijskim teškoćama usvojiti znanja i vještine o karijernom razvoju i poduzetništvu;
- izrada kurikuluma koji je namijenjen osobama koje rade s mladima, a njime stječu znanja i vještine o tomu kako savjetovati o karijeri i profesionalno usmjeravati gluhe i nagluhe osobe te osobe s komunikacijskim teškoćama;
- kampanjama na društvenim mrežama osvještavati i informirati javnost, a osobito organizacije mladih, organizacije gluhih i nagluhih osoba te osoba s komunikacijskim teškoćama, obrazovne ustanove i druge institucije o specifičnostima gluhoće te komunikacijskih teškoća, problemima na koja nailaze na tržištu rada, nudeći im konkretne savjete i preporuke za uspješniji rad s mladim gluhim i nagluhim osobama te osobama s komunikacijskim teškoćama;
- izrada mrežne stranice projekta te digitalnog repozitorija za radnike s mladima, edukatore te mlade gluhe i nagluhe osobe, a na kojem će svi materijali nastali tijekom provedbe projekta biti trajno dostupni;
- završna konferencija na kojoj će biti predstavljeni obrazovni materijali nastali tijekom provedbe projekta te rezultati testiranja spomenutih materijala.



Obrazovni materijali (kurikulum, priručnik), tečaji u digitalnom obliku za samostalno učenje, kao i ostale aktivnosti ovoga projekta rezultati su suradničkog rada četiriju organizacija: Saveza gluhih i nagluhih Grada Zagreba, neprofitne organizacije za mlade „Youth Power“ iz Njemačke, tvrtke „Learning Library“ iz Estonije te talijanskog Sveučilišnog instituta „Scuola Superiore Carolina Albasio“.



O Priručniku

Drugi obrazovni materijal razvijen u sklopu ovog projekta jest priručnik namijenjen osobama koje rade s mladima, edukatorima i ostalim stručnjacima koji su izravno uključeni u rad s mladim gluhim i nagluhim osobama. Namijenjen je osobama koje rade s mladima, poput stručnjaka iz sustava socijalne skrbi, stručnjaka koji rade u sektoru za zapošljavanje te osoba koje rade u organizacijama civilnog društva, a koje bi tijekom svog rada mogle raditi s gluhim i nagluhim osobama, kao i s osobama s komunikacijskim teškoćama.

Cilj je pružiti im konkretne edukativne radionice i aktivnosti koje mogu provoditi u radu s ovom specifičnom ciljnom skupinom. Sve radionice i aktivnosti moguće je dodatno prilagoditi ovisno o specifičnim potrebama ciljnih skupina s kojima će osobe koje rade s mladima te edukatori raditi.

Priručnik se sastoji od 10 edukativnih radionica i 15 edukativnih aktivnosti. Radionice se mogu provoditi kao samostalne aktivnosti ili u sklopu intenzivnijih edukativnih programa. Aktivnosti su prvenstveno osmišljene kao dopuna edukativnim radionicama, no i one se mogu provoditi samostalno ili u sklopu drugih edukativnih sadržaja namijenjenih mladim gluhim i nagluhim osobama.

Ciljevi radionica i aktivnosti opisanih u ovom priručniku mogu se detaljnije istražiti pregledom svake pojedine radionice i sesije. Ukratko, edukativne radionice i aktivnosti obuhvaćaju sljedeće ishode učenja namijenjenih i prilagođenih mladim gluhim i nagluhim osobama:

- unaprijediti kreativne vještine rješavanja problema pomoću tehnika oluje mozgova, SCAMPER-a i umnih mapa, omogućujući sudionicima učinkovitije suočavanje s izazovima u stvarnim situacijama;
- razviti vještine sažimanja i razrade inovativnih ideja, usredotočujući se na metode koje potiču brzo generiranje ideja i njihovu praktičnu primjenu;

- unaprijediti prezentacijske vještine sudionika, uključujući osmišljavanje i izvođenje uvjerljivih prezentacija, njihovu sadržajnu i tehničku prilagodbu potrebama ciljne publike te korištene vizualno dojmljivih materijala;
- potaknuti timski rad i suradnju pomoću aktivnosti kojima se primarno razvijaju i jačaju međusobno povjerenje, učinkovita komunikacija i zajedničko rješavanje problema;
- poboljšati znanje o financijskoj pismenosti učeći sudionike o izradi proračuna, financijskom planiranju te vještinama upravljanja financijama, osobito korisnih početnicima u poduzetništvu;
- razviti među sudionicima vještine učinkovite analize tržišta rada, a koja uključuje prikupljanje i analizu podataka dobivenih anketama te istraživanjem i proučavanjem konkurenata;
- upoznati sudionike s principima inkluzivnog dizajna, potičući ih u osmišljavanju i razvoju proizvoda ili usluga koji će odgovarati različitim potrebama te promicati pristupačnost;
- unaprijediti vještine umrežavanja učenjem o tomu kako uspostaviti i jačati profesionalne odnose, koristiti društvene mreže te strateški iskoristiti prisustvo na događajima za stvaranje novih kontakata;
- jačati komunikacijske vještine među sudionicima, stavljajući naglasak na usvajanje verbalnih i neverbalnih tehnika, aktivno slušanje te učinkovito rješavanje konflikata, vještina ključnih za liderske uloge;
- pružiti sudionicima potrebna znanja i vještine za izradu cjelovitih poslovnih planova, postavljanje strateških ciljeva i uspješno ostvarivanje poslovnih inicijativa;
- unaprijediti timsku dinamiku i vještine zajedničkog rješavanja problema interaktivnim zabavnim i izazovnim aktivnostima poput *escape room*-a;
- poticati brzo prototipiranje i izradu iterativnog dizajna pomoću dizajnerskih *sprinteva* koji potiču sudionike na osmišljavanje konkretnih rješenja unutar kratkih vremenskih okvira;
- učiti ih o osnovnim principima dizajnerskog promišljanja, s naglaskom na ciljanu usredotočenost na korisnike, kao i poticanje empatije te razvoja inovativnih rješenja za stvarne probleme i izazove.

Ovaj priručnik rezultat je suradničkog rada dvaju partnera na ovom projektu (Saveza gluhih i nagluhих Grada Zagreba i organizacije Youth Power iz Njemačke) te je testiran u svim zemljama sudionicama (Hrvatska, Njemačka, Italija i Estonija).

Dostupan je na pet jezika: engleskom, hrvatskom, njemačkom, talijanskom i estonskom. Priručnik je trajno dostupan na službenoj mrežnoj stranici projekta (empower-employ.eu).

Radionice

Radionica i aktivnosti usmjerene su na ključne ciljeve učenja za gluhe i nagluhe mlade, uključujući:

- Razvijanje kreativnih vještina rješavanja problema korištenjem brainstorminga, SCAMPER-a i mapiranja uma.
- Pобољшanje stvaranja ideja i usavršavanja za djelotvorne rezultate.
- Izgradnja vještina predstavljanja uz isporuku usmjerenu na publiku i dojmljive vizualne prikaze.
- Poticanje timskog rada, povjerenja i zajedničkog rješavanja problema.
- Pобољшanje financijske pismenosti u proračunu i planiranju za startupove.
- Provođenje istraživanja tržišta putem anketa kupaca i analize konkurenata.
- Primjena načela uključivog dizajna za pristupačne proizvode i usluge.
- Jačanje vještina umrežavanja za izgradnju profesionalnih odnosa.
- Unapređenje komunikacijskih vještina za vodstvo, uključujući rješavanje sukoba.
- Izrada poslovnih planova sa strateškim ciljevima i načinima izvršenja.
- Poticanje timske dinamike aktivnostima poput izazova u escape-roomu.
- Poticanje brze izrade prototipa kroz kreativne dizajnerske sprintove.
- Podučavanje dizajnerskog razmišljanja za rješavanje problema usmjereno na korisnika i inovacije.



Radionica 1

Tehnike kreativnog rješavanja problema



Ciljevi:

Istražiti i naučiti kako primijeniti različite tehnike kreativnog rješavanja problema, uključujući tehniku oluje mozgova, SCAMPER metode i tehnike umnih mapa; a zatim kako na kreativan i učinkoviti način prevladati izazove.



Materijali:

Papir za bijelu ploču, markeri, samoljepljivi papirići, radni listići za SCAMPER metodu (po jedan za svakog sudionika), primjeri umnih mapa (po potrebi), olovke, papiri, vizualni materijali (poput piktograma ili slika za ilustraciju pojmova) te eventualno tableti ili prijenosna računala kao alati za vizualnu komunikaciju.



Preporučeno trajanje:

100 minuta



Bilješke:

Prije radionice, voditelj treba proučiti tehnike kreativnog rješavanja problema koji će biti obrađivani te posjedovati iskustvo o primjeni nekih od tih tehnika.

Potrebno je pripremiti dovoljan broj kopija radnih listova ovisno o konačnom broju sudionika. Poželjno je koristiti tablete ili prijenosna računala kad god je to moguće kako bi se smanjila upotreba papira.

Unaprijed pripremiti radne listove o metodi SCAMPER i predloške za umne mape.

Voditelj treba pripremiti vizualne materijale koji prate usmene upute. Preporučuje se koristiti velike i lako čitljive tekstove te slike za ilustraciju ključnih točaka. Preporučuje se i korištenje projektoru ili drugih oblika ekrana za prikaz uputa i primjera.

**Voditelj treba biti fluentan u znakovnom jeziku ili osigurati komunikacijskog posrednika. Ako je moguće, preporučuje se upotreba uređaja ili aplikacija koje pretvaraju govor u tekst u realnom vremenu.*



Postupak

Korak 1

Uvod u kreativno rješavanje problema – 15 minuta

Kao prvi korak, voditelj najavljuje temu ove radionice te tehnike koje će biti obrađene.

Voditelj započinje radionicu kratkim razgovorom sa sudionicima:

- što rade kada se suoče s problemom za koji nisu sigurni kako ga riješiti,
- za koje su tehnike kreativnog rješavanja problema već čuli
- jesu li ih već imali priliku koristiti.

Nakon toga voditelj predstavlja tri tehnike koje će obrađivati tijekom ove radionice. Po potrebi, objašnjena su dana na znakovnom jeziku ili prikazana tekstualno na ekranu.

Korak 2

Primjena kreativnih tehnika: oluja mozgova – 20 minuta

Sudionici se dijele u 4 do 5 manjih grupa. Svaka grupa dobiva vizualni opis specifičnog problema ili izazova koji treba riješiti. Voditelj objašnjava pravila oluje mozgova pomoću prezentacije. Također, pravila su jasno istaknuta na bijelom papiru.

Voditelj postavlja štopericu na 10 minuta i daje grupama znak za početak rada.

Problemi ili izazovi koji se dodjeljuju grupama kao njihov zadatak:

- Koji tehnološki alati ili aplikacije mogu gluhim i nagluhim osobama omogućiti učinkovitije vođenje njihova poslovanja?
- Što je sve moguće napraviti da bi komunikacija na radnim mjestima bila učinkovita te bila omogućena potpuna uključenost gluhih i nagluhih zaposlenika?
- Na koje je sve načine moguće pronaći poslove, a koji bi bili odgovarajući za gluhe i nagluhe osobe?
- Koje zabavne ili zanimljive ideje biste mogli pokrenuti u obliku malog biznisa s obitelji ili prijateljima?
- Koje su vještine potrebne za pokretanje vlastitog posla?

Pravila oluje mozgova koja će biti predstavljena i korištena tijekom ove vježbe:

- Nema loših ili pogrešnih ideja.
- Kritike nisu dobrodošle.
- Sve što vam padne na pamet je ispravno rješenje ili odgovor.
- Priznajemo i prihvaćamo tuđe ideje.
- Dijelimo sve što nam padne na pamet kao rješenje problema.

Nakon isteka zadanog vremena slijedi predstavljanje rezultata svake pojedinačne grupe. Voditelj zaključuje ovaj korak radionice ponovnim isticanjem pravila oluje mozgova.

Korak 3

Primjena kreativnih tehnika: SCAMPER metoda – 30 minuta

Nakon obrade oluje mozgova kao jedne od tehnika kreativnog rješavanja problema, voditelj najavljuje da se sljedeća vježba temelji na individualnom radu, a nastavlja se na prethodnu vježbu.

Svaki sudionik dobiva radni listić o SCAMPER metodi, u tiskanom ili digitalnom obliku te im objašnjava pravila ove metode.

Sudionici imaju 15 do 20 minuta da primjenom SCAMPER metode obrade jednu od ideja koju su razvili tijekom prethodnog koraka.

Na kraju, svaki sudionik prezentira svoj radni listić drugima, a zatim zaključuju ovaj korak radionice s raspravom o korisnosti metode SCAMPER pri usavršavanju ili proširivanju njihovih ideja.

Što je SCAMPER metoda?

Metoda SCAMPER temelji se na nizu poticajnih ili pak provokativnih pitanja koja pomažu u poboljšanju ili prenamijeni postojećih proizvoda, usluga ili situacija, omogućujući sagledavanje rješenja iz različitih perspektiva.

Metoda SCAMPER nudi sedam provokativnih perspektiva:

- Zamijeni
- Spoji
- Prilagodi
- Modificiraj
- Promijeni svrhu ili namjenu
- Ukloni nepotrebno
- Rastavi pa presloži (promjeni redosljed)

Korak 4

Primjena kreativnih tehnika: umne mape – 25 minuta

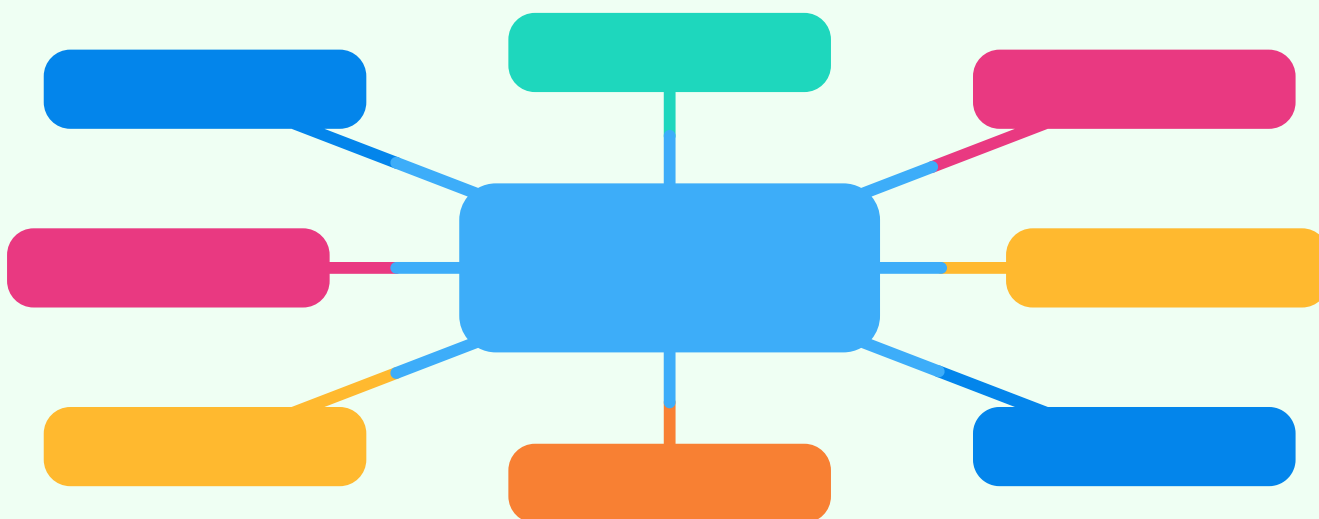
Nakon tehnike oluje mozgova i SCAMPER metode, voditelj predstavlja sudionicima sljedeću tehniku, a to su umne mape.

Za objašnjenje o pravilima ove tehnike, voditelj može koristiti Radni listić 2 te dodatne informacije koji se nalaze u odjeljku „Savjeti za voditelje“.

Nakon teorijskog uvoda, sudionici imaju 15 minuta za izradu umne mape problema koji su samovoljno izabrali ili izrade umne mape za jednu od ideja razvijenih u prvom koraku ove radionice.

Po završetku izrade umnih mapa, svaki sudionik drugima pokazuju svoje umne mape, a na kraju voditelj daje mogućnost sudionicima da podijele svoje dojmove te na koje načine mogu primijeniti ovu tehniku u svom svakodnevnom životu.

Što je tehnika umnih mapa (objašnjeno prema <https://simplemind.eu/>)



Umna je mapa alat koji omogućuje bilježenje razmišljanja koja se događaju u nečijoj glavi. Potiče osobu na razmišljanje, prikupljanje podataka, pamćenje i stvaranje ideja. Umne mape mogu se izrađivati na mnogo različitih načina, ali sve umne mape dijele iste osnove:

- Središnja tema Središnja tema postavlja se u sredinu prazne stranice. To može biti naslov, kratki naziv teme, problema ili pak nekakva misao.
- Asocijacije Iz središnje teme proizlaze asocijacije. Asocijacije koje idu izravno iz središnje teme nazivaju se prva razina asocijacija. Zatim iz njih nastaju asocijacije druge razine, pa asocijacije treće razine i tako dalje. Mozak razmišlja pomoću mašte i asocijacija. Pri stvaranju određene asocijacije, nastaju i određene veze, a one su ključne za pamćenje i razmišljanje.
- Ključne riječi Umne mape sažimaju informacije. Idealno je, umjesto rečenica, koristiti kratke ključne riječi ili fraze. Jedna riječ po asocijaciji pruža više slobode, kreativnosti i jasnoće.
- 7 asocijacija Umna mapa može imati mnogo prvih razina asocijacija, ali mozak može obuhvatiti maksimalno 7 asocijacija.
- Boje i slike Upotreba boje važna je u umnoj mapi. Istraživanja pokazuju da ljudi koji koriste boje i slike, tijekom razmišljanja, maštanja ili učenja, bolje pamte za razliku od onih koji to ne rade.

Pitanja za raspravu: Posljednjih 10 minuta radionice predviđeni su za raspravu i zaključak. U nastavku je popis predloženih pitanja za raspravu. Voditelj uvijek može prilagoditi pitanja i tijekom rasprave na temelju dobivenih rezultata tijekom provedbe ove radionice.

- Koju tehniku kreativnog rješavanja problema smatrate najučinkovitijom? Zašto? (pružite vizualne podsjetnike)
- Kako vam je tehnika oluje mozгова pomogla u generiranju ideja?
- Na koje je načine SCAMPER metoda unaprijedila ili proširila vaše ideje?
- Kako umne mape mogu pomoći da uočite povezanosti između različitih aspekata problema?
- Kako ćete koristiti ove tehnike pri rješavanju problema na koje budete nailazili?

Ključne točke nastalih tijekom rasprave prikazuju se vizualno, bilo na bijeloj ploči ili pomoću digitalnih uređaja.

Na kraju, voditelj zahvaljuje sudionicima na njihovom angažmanu i sudjelovanju, koristeći znakovni jezik ili alate za pretvorbu govora u tekst.

Također ih podsjeća na aktivno korištenje novousvojenih tehnika u svom svakodnevnom radu.



Savjeti za voditelje:

Voditelj treba poticati podržavajuće okruženje tijekom radionice, ističući da svaku ideju treba prihvatiti bez osuđivanja.

Budući da su ciljana skupina ove radionice upravo mlade gluhe i nagluhe osobe, voditelj treba unaprijed pripremiti sve materijale, kao i razmotriti korištenje alata u različitim koracima radionice – s ciljem osiguravanja ravnopravne uključenosti svih sudionika.

Tijekom pripreme za radionicu, voditelj treba detaljno istražiti predložene tehnike: SCAMPER metodu i umne mape, posebno ako ih prethodno nije koristio.



Preporučeni materijali za čitanje kao priprema za provedbu radionice:

- SCAMPER metoda
 - Scamper: How to Use the Best Ideation Methods <https://www.interaction-design.org/literature/article/learn-how-to-use-the-best-ideation-methods-scamper>
 - SCAMPER <https://thedecisionlab.com/reference-guide/philosophy/scamper>
 - What is scamper and how it can enhance your thinking abilities <https://www.instagram.com/project-management/what-is-scamper-definition-and-examples>
- Tehnika umnih mapa
 - Mind Mapping <https://simplemind.eu/how-to-mind-map/basics/>
 - What is a Mind Map? <https://www.mindmapping.com/mind-map>
 - What is Mind Mapping? What Are Its Uses? <https://www.mindmaps.com/what-is-mind-mapping/>



Radni listić 1

SCAMPER metoda



	Pitanja	Vaši odgovori
Zamijeni	<p>Što mogu zamijeniti kako bih postigao poboljšanje? Kako mogu zamijeniti mjesto, vrijeme, materijale ili ljude? Mogu li zamijeniti jedan dio drugim ili promijeniti bilo koji dio? Mogu li zamijeniti nekoga tko je uključen? Mogu li promijeniti pravila? Treba li promijeniti ime? Mogu li koristiti druge sastojke ili materijale? Mogu li koristiti druge procese ili postupke?</p> <p>Mogu li promijeniti oblik, boju, teksturu, zvuk ili miris? Mogu li ovu ideju primijeniti na druge projekte? Mogu li promijeniti svoje osjećaje ili stav prema tome?</p>	
Spoji	<p>Koje ideje, materijale, značajke, procese, ljude, proizvode ili komponente mogu spojiti? Mogu li spojiti ili kombinirati ovo ili ono s drugim objektima? Što mogu spojiti kako bih povećao potražnju? Što mogu spojiti kako bih smanjio troškove proizvodnje? Koje materijale mogu spojiti? Gdje mogu stvoriti sinergiju? Koji su najbolji elementi koje mogu spojiti kako bih postigao određeni rezultat?</p>	
Prilagodi	<p>Koji dio proizvoda mogu promijeniti? Mogu li promijeniti karakteristike nekog dijela? Mogu li potražiti inspiraciju u drugim proizvodima ili procesima, ali u drugačijem kontekstu? Nudi li povijest neka rješenja? Koje ideje mogu prilagoditi, kopirati ili posuditi iz tuđih proizvoda? Koje procese trebam prilagoditi? Mogu li prilagoditi kontekst ili ciljnu skupinu? Što mogu prilagoditi na ovaj ili onaj način kako bih postigao željeni rezultat?</p>	
Modificiraj	<p>Što mogu povećati ili učiniti većim? Što mogu smanjiti ili izbrisati? Mogu li naglasiti tipke, boje, veličinu, ...? Mogu li proširiti ciljnu skupinu? Što se može učiniti višim, većim ili jačim? Mogu li povećati brzinu ili učestalost? Mogu li dodati dodatne značajke? Kako mogu dodati dodatnu vrijednost? Što mogu ukloniti ili učiniti manjim, sažetijim, nižim, kraćim ili lakšim - ili pojednostaviti, podijeliti ili umanjiti? Što mogu promijeniti na ovaj ili onaj način kako bih postigao određeni rezultat?</p>	
Promijeni svrhu ili namjenu	<p>Za što još se može koristiti? Kako bi ga koristilo dijete ili starija osoba? Kako bi ga koristile osobe s različitim invaliditetima? Koje druge ciljne skupine bi mogle imati koristi od ovog proizvoda? Koja druga vrsta korisnika bi trebala ili željela moj proizvod? Tko ili što bi moglo koristiti proizvod? Može li ga koristiti još netko osim onih za koje je prvobitno namijenjen? Postoje li novi načini korištenja proizvoda osim u ovom trenutačnom obliku? Postoje li druge moguće upotrebe ako bih promijenio proizvod? Kako mogu ponovno koristiti nešto na određeni način ako učinim ovo ili ono?</p>	

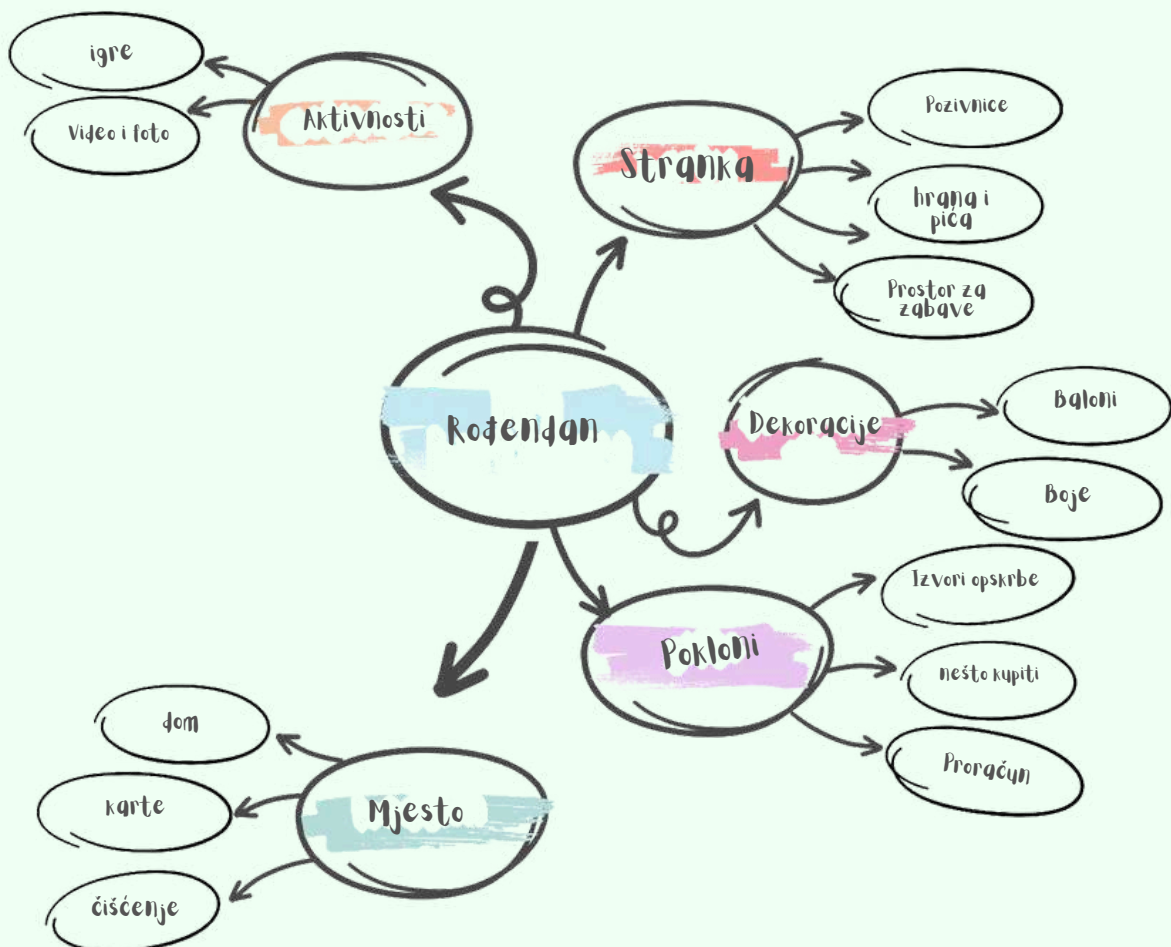
Ukloni nepotrebno	Što mogu ukloniti, a da ne promijenim funkciju? Mogu li smanjiti vrijeme ili komponente? Što bi se dogodilo ako bih uklonio neki dio ili komponentu? Mogu li smanjiti trud? Mogu li smanjiti troškove? Kako mogu pojednostaviti? Što je nepotrebno? Mogu li ukloniti pravila? Mogu li to učiniti manjim? Mogu li podijeliti svoj proizvod u različite dijelove? Što mogu eliminirati tako da učinim ovo ili ono?	
Rastavi pa presloži	Što mogu preurediti na neki način – mogu li zamijeniti komponente, uzorak ili raspored? Mogu li promijeniti tempo ili raspored? Što bih učinio da dio mog problema, proizvoda ili procesa radi obrnuto? Što mogu preurediti i na koji način da se ovo dogodi?	



Radni listić 2

Primjer umne mape

Primjer planiranja rođendanske zabave pomoću tehnike umne mape. Riječ je o jednostavnom primjeru koji se može koristiti pri objašnjavanju svrhe i pravila tehnike umne mape sudionicima.



Radionica 2

Kreiranje i razvijanje ideja



Ciljevi:

- Voditi sudionike kroz proces kreiranja i razvijanja inovativnih ideja.
- Pomoći sudionicima pri uspješnoj primjeni tehnika poput brzog kreiranja ideja, glasanja pomoću točkica i razvoja koncepata.
- Omogućiti sudionicima da po završetku radionice steknu vještine potrebnih za kreiranje ideja, kao i znanja o jasnoj proceduru pretvorbe kreiranih ideja u održiva rješenja.



Materijali:

Samoljepljivi papirići, naljepnice u obliku točkica, papiri formata A3 i A4, papiri za samostojeću bijelu ploču, olovke, markeri, štoperica, projektor



Preporučeno trajanje:

90 minuta



Bilješke:

- Voditelj radionice treba biti upoznat s metodama i vježbama koje će se koristiti tijekom radionice te imati znanje i iskustvo za njihovo učinkovito provođenje.
- Voditelj radionice treba znati kako prilagoditi metode i vježbe potrebama i mogućnostima gluhih i nagluhih sudionika.
- Voditelj radionice treba unaprijed pripremiti sav potreban materijal za radionicu, vodeći računa da ih ima dovoljno za sve prisutne sudionike.
- Budući da su sudionici radionice mlade gluhe i nagluhe osobe, preporučuje se da voditeljevo izlaganje uključuje kratke i jasne upute o temama koje se obrađuju, te da su prikazani na projektoru.





Postupak

Korak 1

Kreativni parovi (15 minuta)

Radionica započinje toplom dobrodošlicom tijekom koje voditelj iznosi ciljeve radionice. Ciljevi su stvaranje sigurnog i opuštenog mjesta za kreiranje ideja te predstavljanje metoda koje će sudionici koristiti tijekom radionice. Nakon uvodnog dijela, sudionici sudjeluju u aktivnosti nazvanoj „Kreativni parovi“.

U ovoj aktivnosti, sudionici se uparuju jedni s drugima, a zatim se zajedno suočavaju s izazovom – osmišljavanjem najkreativnije i najmaštovitije ideje koju moraju smisliti u roku od 3 minute. Svaki par zatim dijeli svoju ideju s ostalima, što doprinosi osjećaju zajedništva i uspostavlja kulturu „loše ideje ne postoje“. Uloga ove kratke aktivnosti jest tzv. probijanje leda, a ujedno i priprema sudionike na zajednički rad u nadolazećim vježbama.

Korak 2

Brzo kreiranje ideja (20 minuta)

Individualni rad (5 minuta)

U prvoj fazi sudionici imaju pet minuta za individualni rad, i za to kratko vrijeme bilježe što više svojih ideja na ljepljive papiriće ili kartice. Naglasak je na količini, a ne kvaliteti ideja; sudionike se potiče na prelazak granica svog uobičajenog načina razmišljanja te prihvate i ideje koje su divlje ili nekonvencionalne. Ova faza potiče spontano razmišljanje, često otkrivajući koncepte o kojima možda sudionik ne bi razmatrao u opuštenijim okolnostima.

Rad u parovima/rad u manjim grupama (5 minuta)

Nakon pet minuta, sudionici se dijele u male grupe (2-4 osobe) kako bi podijelili i raspravili o svojim idejama. U ovoj fazi grupnog rada sudionici jedni drugima nadograđuju ideje nastale tijekom prve faze rada, a to potiče nove perspektive ili nove varijacije o već zabilježenim idejama. Ova faza brzog kreiranja ideja omogućuje sudionicima da se oslobode pretjeranog razmišljanja, potičući ih da bilježe ideje koje mogu biti nepotpune ili nejasne, ali imaju potencijal za daljnje usavršavanje.

Refleksija (10 minuta)

Za refleksiju moguće je koristiti sljedeća pitanja:

- Kako je zadani vremenski rok utjecao na kreiranje vaših ideja? Je li vam bio od pomoći ili vam je stvarao pritisak?
- Jesu li kreirane neke ideje koje su vas posebno iznenadile?
- Kako je bilo fokusirati se na količinu umjesto na kvalitetu ideja? Je li to utjecalo na sadržaj nastalih ideja?
- Što ste primijetili u vezi sadržaja ideja koje su proizašle iz grupnog rada?
- Jeste li nadogradili nečiju ideju tijekom grupnog rada? Također, jesu li vaše prvotne ideje promijenjene ili poboljšane?

Korak 3

Glasanje pomoću točkica (15 minuta)

Nakon kreiranja mnogo ideja tijekom prethodne vježbe, ovaj dio radionice usmjeren je na glasanje pomoću točkica, metode koja omogućuje brzo i demokratsko sužavanje ponuđenih opcija. Svaka grupa postavlja na zadanom dijelu zida ili ploči svoje samoljepljive papiriće na kojima su zapisane sve ideje. Svaki sudionik zatim dobiva određeni broj naljepnica u obliku točkica (obično 3-5) i od njega se traži da ih zalijepi na one ideje koje smatra najperspektivnijima, inovativnima ili usklađenima s ciljevima radionice. Ovaj vizualni sustav glasovanja omogućuje sudionicima da jasno vide koje su to ideje koje se većini sudionika sviđaju. Često se tijekom ovakvog glasanja pojavljuje jedan obrazac ponašanja – određene ideje dobivaju snažniju podršku.

Nakon glasanja, voditelj raspravlja sa sudionicima o idejama koje su prikupile najveći broj glasova. Sudionici dijele svoja mišljenja i dojmove o idejama kojima su dali svoj glas, a ujedno i podršku. Ova otvorena diskusija ne potiče sudionike samo na izražavanje vlastitih preferencija nego stvara osjećaj vlasništva nad odabranim idejama, pogotovo jer one predstavljaju zajedničku odluku.

Korak 4

Razvoj koncepta (30 minuta)

Radionica sada ulazi u fazu razvoja koncepta, što znači da se ideje koje su dobile najveći broj glasova proširuju i usavršavaju, stvarajući od njih konkretne koncepte. Svaka grupa bira ili dobiva jednu od ideja s najviše glasova, a zatim ideju proširuju i usavršavaju.

Ova je faza važna jer omogućuje prijelaz s divergentnog razmišljanja (kreiranje ideja) na konvergentno razmišljanje (usavršavanje ideja).

Radeći u grupama, sudionici istražuju dodijeljenu ideju koristeći niz smjernica koje su osmišljene s ciljem produbljivanja njihova razumijevanja o dodijeljenoj ideji te stvaranju održive vizije o njoj. Smjernice mogu uključivati:

- Definirajte osnovnu ideju u jednoj jasnoj i sažetoj rečenici.
- Identificirajte potencijalne korisnike ili korisnice, razmatrajući o tomu kome je ideja namijenjena i kako odgovara njihovim potrebama.
- Nabrojite sve moguće izazove ili ograničenja o realizaciji ideje (ovo potiče grupe na racionalno i praktično razmišljanje u kojem pronalaze moguće prepreke).
- Stvorite rješenja ili poboljšanja kojima ćete ovladati preprekama ili izazovima na koje ste naišli (ovo potiče sudionike na kreativno i strateško razmišljanje).

Sudionike se potiče da svoju ideju prikažu vizualno, u obliku skice ili dijagrama, što im omogućuje da bolje sagledaju ideju o kojoj razmatraju te predstave svoj koncept prema ideji.

Proces razvijanja koncepta pretvara sirove ideje u promišljene prijedloge, dajući sudionicima osjećaj napretka i postignuća.

Na kraju ove aktivnosti, svaka grupa predstavlja svoj koncept ostalima. Ovaj dio omogućuje svakoj grupi dobivanje povratnih informacija o drugima, što može biti korisno za daljnje usavršavanje koncepta. Povratne informacije mogu biti fokusirane na jasnoću ideje, njezinu izvedivost ili na dodatne ideje koje je poželjno razmotriti.

Korak 5

Završna diskusija i refleksija (15 minuta)

Pitanja koja se mogu koristiti tijekom završne refleksije:

- Izdvojite jedan, vama bitan zaključak o današnjoj radionici.
- Koji dio radionice (brzo kreiranje ideja, glasanje pomoću točkica, razvoj koncepta) smatrate najkorisnijim i zašto?
- Na koje načine biste ove tehnike mogli koristiti u vlastitom radu?
- Što ste naučili o suradnji s drugima na tijekom kreiranja i usavršavanja ideja?
- Postoji li nešto što biste učinili drugačije u budućim sesijama u kojima bi se kreirale ili usavršavale ideje?
- Koje je vaše mišljenje o idejama za koje je vaša grupa razvijala koncept? Imaju li one potencijala za daljnji razvoj?



Savjeti za voditelje:

- Teme i pitanja predložena za individualne vježbe mogu se prilagoditi ili stvoriti nova ovisno o potrebama i interesima sudionika.
- Potičite aktivno sudjelovanje sudionika postavljanjem otvorenih pitanja, vođenjem rasprava i dijeljenjem praktičnih primjera.
- Osigurajte podržavajuće okruženje u kojem su sve ideje dobrodošle i cijenjene, potičući sudionike da se slobodno i kreativno izražavaju.
- Budite svjesni različitih načina komunikacija među sudionicima i njihovih različitih razina znanja i iskustva. Prilagodite svoj pristup kako biste osigurali da svi mogu aktivno sudjelovati i doprinosti.



Preporučeni materijali za čitanje kao priprema za provedbu radionice:

<https://www.nngroup.com/articles/dot-voting/>

<https://www.mural.co/blog/rapid-ideation>

Radionica 3

Vještine prezentiranja



Ciljevi:

- Unaprijediti prezentacijske vještine, što uključuje osmišljavanje koncepta i strukturiranje izlaganja prilagođenih potrebama publike, koristeći metodu *elevator pitch* te različite vježbe izrade i izlaganja uvjerljivih prezentacija.
- Razviti sposobnost prepoznavanja i razumijevanja očekivanja i potreba publike.
- Upotrebljavati jasne i praktične vizualne materijale kao podršku tijekom prezentiranja.



Materijali:

Bijela ploča, markeri, olovke i papiri, projektor, mobitel, tablet ili laptop, internetska veza, kartice sa slikama i imenima poznatih osoba (*korak 2*), radni listići za izradu prezentacije (*korak 5*), mjerač vremena



Preporučeno vrijeme:

120 minuta



Bilješke:

- Voditelj treba biti upoznat s metodama i vježbama koje će primjenjivati tijekom radionice, te posjedovati znanje i iskustvo u njihovoj provedbi.
- Voditelj treba znati metode i vježbe prilagoditi potrebama i mogućnostima gluhih i nagluhih sudionika.
- Voditelj treba unaprijed pripremiti dovoljan broj svih potrebnih materijala za ovu radionicu, ovisno o broju sudionika.



Preporuke:

- S obzirom na to da su sudionici radionice mlade gluhe i nagluhe osobe, preporučuje se da voditeljevo izlaganje bude popraćeno prezentacijom koja će sadržavati kratke i jasne upute o temama koje se obrađuju tijekom radionice.
- Poželjno je da na bijeloj ploči ili u prezentaciji koja će biti vidljiva na projektoru budu zapisane najvažnije upute, etape i trajanje svake etape, te ih postaviti tako da je vidljivo svim sudionicima tijekom cijelog trajanja radionice.
- Poželjno je da je voditelj fluentan u znakovnom jeziku i ostalim sustavima komunikacija gluhih i nagluhih osoba ili osigurati komunikacijskog posrednika. Ako je moguće, osigurati i uređaje koji pretvaraju govor u tekst.
- Koristiti mobitel, tablet ili laptop umjesto papira kad god je to moguće, kako bi se smanjila potrošnja papira.



Postupak

Korak 1

Upoznavanje s metodom *elevator pitch* (15 minuta)

Radionica počinje razgovorom između voditelja i svih sudionika. Voditelj im postavlja sljedeća pitanja:

- Je li vam se ikad dogodilo da ste morali iznenada i u kratkom roku održati kratku prezentaciju ili predstaviti svoju ideju? Ako da, kako ste se snašli?
- Jeste li upoznati s pojmom *elevator pitch*? Ako jeste, ispričajte što znate o tom pojmu?
- Jeste li dosad imali priliku sudjelovati u vježbi koja se temeljila na tehnikama metode *elevator pitch*? Ako jeste, ispričajte svoje iskustvo.
- Koja je svrha ove metode?
- Od kojih se elemenata sastoji metoda *elevator pitch*?
- Koliko bi najduže trebala trajati ova metoda da bi ispunila svoju svrhu?

Voditelj ukratko predstavlja metodu *elevator pitch*. Sudionike upoznaje s njezinom primjenom, svrhom, strategijom i pravilima. Predavanje uključuje analizu dobrih i loših primjera izlaganja, što omogućuje sudionicima da razumiju ključne elemente koji ga čine uspješnim.

Prije vježbi

- **PREPORUKE**
 - Omogućiti sudionicima stalno vidljivu prezentaciju koja sadrži kratke upute o metodi *elevator pitch*, kao i pravila koja je nužno poštovati.
 - Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.
 - Početak i kraj svake etape potrebno je istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.

Korak 2

Primjena metode *elevator pitch*: **Pogodi osobu!** – vježba 1. (20 minuta)

- **POSTUPAK**
 - Sudionici rade u parovima. Svaki sudionik izvlači jednu karticu sa slikom i imenom poznate osobe koju mora predstaviti svom partneru u 45 sekundi, bez navođenja imena osobe koju opisuje. Njegov partner mora pogoditi o kojoj je osobi riječ i navesti njezino ime, ne opisujući fizički izgled nego se usredotočiti isključivo na poslovne aspekte osobe.
 - Voditelj upoznaje sudionike s ciljevima, etapama i pravilima ove vježbe. Svaka etapa ove vježbe mora biti unaprijed objašnjena sudionicima i jasno istaknuta na bijeloj ploči ili prezentaciji.
 - Važan je vremenski okvir tijekom provedbe ove vježbe, stoga je za uspješnost potrebno poštovati zadanu kronologiju odnosno etape vježbe.

- **ETAPE**

- **Etapa 1: Priprema** (60 sekundi)
 - Svaki partner za sebe priprema izlaganje o kartici koju su izvukli
 - **Etapa 2: Ja ću opisati, ti pogodi!** (45 sekundi)
 - Prvi partner opisuje drugom partneru svoju karticu sa slikom osobe.
 - **Etapa 3: Ja ću opisati, ti pogodi!** (45 sekundi)
 - Drugi partner opisuje prvom partneru svoju karticu sa slikom osobe.
 - **Etapa 4: Diskusija** (5 minuta)
 - Zajednička razmjena dojmova i mišljenja o ovoj vježbi prema voditeljevim pitanjima:
 - Jeste li uspjeli pogoditi osobu o kojoj je izlagao vaš partner? Ako niste, što mislite da je utjecalo na to?
 - Koje ste strategije koristili kako biste svoje izlaganje učinili jasnim i zanimljivim?
 - S obzirom na to da su neki sudionici imali iste kartice, usporedite svoje strategije koje ste koristili tijekom pripreme i izlaganja.
 - Što vam je bilo najizazovnije u pripremi i izlaganju?
 - Što biste promijenili ili poboljšali u svom izlaganju za sljedeći put?
 - Koje su informacije partnera o vašem izlaganju bile najkorisnije?
 - Što ste naučili o komunikaciji i prezentiranju kroz ovu vježbu? Kako ćete to primijeniti u budućim situacijama?
-

Korak 3

Primjena metode *elevator pitch*: Slučajna publika – vježba 2. (30 minuta)

- **POSTUPAK**

- Sudionici su podijeljeni u grupe. Poželjno je da u svakoj grupi bude najviše 5 sudionika.
- Svaka grupa ima dva zadatka dobivenih izvlačenjem – prezentirati svoju ideju za određenu skupinu publike, a zatim glumiti određenu skupinu publike. Grupe ne znaju koja je ideja dodijeljena drugim grupama niti koja grupa predstavlja njihovu ciljanu skupinu publike kojoj će izlagati.
- Preporučuje se da po dvije grupe rade na istim zadacima kako bi na kraju mogle usporediti svoje strategije i rješenja.

- **ETAPE**

- **Etapa 1: Priprema** (8 minuta)
 - Svaka grupa radi na strategiji svog izlaganja o ideji koju su izvukli i prilagođavajući je publici kojoj je ideja namijenjena
- **Etapa 2: Izlaganje** (ovisi o konačnom broju grupa, 2 minute po grupi)
 - Svaka grupa izlaže svoju ideju isključivo 2 minute, druge ih grupe aktivno slušaju
- **Etapa 3: Ocjenjivanje** (3 minute)
 - Svaka grupa ocjenjuje izlaganje ideje grupe kojoj su bili ciljana skupina, otkrivajući tada koju su skupinu publike glumili odnosno predstavljali
- **Etapa 4: Rasprava** (10 minuta)
 - Voditelj zatvara ovu vježbu pitanjima koja postavlja svim grupama:
 - Na koji ste način osmišljavali strategiju za prezentaciju ideje?
 - Jeste li nailazili na određene poteškoće tijekom rada u grupi? Ako da, na koje ste poteškoće nailazili i kako ste ih riješili?
 - Koji je dio vježbe bio najizazovniji – priprema, izlaganje ili ocjenjivanje?
 - Prema vašem mišljenju, koje su tehnike izlaganja najučinkovitije?

- **PRIJEDLOZI IDEJA**

- Uvođenje fleksibilnog radnog vremena (publika: poslodavci)
- Predstavljanje ideje o pokretanju novog projekta (publika: partneri/vanjski suradnici)
- Predlaganje znatno skupljeg, ali boljeg paketa usluga od dosadašnjeg (publika: klijenti)
- Predstavljanje skupljeg, ali ekološki prihvatljivog proizvoda (publika: klijenti)

Korak 4

Kako izraditi i izložiti uvjerljivu prezentaciju? (20 minuta)

*Temeljenih na: *7 Presentation Skills to Wow Your Audience* i *Effective Presentation Skills for Business Communication*

Drugi dio radionice usredotočen je na usvajanje znanja i vještina o izradi prezentacije te izlaganju. Voditelj razgovara sa svim sudionicima o njihovim dosadašnjim prezentacijskim iskustvima postavljajući im sljedeća pitanja:

1. Prema vašem mišljenju, što prezentaciju čini uvjerljivom i zanimljivom?
2. Što vas tijekom prezentacije najčešće odbija ili vas navodi da izgubite interes za daljnjim praćenjem?
3. Sjećate li se neke prezentacije koja vas se dojmila? Ako da, zbog čega?
4. Što smatrate najizazovnijim tijekom izrade ili izlaganja?
5. Jeste li ikada imali izlaganje neke prezentacije? Ako jeste, kako ste se pripremali? Kojim ste se znanjima i zapažanjima vodili prilikom izrade, a zatim i izlaganja?

Na temelju dobivenih odgovora, voditelj drži kratko predavanje koje je popraćeno prezentacijom. Sudionike upoznaje s ključnim elementima uvjerljive prezentacije (jasna struktura, sadržaj usredotočen na ciljanu publiku, primjereno korištenje vizualnih pomagala, dojmljivo izlaganje, jasan i samouvjeren govor tijela).

Korak 5

Vježba izrade i izlaganja uvjerljive prezentacije (25 minuta)

- **POSTUPAK**

- Nakon voditeljeva kratkog uvodnog predavanja o pripremi i izlaganju prezentacije slijedi grupni rad. Svakoj grupi dodjeljuje se tema, a njihov je zadatak pripremiti prezentaciju o njoj, a zatim ju izložiti.
- Svakoj grupi dodjeljuje se radni listić sa sažetim opisom o pripremi, izradi te tehnikama izlaganja (radni listić 1).

- **PREPORUKE**

- Preporučuje se da po dvije grupe rade na istim zadacima kako bi na kraju mogle usporediti svoje strategije i rješenja.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.
- Početak i kraj svake etape potrebno je istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.

- **ETAPE**

- **Etapa 1: Priprema** (10 minuta)

- Svaka grupa priprema prezentaciju o temi koju su dobili, vodeći brigu o svim elementima koji prezentaciju čine uvjerljivom i zanimljivom.

- **Etapa 2: Izlaganje** (ovisi o konačnom broju grupa, svaka grupa po 5 minuta)

- Svaka grupa ima na raspolaganju isključivo 5 minuta za izlaganje svoje prezentacije.

- **Etapa 3: Diskusija** (10 minuta)

- Svaka grupa iznosi svoje mišljenje o prezentacijama drugih grupa komentirajući troje: strukturu, vizualne efekte i način izlaganja
 - Vježba završava međusobnom razmjenom dojmova i iskustva stečenih tijekom ove vježbe.

- **PRIJEDLOZI TEMA**

- Kako se pripremiti za prvi radni dan?
 - Kako ostati produktivan tijekom radnog dana?
 - Koje su prednosti volontiranja?
 - Koje su prednosti učenja novog jezika?

Korak 6

Završetak i zaključak (10 minuta)

Posljednjih 10 minuta predviđeni su za diskusiju i zaključak među svim sudionicima o znanjima, vještinama i dojmovima stečenih tijekom ove radionice. Voditelj im postavlja sljedeća pitanja:

- Koje su vještine iz ove radionice za vas bile najkorisnije?
- Koji vam je dio vježbi bio najizazovniji i kako ste ga savladali?
- Kako ste se osjećali radeći u grupi? Što ste naučili iz timskog rada?
- Što biste savjetovali nekome tko tek počinje učiti prezentacijske vještine?

Savjeti za voditelje:

- Teme i pitanja predloženi za pojedinačne vježbe voditelj može izmijeniti ili osmisliti nove ovisno o potrebama i interesima sudionika.
- Potičite aktivan angažman sudionika postavljanjem otvorenih pitanja, raspravom i primjerima iz prakse.
- Osigurajte podržavajuću atmosferu u kojoj su sve ideje dobrodošle i prihvatljive, te potičite sudionike na slobodno izražavanje i kreativnost.
- Osvijestite različite načine komunikacije među sudionicima i njihove razlike u dosadašnjim znanjima i iskustvima. Prilagodite svoj pristup kako bi svi mogli aktivno sudjelovati i doprinosti.





Preporučeni materijali za čitanje kao priprema za provedbu radionice:

- Elevator pitch
 - Developing Your Elevator Pitch

<https://careerdevelopment.princeton.edu/guides/networking/developing-your-elevator-pitch>

- How To Perfect The Art Of An Elevator Pitch

<https://www.antler.co/academy/startup-elevator-pitch>

- How to Create an Elevator Pitch (With Examples)

<https://www.thebalancemoney.com/elevator-speech-examples-and-writing-tips-2061976>

- Perfecting Your Pitch (audiobook)

<https://www.overdrive.com/media/1506902/perfecting-your-pitch>

- How to Pitch a Brilliant Idea (by Kimberly D. Elsbach)

<https://hbr.org/2003/09/how-to-pitch-a-brilliant-idea>

- Presentation skills and techniques
 - 7 Presentation Skills to Wow Your Audience

<https://www.some.education/blog/7-presentation-skills-to-wow-your-audience>

- Presentation Skills: 16 tips for effective presentations

<https://www.cbs.de/en/blog/15-effective-presentation-tips-to-improve-presentation-skills/>

- How to Give a Killer Presentation (Lessons from TED by Chris Anderson)

<https://hbr.org/2013/06/how-to-give-a-killer-presentation>

- Presentation Skills and Techniques

<https://www.businessballs.com/communication-skills/presentation-skills-and-techniques/>

- Brilliant Presentation Skills Training for Business – 8 Top Tips

<https://benjaminball.com/blog/presentation-skills-training-for-business/>

- Tips & Techniques to Improve Your Presentation Skills Business presentation

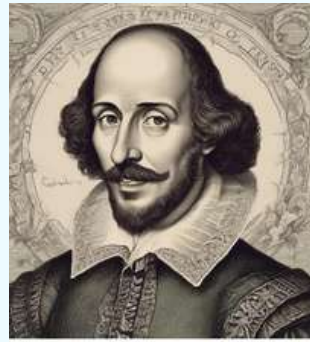
<https://bigbangpartnership.co.uk/tips-techniques-to-improve-your-presentation-skills/>



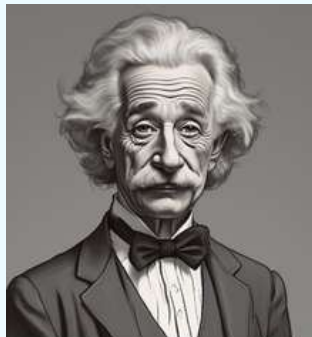
Kartice za vježbu 1



LUKA MODRIĆ



WILLIAM SHAKESPEARE



ALBERT EINSTEIN



MADONNA



CRISTIANO RONALDO



WINSTON CHURCHILL



TAYLOR SWIFT



ELVIS PRESLEY



Radni listić 1

Kako izraditi i izložiti uvjerljivu prezentaciju?

7 prezentacijskih vještina

1	Upoznaj publiku	Prije prezentacije Istražite i upoznajte svoju publiku. Tijekom prezentacije Postavljajte pitanja. Analizirajte neverbalne znakove.
2	Umijeće pripovijedanja	Započnite jasnom porukom. Koristite jednostavnu strukturu. Pričajte jednostavno i jasno. Pričajte o osobama i događajima s kojima se publika može poistovjetiti. Uključite humor.
3	Vizualni efekti	Manje je više! Koristite kvalitetne slike. Izbjegavajte previše teksta. Strateški birajte boje i druge efekte. Upotrijebite druge oblike multimedije.
4	Govor tijela	Imajte uspravan stav. Ostvarite kontakt očima. Izbjegavajte nervozne pokrete. Koristite ruke i geste lica.
5	Govor i intonacija glasa	Vježbajte govoriti s jasnom namjerom. Varirajte tempo. Obratite pažnju na glasnoću. Napravite pauzu u govoru.
6	Uključivanje publike	Uključite priču. Postavljajte pitanja. Koristite humor. Koristite vizualna sredstva. Uključite publiku.
7	Upravljanje pitanjima i povratnim informacijama	Pažljivo slušajte. Ponovite ili preformulirajte pitanje. Budite sažeti. Koristite primjere iz stvarnog života. Budite iskreni.

Radionica 4

Team building i suradnja



Ciljevi:

- Upoznati sudionike s pojmom *team building*, njegovom svrhom i važnosti tako što će biti uključeni u niz interaktivnih zadataka koji potiču timski rad i suradničko rješavanje problema.
- Ojačati aspekte koji oblikuju timsku dinamiku: komunikaciju i povjerenje među članovima tima, aktivno slušanje, uvažavanje jedni drugih, prihvaćanje različitosti te suradničko rješavanje problema.
- Prepoznati svoju ulogu i način na koji kao pojedinci mogu doprinijeti uspjehu timskog rada



Materijali:

Bijela ploča, markeri, olovke i papiri, projektor, mobitel, tablet ili laptop, internetska veza, vrećica s materijalima (*korak 1*), kartice s informacijama (*korak 3*), plakati i flomasteri (*korak 3*), mjerač vremena



Preporučeno vrijeme:

90 minuta



Bilješke:

- Voditelj treba biti upoznat s tematikom radionice, metodama i vježbama koje će primjenjivati tijekom radionice, te posjedovati znanje i iskustvo u njihovoj provedbi.
- Voditelj treba znati metode i vježbe prilagoditi potrebama i mogućnostima gluhih i nagluhih sudionika.
- Voditelj treba unaprijed pripremiti dovoljan broj svih potrebnih materijala za ovu radionicu, ovisno o konačnom broju sudionika.



Preporuke:

- S obzirom na to da su sudionici radionice mlade gluhe i nagluhe osobe, preporučuje se da voditeljevo izlaganje bude popraćeno prezentacijom koja će sadržavati kratke i jasne upute o temama koje se obrađuju tijekom radionice.
- Poželjno je da na bijeloj ploči ili u prezentaciji koja će biti vidljiva na projektoru budu zapisane najvažnije upute, etape i trajanje svake etape, te ih postaviti tako da je vidljivo svim sudionicima tijekom cijelog trajanja radionice.
- Poželjno je da je voditelj fluentan u znakovnom jeziku i ostalim sustavima komunikacija gluhih i nagluhih osoba ili osigurati komunikacijskog posrednika. Ako je moguće, osigurati i uređaje koji pretvaraju govor u tekst.
- Koristiti mobitel, tablet ili laptop umjesto papira kad god je to moguće, kako bi se smanjila potrošnja papira.



Postupak

Korak 1

Razbijanje leda – izgradnja kuće (30 minuta)

Radionica započinje zadatkom izgradnje kuće.

UPUTE:

- Voditelj dijeli sudionike u manje grupe (poželjno je da u svakoj grupi bude najviše 4 osobe).
- Voditelj ne otkriva puno informacija o zadatku, osim da je cilj da svaka grupa izradi kuću u zadanom vremenu koristeći materijale koji će im biti na raspolaganju.
- Po isteku zadanog vremena, svaka grupa predstavlja svoju kuću i ukratko objašnjava proces izrade.
- Zadatak završava zajedničkim razgovorom o iskustvima i zapažanjima o zadatku i timskom radu.

MATERIJALI ZA IZGRADNJU:

- Svaka grupa dobiva identične materijale: špagete, stiropor, ljepljivu traku, kartone, čepove od boca, stare novinske papire

NAPOMENE:

- Grupe imaju isključivo 20 minuta za izgradnju kuće.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.
- Kraj zadatka istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.

Korak 2

Što je *team building*? (20 minuta)

- Voditelj nastavlja s radionicom postavljajući sudionicima sljedeća pitanja:
 - Kako biste objasnili što je *team building*?
 - Kako se osjećate kada radite u timu? Koje su za vas prednosti i mane timskoga rada?
 - Smatrate li da je *team building* koristan?
 - Jeste li znali da je prethodni zadatak zapravo uključivao elemente *team buildinga*?
 - Jeste li ikad sudjelovali u aktivnostima koje su bile usmjerene na jačanje odnosa i izgradnju povjerenja među članovima tima?
- Na temelju dobivenih odgovora, voditelj drži kratko predavanje upoznavajući sudionike s pojmom *team building*, njegovom svrhom i važnosti.



Korak 3

Komunikacijski izazov – organizacija događaja (30 minuta)

Nakon teorijskog uvoda slijedi interaktivni zadatak koji potiče timski rad, suradničko rješavanje problema i aktivno slušanje.

UPUTE:

1. Voditelj dijeli sudionike u manje grupe.
2. Sve grupe imaju isti zadatak – izraditi plan za organizaciju događaja, ali s posebnim uvjetom – svaki član tima ima različite informacije koje drugi članovi ne znaju (primjerice, jedan član ima popis uzvanika, drugi član zna mjesto i vrijeme događaja i tako dalje).
3. Grupe imaju isključivo 15 minuta da međusobno razmjene informacije i surađuju u izradi plana.
4. Po isteku zadanog vremena slijedi prezentacija plana događaja svake grupe.
5. Zadatak završava raspravom i refleksijom o njemu. Sudionici međusobno razmjenjuju dojmove i zapažanja.
6. Preporučuje se da po dvije grupe rade na istim zadacima kako bi na kraju mogle usporediti svoje strategije i rješenja.

POTREBNI MATERIJALI:

- Kartice s različitim informacijama o pojedinostima organizacije događaja (svakom članu tima dodijeliti jednu karticu koja sadrži određenu informaciju)

NAPOMENE:

- Grupe imaju isključivo 15 minuta za izradu plana za organizaciju događaja.
- Ovisno o konačnom broju članova grupe, nekim ili svim članovima možete podijeliti više od jedne kartice s informacijom.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.
- Kraj zadatka istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.

PREPORUČENE TEME

- **Organizacija jednodnevnog izleta**

(svakom članu grupe podijeliti informacije o različitim aspektima izleta: odredištu, prijevozu, budžetu, programu, mjestu i vremenu,...)

- **Organizacija tematskog događaja**

(svakom članu grupe podijeliti informacije o različitim aspektima događaja: mjestu i vremenu, popisu uzvanika, tematici događaja, budžetu, jelovniku,...)

- **Organizacija dobrotvorne akcije**

(svakom članu podijeliti informacije o različitim aspektima događaja: popisu donatora, popisu uzvanika, mjestu i vremenu, budžetu, programu,...)

Korak 4

Završetak i zaključak (10 minuta)

Posljednjih 10 minuta predviđeni su za diskusiju i zaključke među svim sudionicima o znanjima, iskustvima i dojmovima stečenih tijekom ove radionice. Voditelj im postavlja sljedeća pitanja:

- Što ste naučili o *team buildingu* tijekom ove radionice?
- Kako ste se osjećali dok ste radili u timu?
- Što je tijekom timskog rada bilo najizazovnije i kako ste to savladali?
- Što ste naučili o sebi u kontekstu timskog rada tijekom ove radionice?



Savjeti za voditelje:

- Voditelj može izmijeniti predložene teme ovisno o potrebama ili interesima sudionika, ili pak koristiti nove materijale ovisno o vlastitim mogućnostima.
- Osigurajte podržavajuću atmosferu u kojoj su sve ideje dobrodošle i prihvatljive.
- Potičite sudionike da slobodno izraze svoja mišljenja i ideje te postavljaju pitanja.
- Osvijestite različite načine komunikacije među sudionicima i njihove razlike u dosadašnjim znanjima i iskustvima. Prilagodite svoj pristup kako bi svi mogli aktivno sudjelovati i doprinosti.



Preporučeni materijali za čitanje kao priprema za provedbu radionice:

- Team building

- The Science of Teambuilding

<https://fullfocus.co/the-science-of-team-building/>

- What Team Building Is and How to Achieve It

<https://www.businessnewsdaily.com/11122-team-building.html>

- 10 Proven Team-Building Strategies

<https://trainingmag.com/10-proven-team-building-strategies/>

- Why Team Building Is The Most Important Investment You'll Make

<https://www.forbes.com/sites/brianscudamore/2016/03/09/why-team-building-is-the-most-important-investment-youll-make/>

Radionica 5

Financijska pismenost za početnike



Ciljevi:

- Upoznati sudionike s temeljnim znanjima o upravljanju financijama te razumjeti njegovu važnost u kontekstu vođenja malih i novoosnovanih poduzeća.
- Unaprijediti znanja o kreiranju proračuna i razviti vještine za učinkovitu raspodjelu sredstava prema troškovniku i unutar ograničenih resursa.
- Usvojiti znanja i vještine o održivosti poslovanja sudjelujući u zadacima izrade financijskog plana i proračuna s neočekivanim financijskim troškovima.
- Jačati vještine timskoga rada sudjelujući u grupnim zadacima izrade proračuna i financijskog planiranja, a koji potiču sudionike na zajedničko donošenje odluka i rješavanje financijskih izazova.



Materijali:

Bijela ploča, markeri, olovke i papiri, projektor, mobitel, tablet ili laptop, internetska veza, set kartica s pojmovima i set kartica s definicijama (*korak 1*), proračunska tablica za organizaciju događaja (*korak 3*), proračunska tablica za vođenje kafića (*korak 4*), mjerač vremena



Preporučeno vrijeme:

120 minuta



Bilješke:

- Voditelj treba dobro poznavati tematiku radionice i zadataka te imati relevantno iskustvo u njihovoj provedbi i primjeni u praksi.
- Voditelj treba znati metode i zadatke prilagoditi potrebama i mogućnostima gluhih i nagluhih sudionika.
- Voditelj treba unaprijed pripremiti dovoljan broj svih potrebnih materijala za ovu radionicu, ovisno o konačnom broju sudionika.



Preporuke:

- S obzirom na to da su sudionici radionice mlade gluhe i nagluhe osobe, preporučuje se da voditeljevo izlaganje bude popraćeno prezentacijom koja će sadržavati kratke i jasne upute o temama koje se obrađuju tijekom radionice.
- Poželjno je da na bijeloj ploči ili u prezentaciji koja će biti vidljiva na projektoru budu zapisane najvažnije upute, etape i trajanje svake etape, te ih postaviti tako da je vidljivo svim sudionicima tijekom cijelog trajanja radionice.
- Poželjno je da je voditelj fluentan u znakovnom jeziku i ostalim sustavima komunikacija gluhih i nagluhih osoba ili osigurati komunikacijskog posrednika. Ako je moguće, osigurati i uređaje koji pretvaraju govor u tekst.
- Koristiti mobitel, tablet ili laptop umjesto papira kad god je to moguće, kako bi se smanjila potrošnja papira.



Postupak

Korak 1

Spoji financijske pojmove! (20 minuta)

Radionica započinje zadatkom spajanja osnovnih financijskih pojmova s odgovarajućim definicijama.

UPUTE:

- Voditelj dijeli sudionike u parove ili u manje grupe, a zatim svakom paru ili grupi dodjeljuje set kartica s pojmovima i set kartica s definicijama (broj kartica mora biti jednak za oba seta).
- U sljedećih 10 minuta sudionici zajednički spajaju pojmove s odgovarajućim definicijama.
- Na kraju slijedi zajednička provjera zadatka – jesu li pojmovi ispravno povezani s njima pripadajućim definicijama. Voditelj ukazuje na eventualne greške i ispravlja ih, te pruža dodatna pojašnjenja ako su potrebna. Također, tijekom provjere potiče sudionike na postavljanje pitanja i raspravu o pojmovima.

POTREBNI MATERIJALI:

- Set kartica s pojmovima i set kartica s definicijama (broj kartica mora biti jednak za oba seta)

NAPOMENE:

- Sudionici imaju isključivo 10 minuta za slaganje pojmova.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.
- Kraj zadatka istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.

PREPORUČENE KARTICE S POJMOVIMA I DEFINICIJAMA:

*Preporučene kartice s temama i definicijama voditelj može prilagoditi ili izraditi nove, ovisno o potrebama i interesima sudionika.

Prihod	Ukupni novac koji poduzeće zarađuje od svojih poslovnih aktivnosti.
Troškovi	Svi troškovi koje poduzeće ima tijekom poslovanja.
Novčani tok	Razlika između novca koji ulazi i izlazi iz poduzeća u određenom razdoblju.
Imovina	Sva sredstva koja poduzeće posjeduje i može ih koristiti za poslovanje.
Obveze	Svi dugovi ili obveze koje poduzeće ima prema vjerovnicima.
Bilanca	Financijski izvještaj koji prikazuje imovinu, obveze i kapital poduzeća.
Profit	Razlika između prihoda i troškova, koja pokazuje koliko je poduzeće zaradilo ili izgubilo.
Budžet	Plan koji prikazuje očekivane prihode i troškove za određeno razdoblje.

Korak 2

S financijama na ti! – teorijski uvod (20 minuta)

UPUTE:

- Radionica se nastavlja kratkim voditeljevim izlaganjem koje obuhvaća teorijski pregled osnovnih financijskih koncepata potrebnih za vođenje i održavanje malih i novoosnovanih poduzeća, a cilj je sudionicima pružiti uvid u važnost ispravnog upravljanja financijama.
- Ovo uvodno izlaganje predstavlja temelj za daljnje aktivnosti tijekom ove radionice jer će sudionici na nizu praktičnih zadataka primjenjivati stečena znanja o financijskim pojmovima i upravljanju financijama, s posebnim naglaskom na financijsko planiranje i održivost.

NAPOMENE:

- Pobrnuti se da prezentacija sadrži kratka, jasna i pregledna objašnjenja koja prate izlaganje.
-

Korak 3

Osnove financijskog planiranja – upravljaj budžetom! (25 minuta)

UPUTE:

- Voditelj dijeli sudionike u manje grupe (poželjno je da u svakoj grupi bude 4 ili 5 sudionika).
- Sve grupe imaju isti zadatak – izraditi jednostavan financijski plan za organizaciju događaja. Cilj je prepoznati ključne elemente financijskog plana i zajednički odrediti prioritete pri raspodjeli budžeta, pritom pazeći da se ne premaši zadani budžet.

NAPOMENE:

1. Početak i kraj svake etape potrebno je istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.
2. Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.

ETAPE:

ETAPA 1: Dodjela budžeta (10 minuta)

- Svaka grupa dobiva identičan iznos budžeta (2000 €) za organizaciju događaja. Nakon upoznavanja s osnovnim troškovima, slijedi zajednički rad na zadatku – raspodijeli budžeta među različitim kategorijama troškova, pri čemu samostalno odlučuju o prioritetima, ali ne smiju prekoračiti zadani budžet.

ETAPA 2: Prezentacija (ovisi o broju grupa; 3 minute po grupi)

- Svaka grupa prezentira svoj financijski plan, uz objašnjenja o načinu i razlozima raspodjele sredstava.

ETAPA 3: Diskusija (5 minuta)

- Sudionici raspravljaju o primijenjenim strategijama, izazovima s kojima su se potencijalno suočavali te dojmovima o zadatku i timskom radu.
- S obzirom na to da su sve grupe imale identičan zadatak, poželjno je da fokus rasprave bude na usporedbi primijenjenih strategija i analizi rješenja.

PREDLOŽENI BUDŽET:

Organizacija događaja – konferencija

Zadani budžet: 2000 €

Korak 4

Financijska avantura - upravljanje budžetom (45 minuta)

UPUTE:

- Voditelj dijeli sudionike u manje grupe (poželjno je da u svakoj grupi bude 4 ili 5 sudionika).
- Sve grupe dobivaju isti financijski proračun za vođenje manjeg kafića u iduća tri mjeseca, no tijekom rada na zadatku svaka grupa dobiva drugačije nepredviđene troškove ili situacije koje se mogu pozitivno ili negativno odraziti na njihov trenutni budžet i vođenje kafića. Zadatak je svake grupe održavati financijsku stabilnost i poslovanje kafića prilagođavajući svoj plan dobivenim karticama.

NAPOMENE:

- Sve grupe u isto vrijeme dobivaju novu karticu s određenom informacijom te imaju isključivo 5 minuta za osmišljavanje rješenja i ažuriranje svog financijskog plana.
- Svaka grupa dobit će tri kartice s različitim informacijama, ali će se na kraju, tijekom prezentacije, otkriti da su sve grupe zapravo imale identične kartice s istim izazovima, samo podijeljene u različitim etapama.
- Početak i kraj svake etape potrebno je istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.

ETAPE:

ETAPA 1: Početni financijski proračun (5 minuta)

- Svakoj grupi dodjeljuje se isti financijski proračun i troškovnik za vođenje manjeg kafića u iduća tri mjeseca i imaju 5 minuta za proučavanje i razumijevanje osnovnih stavki proračuna i troškovnika.

ETAPA 2: Prvi izazov (5 minuta)

- Svakoj grupi dodjeljuje se prva kartica s određenom informacijom (svaka grupa dobiva drugačiju informaciju) te u skladu s dodijeljenom karticom osmišljavaju rješenje i ažuriraju svoj financijski plan.

ETAPA 3: Drugi izazov (5 minuta)

- Grupama se dodjeljuje druga kartica s određenom informacijom (svaka grupa dobiva drugačiju informaciju) te u skladu s dodijeljenom karticom osmišljavaju rješenje i ažuriraju svoj financijski plan.

ETAPA 4: Posljednji izazov (5 minuta)

- Grupama se dodjeljuje posljednja kartica s određenom informacijom (svaka grupa dobiva drugačiju informaciju) te u skladu s dodijeljenom karticom osmišljavaju rješenje i ažuriraju svoj financijski plan.

ETAPA 5: Presentacija (ovisi o broju grupa; 5 minuta po grupi)

- Svaka grupa prezentira svoja rješenja i ažurirani financijski proračun ostalim sudionicima, ističući strategije koje su primjenjivali kako bi održali stabilnost poslovanja.
- U ovoj etapi grupe otkrivaju da su dobivali kartice s istim informacijama, samo podijeljene u različitim etapama.

ETAPA 6: Diskusija (10 minuta)

- Ovaj zadatak završava voditeljevim pitanjima o strategijama koje su koristili, izazove s kojima su se suočavali i dojmovima stečenih tijekom rada na zadatku:
 - Koje ste strategije koristili kako biste prilagodili svoj proračun nepredviđenim troškovima i situacijama?
 - Biste li promijenili svoje strategije kada biste ponovno radili ovaj zadatak? Obrazložite svoj odgovor.
 - Jeste li primijetili razlike u strategijama između vaše grupe i ostalih grupa? Obrazložite svoj odgovor.
 - Kako ste kao grupa surađivali tijekom zadatka?
 - Kako ste se osjećali kada ste otkrili da su sve grupe imale iste kartice s izazovima, samo dodijeljene u različitim etapama? Je li to utjecalo na drugačija rješenja među grupama?
 - Na koji način iskustva stečenih tijekom ove vježbe mogu pomoći u vašem poslovnom okruženju?

PREDLOŽENI FINANCIJSKI PLAN ZA VOĐENJE KAFIĆA:**Mjesečni budžet: 1000 €**

Svaki mjesec imate na raspolaganju budžet od 1000 € za vođenje kafića. U sljedećoj proračunskoj tablici rasporedite ovaj budžet za iduća tri mjeseca, s ciljem održavanja ili povećanja postojećeg budžeta. Također, prilagodite svoj proračun u skladu s izazovima navedenim na karticama koje ćete primiti.

	Kategorija troškova	Mjesec 1	Mjesec 2	Mjesec 3	Mjesec 4
Fiksni troškovi	Najamnina	80 €			
	Režijski troškovi	50 €			
	Plaća za dvoje zaposlenika	500 €			
	Osiguranje	25 €			
Varijabilni troškovi	Marketing	100 €			
	Nabava zaliha (piće i drugi proizvodi)	100 €			
	Štednja	50 €			

KRTICE S IZAZOVIMA

<p>Došlo je do iznenadnog kvara na aparatu za kavu, a trošak za popravak iznosi 300 €.</p> <p>Kako ćete prilagoditi proračun da pokrijete ovaj trošak?</p> <p>Čime ćete nadomjestiti aparat za kavu dok je na popravku?</p>	<p>Cijena najamnine od sljedećeg mjeseca povećava se za 15%.</p> <p>Kako ćete preusmjeriti sredstva da pokrijete povećanje troškova?</p> <p>Koje stavke vašeg proračuna ćete smanjiti ili prilagoditi da biste zadržali financijsku stabilnost?</p>	<p>Dobili ste donaciju u iznosu od 200 €.</p> <p>Kako ćete iskoristiti ovu donaciju za poboljšanje poslovanja?</p>
---	---	--

Korak 5

Završetak i zaključak (10 minuta)

Radionica završava zajedničkom diskusijom o znanjima, iskustvima i dojmovima stečenih tijekom rada na zadacima. Voditelj im postavlja sljedeća pitanja:

- Što ste novo naučili o financijskom upravljanju, a primjenjivo je u vašim stvarnim poslovnim situacijama?
- Kako biste ocijenili svoj angažman tijekom timskog rada, i što biste možda promijenili da poboljšate svoj angažman?

Savjeti za voditelje:

- Voditelj može prilagoditi, izmijeniti ili osmisliti nove kartice prilagođavajući ih specifičnim potrebama grupe ili ciljevima radionice.
- Osvijestite različite načine komunikacije među sudionicima, kao i njihove razlike u dosadašnjim znanjima i iskustvima. Prilagodite svoj pristup tako da svi mogu aktivno sudjelovati i doprinosti.
- Osiguravajte podržavajuću atmosferu te potičite sudionike da postavljaju pitanja i slobodno izražavaju svoja mišljenja i ideje.



Preporučeni materijali za čitanje kao priprema za provedbu radionice:

- Team building
 - The Science of Teambuilding
<https://fullfocus.co/the-science-of-team-building/>
 - What Team Building Is and How to Achieve It
<https://www.businessnewsdaily.com/11122-team-building.html>
 - 10 Proven Team-Building Strategies
<https://trainingmag.com/10-proven-team-building-strategies/>
 - Why Team Building Is The Most Important Investment You'll Make
<https://www.forbes.com/sites/brianscudamore/2016/03/09/why-team-building-is-the-most-important-investment-youll-make/>

Osnove istraživanja tržišta



Ciljevi:

- Upoznati sudionike s osnovama istraživanja tržišta i njegovom ulogom u donošenju informiranih poslovnih odluka.
- Razviti vještine o provedbi anketa među ciljanim korisnicima, fokus grupama te znanja o analizi i procjeni konkurenata.
- Razviti praktična znanja i vještine o primjeni tehnika istraživanja tržišta u stvarnim uvjetima s ciljem boljeg razumijevanja publike i prepoznavanja prilika za rast i napredak.



Materijali:

Samoljepljivi papirići, naljepnice s točkama, papiri A3 i A4 formata, papiri za bijelu ploču, olovke, markeri, štoperica, projektor, stabilna internetska veza



Preporučeno trajanje:

135 minuta



Bilješke:

- Poželjno je da voditelj radionice, po mogućnosti, upozna sudionike kako bi mogao primjere i vježbe prilagoditi njihovim potrebama i mogućnostima, pogotovo jer su sudionici mlade gluhe i nagluhe osobe.
- Materijale je poželjno pripremiti u pisanom i vizualnom formatu kako bi se obuhvatili različiti komunikacijski stilovi među gluhim i nagluhim sudionicima.
- Poželjno je provjeriti opremu koja će biti korištena radi izbjegavanja tehničkih poteškoća, osobito tijekom istraživačkog dijela radionice.





Postupak

Korak 1

Probijanje leda (15 minuta)

Radionica započinje stvaranjem ugodne i opuštene atmosfere pomoću brzog kviza kojemu je glavna uloga takozvano razbijanje leda. Riječ je o jednostavnoj vježbi koja opuštenim i laganim tempom uvodi sudionike u temu istraživanja tržišta. Sudionici odgovaraju na zabavna i zanimljiva pitanja, primjerice sudionici bi mogli dobiti pitanje o njihovom omiljenom proizvođaču grickalica, a zatim će raspravljati o važnosti poznavanja tih preferencija prilikom pokretanja posla koji ima veze s grickalicama. Na samom početku, upravo ovom vježbom, osvješćuju da se istraživanje tržišta ne svodi samo na statistiku i izvješća – ono uključuje razumijevanje ljudskih potreba i sklonosti. Ova aktivnost ublažuje početnu napetost među sudionicima, ali i potiče njihovu znatiželju o istraživanju tržišta, a o čemu će detaljnije učiti tijekom ove radionice.

Korak 2

Što je istraživanje tržišta? (15 minuta)

Nakon uvodne aktivnosti slijedi voditeljevo kratko izlaganje o osnovama istraživanja tržišta. Voditelj ističe važnost prikupljanja informacija i njihovog utjecaja na donošenje poslovnih odluka. Sudionicima se objašnjavaju ključni pojmovi, poput upoznavanje ciljane korisničke skupine i analitičke procjene konkurencije, a zatim raspravljaju o tomu na koji način ove informacije pomažu poduzetnicima da bolje razumiju svoje korisnike i ostvare s njima bolji odnos i komunikaciju. S ciljem ostvarivanja jasnijih i pristupačnijih objašnjenja, voditeljevo izlaganje treba biti potkrijepljeno vizualnim sadržajem te jednostavnim, svakodnevnim primjerima. Primjerice, sudionici mogu raspravljati o određenoj popularnoj aplikaciji, a zatim svojim iskustvima i znanjima doprinijeti njezinim poboljšanjima. Na taj način uče o snažnom i bitnom utjecaju istraživanja tržišta na konačne rezultate jednog poslovanja.

Korak 3

Najvažnije tehnike istraživanja tržišta (90 minuta)

U ovom, glavnom dijelu radionice sudionici, radeći na praktičnim zadacima, stječu znanja i iskustva o trima ključnim metodama istraživanja tržišta: ankete među korisnicima, fokus grupe te analitička procjena konkurencije.

Ankete među korisnicima (30 minuta)

Sudionici najprije uče o anketama kao snažnom alatu za razumijevanje želja korisnika. Sudionici uče kako postaviti ključna i učinkovita pitanja te kako izabrati pravu ciljanu skupinu korisnika. Nakon toga slijedi rad u paru, a zadatak im je osmisлити nekoliko anketnih pitanja o hipotetskom proizvodu, poput aplikacije za mlade poduzetnike koja će im omogućiti lakše praćenje dnevnih zadataka te postavljanje i ostvarivanje ciljeva.

Ova vježba pomaže sudionicima da kritički promišljaju o svim vrstama pitanja koja im otkrivaju korisničke preferencije i potrebe. Voditelj bi trebao poticati sudionike na postavljanje kratkih i jednostavnih pitanja, pitanja s višestrukim izborom koja pružaju lakšu i bolju analizu te otvoreni tip pitanja koja nude detaljniji uvid u želje i potrebe korisnika.

Slijedi nekoliko primjera pitanja koja mogu biti predstavljena sudionicima s ciljem poticanja na daljnje istraživanje tržišta:

- a. Koliko često koristite aplikacije za produktivnost?
- b. Koje bi značajke učinile aplikaciju za produktivnost korisnijom i učinkovitijom?
- c. S kojima se izazovima suočavate prilikom uspostavljanja i održavanja organizacije?
- d. Koliko ste spremni izdvojiti za mjesečnu pretplatu aplikacije za produktivnost?

Fokus grupe (30 minuta)

Nakon toga, sudionici će učiti o fokus grupama i njihovim diskusijama koje omogućuju poduzetnicima dublji uvid u razmišljanja korisnika. Sudionici će naučiti kako organizirati fokus grupu i postavljati im ključna pitanja. Kako bi vježba bila interaktivnija, voditelj će organizirati simulaciju jedne fokus grupe na način da će jedan dio sudionika glumiti korisnike, a drugi dio poduzetnike koji od njih traže informacije.

Na ovaj će način svi sudionici dobiti uvid u to kako zaista izgledaju fokus grupe i koliko novih informacija pružaju, a koje nije moguće dobiti anketama. Voditelji mogu nastaviti s obradom prethodne teme o aplikacijama za produktivnost i provesti sljedeću fazu istraživanja tržišta, a to je prikupljanje i obrada informacija proizašlih iz fokus grupe. Voditelji bi trebali poticati otvoreni dijalog, omogućiti sudionicima da bez ustručavanja izraze svoje mišljenje, ali i omogućiti svojevrsnu pauzu odnosno vrijeme za promišljanje prije odgovaranja na određeno pitanje s obzirom na to da grupne rasprave ponekad mogu nametati osjećaj pritiska. Također je korisno imati moderatora koji će usmjeravati diskusiju, ali i biti dovoljno fleksibilan da uočava informacije koje bi mogle biti od važnosti i procijeniti je li odvojeno dovoljno vremena za svaki tematski aspekt diskusije.

Slijede pitanja koja mogu pomoći sudionicima tijekom njihovog sudjelovanja u fokus grupama:

- Što vam prvo padne na pamet kada pomislite na aplikacije za produktivnost?
- Što mislite o značajkama koje šalju dnevne podsjetnike?
- Što vas najviše frustrira kod korištenja aplikacija za organizaciju i kako biste ih poboljšali?
- Jeste li koristili druge aplikacije za produktivnost? Što vam se kod njih svidjelo, a što nije?

Analiza konkurencije (30 minuta)

Analitička procjena konkurencije pomaže poduzetnicima da bolje razumiju korisnički aspekt svoga poslovanja – uoče što funkcionira, a što ne, te što je moguće poboljšati. Nije riječ o kopiranju ili preuzimanju tuđeg, već učenju iz onoga što jest odnosno što postoji. Sudionici dobivaju zadatak da istraže tri postojeće aplikacije za produktivnost: Notion, Trello i Google Keep. Voditelj objašnjava sudionicima da naprave jednostavnu tablicu kojom će usporediti ove tri spomenute aplikacije (specifičnosti proizvoda ili usluge, cijene, korisničko mišljenje), a kako bi lakše uvidjeli u kojim aspektima mogu poboljšati svoj proizvod. Voditelj ih također podsjeća da analitička procjena treba biti objektivna – usmjerena na učenje umjesto donošenja pretpostavi temeljenih na subjektivnim dojmovima.

Kategorije koje će sudionici analizirati među različitim postojećim proizvodima ili uslugama:

- **Usporedba značajki:** analizom sličnosti i razlika među značajkama svake pojedinačne aplikacije sudionici će moći pronaći prednosti ili nedostatke korisnih za stvaranje svoje aplikacije.
- **Cjenovna struktura:** znanje o tomu koriste li konkurenti pretplatu ili jednokratnu kupovinu omogućuje sudionicima da se opredijele za odgovarajući pristup određivanja cijene.

- **Korisničko iskustvo:** proučavanjem i analiziranjem dosadašnjih korisničkih iskustava pomaže sudionicima da promisle što je potrebno da njihova aplikacija posjeduje kako bi bila privlačnija i pristupačnija korisnicima.
- **Recenzije korisnika:** savjetujte sudionicima da pogledaju i recenzije u trgovinama aplikacija jer će tako doći do stvarnih mišljenja korisnika, a upravo negativne recenzije daju više informacija o tomu što je potrebno poboljšati, dok pozitivne recenzije ističu koje značajke u aplikaciji korisnici cijene.

Korak 4

Refleksija (15 minuta)

Slijedi nekoliko pitanja za refleksiju koja će omogućiti sudionicima da prodube svoje dojmove o svemu što su stekli na ovoj radionici i objasne na koji način mogu stečena znanja i iskustva primijeniti pri razvijanju vlastite poduzetničke ideje:

- Za koju od triju tehnika (ankete, fokus grupe, analiza konkurencije) smatrate da ste najbolje ovladali i najbolje biste primijenili za razliku od ostalih tehnika? Zašto?
- Ima li za vas nešto novo ili izazovno u analizi konkurencije? Na koji način vaše spoznaje o analizi konkurencije mogu pomoći da se vaš proizvod razlikuje od drugih?
- Da sutra morate provesti analizu tržišta za svoju poslovnu ideju, što bi bio vaš prvi korak i zašto?
- Na koji način razumijevanje potreba i preferencija vaše ciljane publike dobivenih istraživanjem tržišta mogu dovesti do donošenja boljih odluka u vašem poslovanju?

Savjeti za voditelje:

- Koristite stvarne primjere kako biste pojasnili apstraktne pojmove (primjerice, prilikom upoznavanja sudionika s istraživanjem tržišta, koristite popularne proizvođače koji su sudionicima poznati, a i koriste ih).
- Tijekom vježbe fokus grupe, pobrinite se da vlada opuštenu atmosferu kako bi se sudionike potaknulo na otvoreno izražavanje mišljenja i dojmova.
- Potičite sudionike na slobodno i kreativno iskazivanje vlastitih prijedloga, ističući da su svi prijedlozi jednako dobri i vrijedni.
- Tijekom vježbi postavljanja anketnih pitanja, sudionicima pružite primjerena pitanja kako biste ih usmjerili na ciljano osmišljavanje vlastitih pitanja.



Preporučeni materijali za čitanje kao priprema za provedbu radionice:

- <https://www.qualtrics.com/en-gb/experience-management/research/market-research-types/>
- <https://www.qualtrics.com/en-gb/experience-management/research/types-of-market-research-surveys/>

Principi inkluzivnog dizajna



Ciljevi:

- Razumjeti ulogu i važnost inkluzivnosti u dizajnu, te njezina utjecaja na dostupnost i upotrebljivost određenog proizvoda ili usluge široj populaciji.
- Razviti znanja i vještine za kreiranje inkluzivnih rješenja koja će biti prilagođena različitim potrebama i perspektivama korisnika primjenjujući metodu *design thinking*.
- Prepoznavati prepreke u dizajnu i pronalaziti inkluzivna rješenja koja omogućuju ravnopravno korištenje proizvoda ili usluga.



Materijali:

- Bijela ploča, markeri, olovke i papiri, projektor, mobitel, tablet ili laptop, internetska veza, radni listić o metodi *design thinking* (korak 3), mjerač vremena



Preporučeno vrijeme:

100 minuta



Bilješke:

- Voditelj treba biti upoznat s metodama i vježbama koje će primjenjivati tijekom radionice, te posjedovati znanje i iskustvo u njihovoj provedbi.
- Voditelj treba znati metode i vježbe prilagoditi potrebama i mogućnostima gluhih i nagluhih sudionika.
- Voditelj treba unaprijed pripremiti dovoljan broj svih potrebnih materijala za ovu radionicu, ovisno o konačnom broju sudionika.



Preporuke:

- S obzirom na to da su sudionici radionice mlade gluhe i nagluhe osobe, preporučuje se da voditeljevo izlaganje bude popraćeno prezentacijom koja će sadržavati kratke i jasne upute o temama koje se obrađuju tijekom radionice.
- Poželjno je da na bijeloj ploči ili u prezentaciji koja će biti vidljiva na projektoru budu zapisane najvažnije upute, etape i trajanje svake etape, te ih postaviti tako da je vidljivo svim sudionicima tijekom cijelog trajanja radionice.
- Poželjno je da je voditelj fluentan u znakovnom jeziku i ostalim sustavima komunikacija gluhih i nagluhih osoba ili osigurati komunikacijskog posrednika. Ako je moguće, osigurati i uređaje koji pretvaraju govor u tekst.
- Koristiti mobitel, tablet ili laptop umjesto papira kad god je to moguće, kako bi se smanjila potrošnja papira.



Postupak

Korak 1

8 najgorih mogućih ideja u 8 minuta (20 minuta)

Radionica počinje zadatkom osmišljavanja 8 najgorih ideja ili rješenja u 8 minuta, a koji potiče sudionike da razmišljaju brzo i izvan okvira, pa čak i nekonvencionalno.

UPUTE:

- Voditelj dijeli sudionike u manje grupe (poželjno je da u svakoj grupi bude najviše 4 osobe).
- Voditelj ne otkriva puno informacija o zadatku, osim da je cilj da svaka grupa osmisli 8 najgorih mogućih ideja ili rješenja u 8 minuta prema dodijeljenoj temi.
- Po isteku zadanog vremena, svaka grupa predstavlja svojih 8 najgorih mogućih ideja ili rješenja, a zatim slijedi kratka rasprava o njima. Cilj je uočiti na koje načine osmišljene ideje ignoriraju ključne aspekte inkluzivnog dizajna poput pristupačnosti, jednostavnosti korištenja te, kao takvi, otežavaju ili onemogućuju određenim korisnicima korištenje ili sudjelovanje.

NAPOMENE:

- Preporučuje se da po dvije grupe rade na istoj temi kako bi na kraju mogle usporediti svoje najgore moguće ideje i rješenja.
- Grupe imaju isključivo 8 minuta za osmišljavanje 8 najgorih mogućih ideja ili rješenja.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.
- Kraj zadatka istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.

PREPORUČENE TEME:

*Ove preporučene teme voditelj može izmijeniti ili osmisliti nove prema potrebama i interesima sudionika.

Dizajn obrazovnih materijala	Osmisliti 8 najgorih mogućih ideja kojima bi obrazovni materijali bili nepristupačni djeci s poteškoćama u čitanju i pisanju.
Dizajn bankomata	Osmisliti 8 najgorih mogućih ideja kojima bi bankomat bio nepristupačan osobama starije životne dobi.
Dizajn javnog gradskog prijevoza	Osmisliti 8 najgorih mogućih ideja kojima gradski prijevoz postaje nepristupačan za osobe s različitim vrstama invaliditeta.

Korak 2

Što je metoda *design thinking*? (20 minuta)

Voditelj nastavlja s radionicom postavljajući sudionicima sljedeća pitanja:

1. Kako biste definirali metodu *design thinking*?
2. Jeste li ikad primjenjivali metodu *design thinking* u svom poslu ili svakodnevnom životu? Ako da, kako?
3. Što mislite koji su ključni koraci ove metode?
4. Koja je svrha ove metode?

Na temelju dobivenih odgovora, voditelj drži kratko predavanje upoznavajući sudionike s ovom metodom, njezinih pet ključnih koraka te njezinom svrhom. Presentacija uključuje navođenje stvarnih proizvoda ili usluge koji su nastali primjenom metode *design thinking*. *Design thinking* podrazumijeva proces kreativnog rješavanja problema, a temelji se na razumijevanju ljudi i njihovih potreba. Često se koristi u različitim područjima, uključujući poslovanje, obrazovanje i dizajniranje proizvoda, a sastoji se od pet faza razvoja proizvoda ili usluge.

5 razvojnih faza metode *design thinking*

Faza 1	Empatiziranje	Istražiti potrebe svojih korisnika
Faza 2	Definiranje	Jasno definirati potrebe i probleme svojih korisnika
Faza 3	Generiranje ideja	Suočavanje s izazovima i stvaranje ideja
Faza 4	Prototipiranje	Trenutak za stvaranje rješenja
Faza 5	Testiranje	Testiranje svojih rješenja

Nakon prezentacije, voditelj upućuje sudionike na sljedeći korak odnosno zadatak, a to je da primjene 5 ključnih koraka ove metode na 8 najgorih mogućih ideja i rješenja osmišljenih u prvom koraku ove radionice.

Korak 3

Primjena metode *design thinking*: Popravi! (50 minuta)

Tijekom ovog koraka sudionici se vraćaju na prvi korak odnosno prvi zadatak u kojem su osmišljavali 8 najgorih mogućih ideja ili rješenja prema dodijeljenoj temi, a sada je zadatak prepraviti najgore moguće ideje u inkluzivna rješenja primjenjujući 5 ključnih koraka metode *design thinking*.

UPUTE:

- Sudionici ponovno rade u grupama (poželjno je da ostanu u istim grupama kao i na početku).
- Voditelj im daje upute – prepraviti najgore moguće ideje u inkluzivna rješenja primjenjujući 5 ključnih koraka metode *design thinking*.

NAPOMENE:

- Grupe imaju isključivo 15 minuta za prepravljavanje svojih najgorih mogućih ideja u inkluzivna rješenja.
- Svim je grupama potrebno podijeliti radni listić koji sadrži etape metode *design thinking*.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.
- Kraj zadatka istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.

ETAPE:

- **ETAPA 1:** Ispravak (15 minuta)
 - U idućih 15 minuta svaka grupa prepravlja svojih 8 najgorih mogućih ideja u inkluzivna rješenja primjenom 5 ključnih koraka metode *design thinking*.
- **ETAPA 2:** Prezentacija (ovisi o konačnom broju grupa; svaka grupa po 5 minuta)
 - Svaka grupa ima isključivo 5 minuta za izlaganje svojih inkluzivnih rješenja.
- **ETAPA 3:** Diskusija (10 minuta)
 - Zadatak završava međusobnom razmjenom dojmova i iskustva stečenih tijekom ovog zadatka.

Korak 4

Završetak i zaključak (10 minuta)

Posljednjih 10 minuta predviđeni su za diskusiju i zaključak među svim sudionicima o znanjima, vještinama i dojmovima stečenih tijekom ove radionice. Voditelj im postavlja sljedeća pitanja:

- Što ste naučili tijekom današnje radionice, a moći ćete primjenjivati u svom poslu?
- Je li vam primjena ove metode pomogla da osvijestite ulogu i važnost pristupačnog dizajna?
- Jeste li zadovoljni svojim angažmanom tijekom timskog rada?

Savjeti za voditelje:

- Teme i pitanja predloženi za pojedinačne korake ove radionice voditelj može izmijeniti ili osmisliti nove ovisno o potrebama i interesima sudionika.
- Potičite aktivan angažman sudionika postavljanjem otvorenih pitanja, raspravom i primjerima iz prakse.
- Osigurajte podržavajuću atmosferu u kojoj su sve ideje dobrodošle i prihvatljive, te potičite sudionike na slobodno izražavanje i kreativnost.
- Osvijestite različite načine komunikacije među sudionicima i njihove razlike u dosadašnjim znanjima i iskustvima. Prilagodite svoj pristup kako bi svi mogli aktivno sudjelovati i doprinosti.

Preporučeni materijali za čitanje kao priprema za provedbu radionice:

- Design thinking
 - Design Thinking (DT)

<https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>

- The 5 Stages in the Design Thinking Process

<https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>

- What Is Design Thinking & Why Is It Important?

<https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-design-thinking>

- What Is Design Thinking?

<https://www.forbes.com/sites/sap/2015/05/10/what-is-design-thinking/>

- The Benefits Of Incorporating Design Thinking Into Business

<https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2020/11/05/the-benefits-of-incorporating-design-thinking-into-business/>



Radni listić 1. za Korak 3

Primjena metode design thinking: Popravi!

DESIGN THINKING		
1	<p>EMPATIZIRATI (Ključni dio ove faze jest razumjeti svoju publiku.)</p> <ul style="list-style-type: none">• Identificirajte svoju publiku (prikupljanje demografskih podataka)• Procijenite potrebe i/ili želje svoje publike (recenzije)• Promatrajte ponašanja• Konzultirajte stručnjake, industrijske profesionalce ili terenske istraživače (mentorski sastanci)	<p>PUBLIKA</p>
	<p>ANALIZA, KONZULTACIJE I POVRATNE INFORMACIJE</p>	
2	<p>DEFINIRATI(Rezultat ove faze jest dobivanje <i>Akcijske izjave o problemu</i> (AIP).)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Uvidi dobiveni prvom fazom (faza empatiziranja)2. Opisivanje problema3. Akcijski koraci4. Akcijska izjava o problemu (publika, uvidi, problem i akcijski koraci)	<p>UVIDI, PROBLEM, AKCIJSKI KORACI</p>
	<p>AKCIJSKA IZJAVA O PROBLEMU</p>	
3	<p>GENERIRANJE IDEJA</p> <ol style="list-style-type: none">1. Prikupljanje svih ideja2. Izdvajanje prioritetnih ideja3. Izdvajanje triju najboljih ideja	<p>GENERIRANJE IDEJA</p>
	<p>NAJBOLJE IDEJE</p>	

4	<p>PROTOTIP (Stvaranje prototipa na temelju ideje izdvojene kao najbolje iz prethodne faze.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suradnja s osobljem kako bi se procijenila izvedivost i izbjegla potencijalna ograničenja • Popis resursa i materijala potrebnih za izradu prototipa • Postavljanje ciljeva temeljenih na odabranoj ideji • Dizajniranje i izrada prototipa 	<p>PRIPREMA PROTOTIPA</p>
	<p>PROTOTIP</p>	<p>PROTOTIP</p>
5	<p>TESTIRANJE Razvijanje plana za testiranje proizvoda</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resursi i osoblje potrebni za dovršetak razvoja ili testiranje prototipa • Mjere uspjeha • Bilo kakve predviđene prepreke • Kronologija testiranja 	<p>RESURSI I MJERE EVALUACIJE</p>
	<p>KRONOLOGIJA</p>	<p>KRONOLOGIJA</p>

Radionica 8

Učinkovite strategije umrežavanja



Ciljevi:

- Stvaranje i poboljšanje znanja sudionika o različitim tehnikama za uspostavljanje i održavanje profesionalnih veza.
- Poboljšanje vještina umrežavanja za izgradnju profesionalnih odnosa; kroz razvoj profila na društvenim mrežama i kroz simulacijske vježbe.



Materijali:

Bijela ploča, markeri, samoljepljivi papirići, papiri A4 ili A5 formata za vježbu izrade profila na društvenim mrežama, štoperica, tiskani materijali za simulaciju događaja – uloge



Preporučeno trajanje:

170 minuta



Bilješke:

Voditelj treba proučiti popis predloženih materijala za ovu radionicu te ih prilagoditi ovisno o potrebama i mogućnostima grupe s kojom će raditi.

Voditelj treba unaprijed pripremiti primjere učinkovitog umrežavanja (npr. predloške profila na društvenim mrežama), kako bi pomogli sudionicima vizualizirati koncepte.

Voditelj treba pripremiti vizualna sredstva i pomagala koja će pratiti usmeno izlaganje. Preporučuje se koristiti velike tekstove pisanih jednostavno i jasno te slike za ilustraciju ključnih pojmova.

Također, preporučuje se koristiti projektor ili drugu vrstu ekrana za prikazivanje uputa i primjera.

**Bilo bi poželjno da je voditelj fluentan u znakovnom jeziku ili da je na radionicama prisutan komunikacijski posrednik. Ako je to moguće, preporučuje se osigurati uređaje ili aplikacije koje pretvaraju govor u tekst u stvarnom vremenu.*



Postupak

Korak 1

Uvod u koncept umrežavanja - 20 minuta

Radionica započinje tehnikom oluje mozgova, a cilj je definirati umrežavanje iz perspektive sudionika. Voditelj može započeti pitanjem „Što vam padne na pamet kad pomislite na umrežavanje?“, a sudionici svoje odgovore zapisuju na ploči. Na kraju, voditelj raspravlja sa sudionicima o svim zapisanim odgovorima.

Voditelj zatim upoznaje sudionike s osnovnim konceptom umrežavanja, objašnjavajući da ono uključuje izgradnju profesionalnih odnosa i održavanje tih odnosa. Također, predstavlja im tri postojeća aspekta umrežavanja, a koja će biti detaljnije obrađena tijekom radionice.

Neki od predloženih materijala za uvodni dio radionice mogu se naći na kraju, gdje su popisani svi materijali za ovu radionicu.

Nužno je da voditelj naglasi da umrežavanje znači *biti prisutan*, ali i *biti odsutan*, a nadalje podrazumijeva upoznavanje s ljudima koji rade u istoj profesiji ili industriji te izgradnja odnosa s njima. Cilj je umrežavanja stvaranje mreže profesionalnih poznanstava i kontakata, a to dalje upućuje na onu vrstu odnosa da možete jedni druge zamoliti za uslugu i tu uslugu učiniti.

Korak 2

Izgradnja profesionalnih odnosa – 35 minuta

Voditelj nastavlja s radionicom predstavljajući sudionicima novi zadatak – sjetiti se osobe koja im je u poslovnom kontekstu svojevrsan uzor, a zatim svoje odgovore zapisuju na samoljepljive papiriće. Papirići se zatim prikupljaju i postavljaju na zid ili bijelu ploču.

Po završetku ovog zadatka, voditelj im postavlja sljedeća pitanja:

1. Zbog čega je upravo ta osoba vaš uzor?
2. Što mislite kako je vaš uzor izgradio poslovna poznanstva i kontakte?

Ako grupu uglavnom čine gluhi i nagluhi sudionici, pitanje može biti zapisano na projektoru ili bijeloj ploči, a odgovori mogu biti iskazani na znakovnom jeziku.

Drugi korak radionice nastavlja se radom u parovima ili manjim grupama. Svaki par ili grupa dobiva zadatak – dosjetiti se svih mogućih načina o uspostavljanju kontakata prilikom prvog susreta s osobom.

Poželjno je sudionicima podijeliti nekoliko primjera radi što uspješnijeg obavljanja zadatka, s uputama o aktivnom slušanju, postavljanju pitanja i pronalaženju zajedničkih interesa.

Parovi i grupe imaju 10 do 15 minuta za ovaj dio aktivnosti, a nakon toga slijedi zajednička diskusija.

Po završetku drugog koraka, voditelj daje sudionicima dodatne informacije i zaključuje ovaj dio radionice koji je posvećen izgradnji profesionalnih odnosa, a neki od koraka su

1. Razumijevanje vlastitih potreba
2. Definiranje ciljeva
3. Razvijanje osobnih komunikacijskih vještina
4. Sudjelovanje na događajima za umrežavanje i povezivanje putem interneta
5. Aktivno slušanje
6. Odvajanje vremena za izgradnju i održavanje profesionalnih kontakata i odnosa
7. Postavljanje granica
8. Iskazivanje zahvalnosti

Svi navedeni sadržaji trebaju biti prikazani i vizualno. Dodatni materijali mogu se pronaći u popisu materijala na kraju ove radionice.

Korak 3

Društvene mreže i umrežavanje – 45 minuta

Treći korak radionice započinje dijeljenjem i objašnjavanjem nekoliko profesionalnih profila s društvene platforme LinkedIn, a primjeri se prikazuju na projektoru ili su tiskani te podijeljeni sudionicima.

Sudionike se potiče na kritičku analizu predstavljenih profila, analizirajući sliku, opis sažetka, navedene vještine i slično.

Za provedbu ovog koraka, voditelj može koristiti predložene primjere ili pronaći druge primjere, no preporučuje se da primjeri budu što srodniji potrebama grupe. Nakon razmjene uvodnih informacija te zajedničke analize nekoliko različitih profila na poslovnoj platformi LinkedIn, voditelj zadaje novi zadatak sudionicima – trebaju napisati kratki odjeljak „O meni“, navodeći svoje kompetencije i razmišljajući o svojim profesionalnim ciljevima. Odgovore zapisuju na papiru A4 formata. Za ovu vježbu sudionici imaju 10-15 minuta.

Po završetku ovog zadatka, podijeljeni u parovima ili manje grupe, sudionici jedni drugima predstavljaju svoje profile. Voditelj ih potiče na dijeljenje konstruktivnih kritika, prateći zadane korake za uspješno uspostavljanje profesionalnih odnosa.

Korak 4

Umrežavanje na događanjima – 60 minuta

Na početku ovog dijela radionice, voditelj (uz korištenje vizualnih materijala poput plakata ili prezentacijskih slajdova) upoznaje sudionike s principima uspješnog umrežavanja na događajima:

1. Kratko predstavljanje sebe i svojih kompetencija
2. Postavljanje ključnih pitanja
3. Održavanje kontakta i nakon događaja

Za pripremu uvodnog dijela, voditelj može koristiti materijale navedene na kraju ove radionice. Drugi dio ovog koraka radionice uključuje simulaciju umrežavanja na događaju. Sudionicima se objašnjava da će sljedećih 30 minuta glumiti određenu osobu i zadatak im je povezati se s točno određenim osobama tijekom simulacije umrežavanja.

Nakon provedene simulacije, voditelj raspravlja sa sudionicima i zajednički raspravljaju o svemu što se događalo tijekom vježbe, ističući ključne aspekte koje sudionici mogu primjenjivati u stvarnim okolnostima.

Pitanja za raspravu:

Posljednjih 10 minuta rezervirani su za raspravu i zaključak. U nastavku je popis predloženih pitanja za raspravu. Voditelj radionice uvijek može prilagoditi pitanja i tijek rasprave ovisno o rezultatima prethodnih koraka radionice.

- Što ste danas naučili o umrežavanju, a dosad niste znali? Na koji način novostečene spoznaje utječu na vaš stav o izgradnji profesionalnih odnosa ubuduće?
- Tijekom rada na zadatku koji se odnosio na izradu vlastitog profila s popisom vaših kompetencija na društvenoj mreži LinkedIn, možete li izdvojiti izazove s kojima ste se suočavali i kako ste ih savladali?
- Utječu li društvene mreže poput LinkedIna na izgradnju profesionalnih odnosa, a ako da – na koji način? Postoje li svojevrstne mane odnosno nedostaci oslanjanja na društvene mreže prilikom stvaranja profesionalnih odnosa?
- Tijekom zadatka simulacije jednog događaja s ciljem međusobnog povezivanja i stvaranja kontakta, koje ste strategije koristili da biste ostvarili kontakt s drugima? Za koje strategije smatrate da su najučinkovitije i zašto?
- Razlikuju li se iskustva pristupanja nekome na događaju s ciljem umrežavanja od iskustava uobičajenog načina upoznavanja partnera i kolega? Što ste naučili iz simulacijskog zadatka?
- Koje tri konkretne promjene planirate poduzeti u idućih mjesec dana kako biste primijenili ono što ste naučili tijekom današnje radionice u svom profesionalnom aspektu života?

Ključne točke proizašlih iz rasprave prikazuju se vizualno, na bijeloj ploči ili pomoću drugih digitalnih alata.

Na kraju, voditelj zahvaljuje svim sudionicima na njihovom angažmanu te ih podsjeća da je umrežavanje, uživo ili virtualno, važno za svaki posao i stalan je proces o kojem bi svaki pojedinac trebao voditi brigu tijekom cijele svoje profesionalne karijere.

Savjeti za voditelje:

- Voditelj treba poticati podržavajuće okruženje tijekom radionica, u kojem su sve ideje dobrodošle bez osuđivanja.
- Budući da su ciljana skupina radionice mlade gluhe i nagluhe osobe, potrebno je da voditelj pripremi sve materijale te iskoristi digitalnu tehnologiju kao svojevrstnu pomoć tijekom različitih koraka ove radionice – na taj način osigurava se ravnopravna uključenost svih sudionika.
- Tijekom pripreme, voditelj bi trebao istražiti relevantne primjere koje može prikazati sudionicima tijekom radionice.





Preporučeni materijali za čitanje kao priprema za provedbu radionice:

- Introduction to networking
 - A Beginner's Guide to Networking <https://hbr.org/2023/03/a-beginners-guide-to-networking>
 - Networking 101: A Complete Guide <https://www.linkedin.com/pulse/networking-101-complete-guide-Korakh-gillies/>
 - Why professional networking is so important <https://www.linkedin.com/pulse/why-professional-networking-so-important-jordan-parikh/>
- Koraks in building professional relationship and networking:
 - Professional Networking <https://www.mindtools.com/aany5dn/professional-networking>
 - 14 Koraks To Take To Build A Strong Professional Network <https://www.forbes.com/councils/forbescoachescouncil/2022/11/30/14-Koraks-to-take-to-build-a-strong-professional-network/>
 - How to Build Professional Relationships: A Korak-By-Korak Guide <https://trustwellnetwork.com/blog/how-to-build-professional-relationships-a-Korak-by-Korak-guide>
- Networking on social media
 - 14 LinkedIn Profile Summaries That We Love (And How to Boost Your Own) <https://www.linkedin.com/business/talent/blog/product-tips/linkedin-profile-summaries-that-we-love-and-how-to-boost-your-own>
 - 9 Examples of Great LinkedIn Profiles <https://www.linkedin.com/pulse/9-examples-great-linkedin-profiles-andrea-vahl/>
 - How to Write a Professional BIO for Social Media – Examples <https://www.linkedin.com/pulse/how-write-professional-bio-social-media-as2tf/>
 - The 100+ People You Should Follow on LinkedIn <https://www.linkedin.com/pulse/100-people-you-should-follow-linkedin-bob-mcintosh/>
- Principles of successful networking at events
 - Complete Guide to Successful Business Networking <https://www.ortusclub.com/k-hub/complete-guide-to-successful-business-networking/>
 - 10 Principles Of Effective Networking <https://profitblitz.com/principles-of-effective-networking/>
 - 10 Koraks to Effective Networking at Events <https://sbrconsulting.com/resources/blog-10-Koraks-to-effective-networking/>
 - The Psychology Behind Effective Networking: Understanding Human Interaction at Events <https://www.b2match.com/blog/the-psychology-behind-effective-networking-understanding-human-interaction-at-events>



Radni listić 1

Simulacija događaja s ciljem umrežavanja – uloge

Osnivač tehnološkog *startupa*

- **Opis:** razvili ste revolucionarnu aplikaciju koja poboljšava upravljanje vremenom za radnike koji rade *na daljinu*
- **Pristupate:**
 - Financijskom stručnjaku (za mogućnosti financiranja)
 - Marketinškom stručnjaku (za razmjenu ideja o promotivnim strategijama)
 - IT stručnjaku (za zapošljavanje vještih programera)
 - Sveučilišnom profesoru (za mogućnosti partnerstva u istraživanjima)

Savjetnik za održivu energiju

- **Opis:** specijalizirani ste za savjetovanje tvrtki o tome kako smanjiti emisiju ugljičnog dioksida
- **Pristupate:**
 - Predstavniku ekološke nevladine organizacije (za suradnju na projektima)
 - Vladinom službeniku (za raspravu o vladinim poticajnim mjerama pomoći)
 - Arhitektu (za integraciju održivih dizajna)
 - Novinaru (za promociju vašeg rada)

Samozaposleni grafički dizajner

- **Opis:** kreirate logotipe i cjelokupni dizajn za mala poduzeća
- **Pristupate:**
 - Vlasniku malog poduzeća (za predstavljanje svojih usluga)
 - Marketinškom stručnjaku (za suradnju na kampanjama)
 - Influenceru na društvenim mrežama (za povećanje svoje vidljivosti)
 - Organizatoru događanja (za savjete o uređenju događanja)

Financijski stručnjak

- **Opis:** financirate inovativne *startupe* u sektoru tehnologije i zelene energije
- **Pristupate:**
 - Osnivaču tehnološkog *startupa* (za mogućnosti ulaganja)
 - Savjetniku za održivu energiju (za procjenu njihovih projekata)
 - Financijskom analitičaru (za raspravu o tržišnim trendovima)
 - Odvjetniku za poslovno-radno pravo (za pravne savjete)

Predstavnik ekološke nevladine organizacije

- **Opis:** vodite kampanje i projekte s ciljem osvještavanja o klimatskim promjenama i promicanja održivosti
- **Pristupate:**
 - Savjetniku za održivu energiju (za partnerstvo na projektima)
 - Vladinom savjetniku (za zagovaranje promjena politike)
 - Novinaru (za promociju kampanja i projekata)
 - Organizatoru događanja (za planiranje događanja s ciljem podizanja svijesti)

Sveučilišni profesor

- **Opis:** predajete poduzetništvo i vodite istraživanja o inovativnim poslovnim modelima
- **Pristupate:**
 - Osnivaču tehnološkog *startupa* (radi implementiranja studija slučaja u nastavni plan i program)
 - Financijskom stručnjaku (s ciljem rasprave o partnerstvima na akademskoj razini)
 - Vladinom službeniku (za financiranje istraživanja)
 - Novinaru (za dijeljenje istraživačkih rezultata)

Marketinški stručnjak

- **Opis:** osmišljavate marketinške strategije za kampanje ili proizvode/usluge
- **Pristupate:**
 - Samozaposlenom grafičkom dizajneru (za suradnju na kampanjama)
 - Vlasniku malog poduzeća (za ponudu vaših usluga)
 - Osnivaču tehnološkog *startupa* (za izradu marketinškog plana za njihovu aplikaciju)
 - Novinaru (za širenje medijskog utjecaja)

Osoba koja pronalazi i zapošljava IT stručnjake

- **Opis:** zapošljavate IT stručnjake za vodeće tehnološke tvrtke
- **Pristupate:**
 - Osnivaču tehnološkog *startupa* (za pružanje usluga zapošljavanja)
 - Sveučilišnom profesoru (za pristup studentima koji pružaju izvanredni talent)
 - Financijskom analitičaru (za saznanje o tvrtkama kojima su potrebni IT stručnjaci)
 - Odvjetniku za poslovna i radna prava (za razmjenu znanja i savjeta o tomu da su ugovori i drugi segmenti poslovno-radnog prava u skladu sa zakonskim odredbama)

Vladin službenik

- **Opis:** zaduženi ste za nadgledanje politika vezanih za poslovne inovacije i održivost
- **Pristupate:**
 - Savjetniku za održivu energiju (za raspravu o postojećim regulativima)
 - Predstavniku ekološke nevladine organizacije (ra rješavanje nedostataka i nedosljednosti u politikama)
 - Financijskom stručnjaku (za raspravu o poticajima za osnivače *startupa*)
 - Sveučilišnom profesoru (za suradnju na istraživanjima politika)

Odvjetnik za poslovna i radna prava

- **Opis:** specijalizirani ste za pružanje poslovno-pravnih savjeta osnivačima *startupa* i poduzetnicima
- **Pristupate:**
 - Osnivaču tehnološkog *startupa* (za pružanje pravnih savjeta)
 - Financijskom analitičaru (za pružanje savjeta o vjerodostojnosti ugovora)
 - Osobi koja pronalazi i zapošljava IT stručnjake (za izradu ugovora o zapošljavanju)
 - Vlasniku malog poduzeća (za pružanje konzultacija)

Influencer na društvenim mrežama

- **Opis:** usmjereni ste na tematiku trendovskog načina življenja te tehnološku tematiku; imate veliki broj pratitelja
- **Pristupate:**
 - Osnivaču tehnološkog *startupa* (za promociju njihove aplikacije)
 - Marketinškom stručnjaku (za upite o partnerstvu)
 - Organizatoru događaja (za oglašavanje nadolazećih događaja)
 - Samozaposlenom grafičkom dizajneru (za poboljšanje vaših usluga i proizvoda)

Financijski analitičar

- **Opis:** analizirate aktualna događanja na tržištu kako biste prilagodili postojeća ulaganja i poslovne strategije
- **Pristupate:**
 - Financijskom stručnjaku (za dijeljenje mišljenja i savjeta)
 - Osnivaču tehnološkog *startupa* (za procjenu tržišnog potencijala)
 - Odvjetniku za poslovno-radno pravo (za analizu financijskih ugovora)
 - Vladinom službeniku (za raspravu o studijima ekonomskog utjecaja)

Vlasnik malog poduzeća

- **Opis:** vodite trgovinu odjećom i želite veći doseg svojih proizvoda na internetu i društvenim mrežama
- **Pristupate:**
 - Marketinškom stručnjaku (za poboljšanje vaših trenutačnih resursa na internetu i društvenim mrežama)
 - Samozaposlenom grafičkom dizajneru (za podizanje konkuretnosti vaših proizvoda)
 - Influenceru na društvenim mrežama (za povećanje vidljivosti vaših proizvoda na internetu i društvenim mrežama)
 - Financijskom analitičaru (za poboljšanje i izmjene postojećeg poslovnog plana)

Novinar

- **Opis:** specijalizirani ste za pisanje o inovacijama i održivosti
- **Pristupate:**
 - Osnivaču tehnološkog *startupa* (za pisanje o njihovom radu)
 - Predstavniku ekološke nevladine organizacije (za izvještavanje o njihovim kampanjama)
 - Sveučilišnom profesoru (za dijeljenje rezultata istraživanja)
 - Vladinom službeniku (za saznanje o aktualnim politikama)

Organizator događaja

- **Opis:** specijalizirani ste za organizaciju konferencija, sajmova i događaja s ciljem umrežavanja
- **Pristupate:**
 - Savjetniku za održivu energiju (za organizaciju ekološki prihvatljivih događaja)
 - Influenceru na društvenim mrežama (za povećanje broja sudionika na događajima)
 - Marketinškom stručnjaku (za promociju događaja)
 - Predstavniku ekološke nevladine organizacije (za organizaciju događaja s ciljem podizanja svijesti)

Arhitekt

- **Opis:** dizajnirate održive i inovativne građevine i objekte
- **Pristupate:**
 - Savjetniku za održivu energiju (za integraciju tzv. zelenih rješenja)
 - Vlasniku malog poduzeća (za dizajniranje maloprodajnih prostora)
 - Vladinom službeniku (za zagovaranje održivih dizajna)
 - Predstavniku ekološke nevladine organizacije (za suradnje na projektima)

Životni i kondicijski trener

- **Opis:** pružate usluge za zdraviji način života i poboljšanje produktivnosti na radnom mjestu
- **Pristupate:**
 - Vlasniku malog poduzeća (za implementaciju programa o zdravijem načinu života)
 - Osnivaču tehnološkog *startupa* (za stvaranje timova koji brinu o zdravlju)
 - Influenceru na društvenim mrežama (za povećanje vaše vidljivosti)
 - Organizatoru događaja (za planiranje seminara o zdravijem načinu života)

Savjetnik za korporativnu raznolikost

- **Opis:** savjetujete tvrtke o stvaranju inkluzivnih radnih mjesta
- **Pristupate:**
 - Odvjetniku za poslovno-radno pravo (za osiguranje usklađenosti sa zakonskim odredbama o raznolikosti)
 - Osobi koja pronalazi i zapošljava IT stručnjake (za razmjenu iskustva i savjeta o ostvarivanju raznolikosti pri zapošljavanju)
 - Vlasniku malog poduzeća (za poboljšanje radne etičnosti)
 - Marketinškom stručnjaku (za promociju kampanja o inkluzivnosti)

EdTech poduzetnik

- Opis: razvijate digitalne alate za učenje i razvijanje vještina
- Pristupate:
 - Sveučilišnom profesoru (za integraciju digitalnih alata u nastavu)
 - Marketinškom stručnjaku (za promociju platforme)
 - Financijskom stručnjaku (za financiranje)
 - Osobi koja pronalazi i zapošljava IT stručnjake (za zapošljavanje IT stručnjaka)

Osoba koja prikuplja sredstva za neprofitne organizacije

- **Opis:** specijalizirani ste za prikupljanje sredstava za obrazovne i ekološke projekte
- **Pristupate:**
 - Vladinom službeniku (za traženje bespovratnih sredstava)
 - Predstavniku ekološke nevladine organizacije (za pružanje podrške njihovim projektima)
 - Savjetniku za korporativnu raznolikost (za razmjenu savjeta i iskustva pri prikupljanju financijskih sredstava)
 - Organizatoru događaja (za planiranje događaja s ciljem prikupljanja sredstava)

Radionica 9

Komunikacijske vještine za lidere



Ciljevi:

- Osvijestiti važnost komunikacijskih vještina potrebnih liderima.
- Poboľšati vještine javnog govora i javnog nastupa među sudionicima.
- Unaprijediti znanje i vještine o neverbalnoj komunikaciji.
- Unaprijediti vještine aktivnog slušanja.



Materijali:

Bijela ploča i markeri, komunikacijski alati u vizualnom obliku (npr. piktogrami, videozapisi), štoperica



Preporučeno vrijeme:

130 minuta



Bilješke:

Voditelj treba proučiti popis predloženih materijala za ovu radionicu i prilagoditi ih mogućnostima i potrebama sudionika s kojima će raditi.

Definicija o komunikaciji lidera, nalazi se u *Koraku 1*, može se izmijeniti ili prilagoditi potrebama i mogućnostima grupe ili pak okolnostima u kojima se ova radionica provodi.

Voditelji trebaju pripremiti velike i jasne vizualne materijale za svaki korak ove radionice i koristiti kontrastne boje te jednostavni dizajn kojim pospješuju čitljivost.

Voditelj treba pripremiti vizualna pomagala koja prate verbalne upute. Preporučuje se koristiti tekst pisan jednostavnim stilom te slike koje ilustriraju ključne točke radionice. Također, preporučuje se koristiti projektor ili druge uređaje za prikazivanje uputa i primjera.

**Poželjno je da je voditelj tečan u znakovnom jeziku ili ima osiguranog komunikacijskog posrednika tijekom radionice. Ako je moguće, preporučuje se pripremiti uređaje ili aplikacije koje pretvaraju govor u tekst u realnom vremenu.*



Postupak

Korak 1

Uvod u komunikaciju u liderstvu – 25 minuta

Radionica započinje voditeljevim pitanjima, a pitanja su vidljiva na projektoru: „Što za vas znači komunikacija? Koja je uloga komunikacije u liderstvu?“.

Svoje odgovore sudionici pišu ili crtaju na samoljepljive papiriće ili bijelu ploču.

Ovaj dio zadatka može se odraditi pomoću različitih programa za vizualnog voditelja, primjerice pomoću zajedničke Miro ploče.

Nakon što su sudionici zapisali svoje odgovore ili ih podijelili u digitalnom obliku, voditelj raspravlja sa svim sudionicima o dobivenim odgovorima, a zatim raspravljaju o važnosti komunikacijskih vještina za lidere.

Naposljetku, voditelj sudionicima otkriva definiciju komunikacije u liderstvu:

„Komunikacija u liderstvu jest učinkovito dijeljenje informacija, motiviranje jedni drugih te rješavanje sukoba s ciljem ostvarivanja zajedničkih ciljeva.“

Voditelj postavlja sudionicima sljedeće pitanje – je li ova definicija slična ili različita definicijama koje su sudionici zapisivali u prethodnom dijelu ovog koraka. Ovaj korak radionice završava se kratkom diskusijom o svim definicijama.

Voditelj im predstavlja ciljeve ove radionice i uvodi ih u sljedeće korake.

Korak 2

60 sekundi javnog nastupa – 30 minuta

Sudionicima se daje uputa da razmisle o temi koja ih stvarno zanima i koju bi željeli podijeliti s ostalim sudionicima. To može biti hobi koji vole i za koji smatraju da bi drugi htjeli naučiti nešto više, može biti i neki film koji su nedavno pogledali ili knjiga koju su nedavno pročitali i željeli bi ih predstaviti drugima. Također, mogu ispričati o određenom segmentu svog života ili događaju koji ih se posebno dojmio.

Sudionicima se daje 5 do 10 minuta za ovaj dio zadatka.

Po završetku osmišljavanja tema o kojima bi željeli ispričati pred ostalima, voditelj objašnjava da svaki sudionik ima 60 sekundi javnog govora tijekom kojih će moći ispričati svoju priču ostalim sudionicima.

Po isteku vremena za pripremu, slijede javni nastupi, svaki sudionik izlaže u zadanom vremenu od 60 sekundi.

Ovaj korak radionice završava razmjenom dojmova i mišljenja stečenih tijekom javnih izlaganja svih sudionika. Ovaj dio popraćen je sljedećim pitanjima:

- Koje su vas teme najviše dojmile? Zašto?
- Izdvojite one segmente javnih govora koji su bili dobri.
- Prema vašem mišljenju, što je potrebno poboljšati u javnom govoru drugih sudionika?
- Koje savjete u vezi pripreme i javnog nastupa odnosno govora biste dali sebi i drugima?

Ovaj korak zaključuje se s nekoliko voditeljevih savjeta o javnom nastupu odnosno govoru:

Kontakt očima

Kontakt očima ključan je za uspostavljanje veze s publikom jer stvara osjećaj povjerenja i zainteresiranosti. Održavanjem kontakta očima zadržavate pažnju publike i osiguravate da se osjećaju uključanima, dok istovremeno pokazujete samopouzdanje o onome o čemu govorite.

Ton

Ton glasa važan je segment javnog govora jer omogućuje da naglasite ključne dijelove svoje poruke, zadržite interes publike i prenesete određenu emociju, poput entuzijazma ili ozbiljnosti. Varijacije u tonu glasa određuju dinamičnost govora i sprječavaju monotoniju izlaganja. Kada je riječ o znakovnom jeziku, ton se izražava intenzitetom i brzinom pokreta ruku, izrazima lica i držanjem tijela. Ovi elementi djeluju kao vizualni ekvivalenti tonu u govoru, omogućujući jednako prenošenje emocija i važnosti određenih dijelova poruke, kao i u govornom jeziku.

Pokreti ruku

Pokreti ruku daju dodatnu vizualnu dimenziju govoru, pomažu pri objašnjavanju apstraktnih pojmova i omogućuju govorniku da bude prirodniji i autentičniji. Pokreti ruku također omogućuju publici da lakše prate i ostanu angažirani za daljnje izlaganje.

Držanje tijela

Držanje tijela daje informaciju o samopouzdanju i profesionalnosti; uspravno i otvoreno držanje ostavlja dojam pouzdanosti, ali i omogućuje bolju kontrolu glasa i disanja.

Kretanje u prostoru

Kretanje u prostoru unosi dinamiku u cjelokupno izlaganje, privlači pažnju publike i pomaže pri uspostavljanju odnosa između osobe koja izlaže i publike, razbijajući pritom potencijalne barijere. Svrhovito i promišljeno kretanje prostorom može pripomoći pri prijelazu na novu temu ili pri isticanju ključnih točaka govora.

Korak 3

Razumijevanje i istraživanje neverbalne komunikacije – 40 minuta

Sudionici rade u parovima. Svakom paru dodjeljuje se jedna kartica sa scenarijem za odigravanje različitih izraza neverbalne komunikacije. Svaka osoba ima karticu s određenom emocijom koju treba prikazati drugoj osobi, a zadatak je druge osobe pogoditi o kojoj je emociji riječ. Parovima se najprije daje nekoliko minuta za pripremu, a zatim slijedi provedba zadatka na način da svaki par odigra svoj zadatak pred ostalim sudionicima. U slučaju da partner ne može pogoditi prikazanu emociju, ostatak grupe može pripomoći i pokušati pogoditi emociju ili radnju koju je osoba prikazala. Ovaj zadatak nastavlja se sve dok svaki par ne odigra svoj kratki igrokaz. U slučaju da je vrijeme trajanja ograničeno, voditelj može prilagoditi ovaj zadatak odnosno korak radionice izabirući nekoliko parova koji će uprizoriti svoj igrokaz pred ostalima.

Po završetku svakog igrokaza, voditelj im postavlja sljedeća pitanja:

- Kako ste se osjećali tijekom neverbalnog izražavanja emocije koju ste dobili kao svoj zadatak? Je li bilo izazovni i ako jest – zašto?
- Koji ključni tragovi ili govori tijela su vam pomogli da prepoznate određenu emociju?
- Jesu li postojali trenutci nesporazuma ili zbunjenosti? Prema vašem mišljenju, što je utjecalo na to?
- Na koji način ova vježba naglašava važnost neverbalne komunikacije u svakodnevnim situacijama?
- Koje strategije možete primjenjivati kako biste poboljšali svoju sposobnost izražavanja, ali i tumačenja neverbalnih znakova u stvarnim situacijama?

Ovaj korak radionice zaključuje se voditeljevim ključnim napomenama o neverbalnoj komunikaciji pomoću sljedeće poruke: „Važnost neverbalne komunikacije leži u prijenosu vrijednih informacija o trenutačnoj situaciji, uključujući informacije o tomu kako se osoba osjeća, kako reagira na određenu informaciju te kako pristupiti osobi ili grupi ljudi.“

Kao svoju pripremu za izlaganje o neverbalnoj komunikaciji, voditelj može koristiti predloženi popis materijala navedenih na kraju ove radionice.

Korak 4

Aktivno slušanje – 25 minuta

Sudionici se dijele u grupi od troje članova, pri čemu jedna osoba u svakoj grupi preuzima ulogu govornika, druga osoba ulogu slušatelja, a treća osoba ulogu promatrača. Voditelj poziva k sebi govornike te im objašnjava da je njihov zadatak ispričati priču o liderstvu slušatelju u svojoj grupi. Nakon toga, voditelj k sebi poziva slušatelje objašnjavajući im da je njihov zadatak aktivno slušati o onome što će im govornik ispričati. I za kraj, k voditelju dolaze i promatrači po upute – na papiru bilježiti o govoru i svemu onomu što se događati tijekom govora.

Svaka grupa ima 5 do 10 minuta za pripremu svojih uloga i provedbu zadatka.

Zatim slijedi provedba zadatka.

Po završetku govora odnosno cjelokupnog zadatka, voditelj poziva sve sudionike na raspravu o aktivnom slušanju.

Pitanja za raspravu:

- Za govornike: Kako ste se osjećali dok ste izlagali odnosno pričali svoju priču? Jeste li imali osjećaj da vas je slušatelj zaista slušao i razumio? Objasnite svoja zapažanja.
- Za slušatelje: Koje tehnike aktivnog slušanja ste svjesno primjenjivali? Je li bilo trenutaka u kojima vam je bilo izazovno biti usredotočeni na govor?
- Za promatrače: Što ste uočili u vezi interakcije između govornika i slušatelja? Je li bilo propuštenih prilika za njihovo bolje međusobno razumijevanje?
- Na koji su način neverbalni znakovi (npr. govor tijela, kontakt očima) poboljšali ili ometali komunikacijski proces?
- Jeste li uočili razlike, ako ih je bilo, kada je slušatelj slušao s ciljem razumijevanja, a kada je slušao da bi odgovorio?
- Kako se vještine aktivnog slušanja mogu primijeniti u stvarnim situacijama, primjerice u timskom radu, liderstvu ili prilikom rješavanja konflikata?

Bilješke o aktivnom slušanju:

Aktivno slušanje zahtijeva od vas da pažljivo slušate govornika, razumijete što govori, odgovorite i ponovite ono o čemu se govori te zapamtite informacije za kasniju upotrebu. Na taj su način i slušatelj i govornik aktivno angažirani u razgovoru.

Aktivno slušanje vještina je komunikacije koja uključuje više od same sposobnosti slušanja onoga što govornik govori. Riječ je o aktivnom procesuiranju i traženju razumijevanja, značenja i namjera izgovorenih riječi. To zahtijeva vašu usredotočenost u komunikacijskom procesu.

Tehnike su aktivnog slušanja:

- Biti potpuno prisutan u razgovoru
- Iskazati zanimanje kontaktom očima
- Zamijetiti (i koristiti) neverbalnu komunikaciju
- Postavljati otvorena pitanja kojima se potiče daljnji razgovor
- Parafrazirati ono što je rečeno
- Slušati s razumijevanjem, a ne slušati s ciljem odgovaranja
- Suzdržavati se od prosudbi i davanja savjeta

Pitanja za raspravu:

Posljednjih 10 minuta radionice posvećeni su raspravi i zaključcima. Slijedi popis predloženih pitanja za raspravu. Voditelj uvijek može pitanja i tijekom rasprave prilagoditi ishodom radionice.

- Koje ključne zaključke o liderstvu i komunikaciji iz današnje radionice možete primijeniti u svom svakodnevnom životu?
- Smatrate li da će poboljšanje vaših znanja i vještina o neverbalnoj komunikaciji utjecati na vašu sposobnost učinkovitog vođenja? Objasnite svoj odgovor.
- S kojim ste se izazovima tijekom aktivnosti suočavali i kako ste ih prevladali?
- Kako vam vještine javnog govora, neverbalne komunikacije i aktivnog slušanja mogu pomoći da poboljšate svoju ulogu lidera u zajednici ili na radnom mjestu?
- Za koje aspekte komunikacije smatrate da ih trebate dodatno usavršiti i zašto?
- Kako vam tehnike o kojima se danas govorilo mogu pomoći u izgradnji boljih odnosa unutar tima ili organizacije?

Ključne točke proizašlih iz rasprave prikazuju se vizualno, na bijeloj ploči ili pomoću drugih digitalnih uređaja. Voditelj zahvaljuje sudionicima na njihovoj angažiranosti i sudjelovanju te ih podsjeća da komunikacijske vještine uključuju slušanje, verbalnu i neverbalnu komunikaciju, stavljajući naglasak na važnosti aktivnog slušanja.

Savjeti za voditelje:

- Voditelj treba poticati na podržavajuću atmosferu tijekom radionica i da su sve ideje dobrodošle, bez osuđivanja.
- Budući da su ciljane skupina radionice mlade gluhe i nagluhe osobe te osobe s komunikacijskim teškoćama, potrebno je da voditelj pripremi sve materijale te uključi tijekom različitih koraka radionice tehnološke alate kojima se osigurava ravnopravno sudjelovanje svih sudionika.
- Tijekom pripreme za provedbu radionice, voditelj treba istražiti primjerene primjere i druge materijale koji će biti predstavljeni sudionicima tijekom različitih koraka radionice.





Preporučeni materijali za čitanje kao priprema za provedbu radionice:

- Introduction to leadership communication
 - How Great Leaders Communicate <https://hbr.org/2022/11/how-great-leaders-communicate>
 - Essential Communication Skills for Leaders <https://www.ccl.org/articles/leading-effectively-articles/communication-1-idea-3-facts-5-tips/>
 - Leadership Communication: 6 Skills That the Best Leaders Apply <https://www.yourthoughtpartner.com/blog/leadership-communication>
 - Effective Communication: How Leaders Can Inspire, Engage And Succeed <https://www.forbes.com/councils/forbescoachescouncil/2023/07/21/effective-communication-how-leaders-can-inspire-engage-and-succeed/>
- Non-verbal communication
 - Body Language and Nonverbal Communication <https://www.helpguide.org/relationships/communication/nonverbal-communication>
- Public speech
 - Tips for Effective Delivery <https://www.hamilton.edu/academics/centers/oralcommunication/guides/tips-for-effective-delivery>
 - 10 Tips for Improving Your Public Speaking Skills <https://professional.dce.harvard.edu/blog/10-tips-for-improving-your-public-speaking-skills/>
- Active listening
 - What Is Active Listening? <https://www.ccl.org/articles/leading-effectively-articles/coaching-others-use-active-listening-skills/>
 - 7 Active Listening Techniques For Better Communication <https://www.verywellmind.com/what-is-active-listening-3024343>
 - 10 tips for active listening <https://www.bhf.org.uk/information-support/heart-matters-magazine/wellbeing/how-to-talk-about-health-problems/active-listening>



Radni listić 1

Scenariji za razumijevanje i istraživanje neverbalne komunikacije

Motiviranje tima

Odgлумite entuzijazam i ohrabrenje s ciljem podizanja raspoloženja.

Rješavanje konflikta

Pokažite smirujuće geste i pokrete kako biste zaustavili i razriješili burnu raspravu.

Izražavanje razočaranja

Odgлумite tugu ili frustraciju zbog nepoštivanja dogovorenog roka.

Proslava uspjeha

Demonstrirajte uzbuđenje i radost zbog postignutog cilja.

Dobrodošlica novom članu tima

Odgлумite geste kojima iskazujete toplinu, dobrodošlicu i prijateljstvo.

Istjecanje vremena

Odgлумite osjećaje povezane s hitnošću odnosno istjecanjem vremena.

Poticanje na suradnju

Demonstrirajte geste kojima pozivate na suradnju, otvorenost i timski rad.

Objašnjavanje složene ideje

Razložite komplicirani koncept služeći se jednostavnim i jasnim gestama.

Razjašnjenje nesporazuma

Pokažite geste i emocije aktivnog slušanja te geste koje ukazuju na razjašnjenje, a s ciljem smirivanja situacije.

Progovaranje o povoljnijem ishodu

Demonstrirajte geste koji ukazuju na odlučnost i cilj im je postizanje kompromisa.

Izražavanje zahvalnosti

Demonstrirajte geste kojima iskazujete zahvalnost.

Reakcija na šokantnu ideju

Odgлумite iznenađenje ili nevjericu fascijalnom ekspresijom i govorom tijela.

Nježno priopćenje loših vijesti

Demonstrirajte empatiju i razumijevanje neverbalnom komunikacijom.

Traženje pomoći od nekoga

Gestama demonstrirajte molbu za pomoć.

Poticanje nekoga da se otvori

Demonstrirajte podršku i ohrabrenje koji su upućeni osobi s ciljem izgradnje međusobnog povjerenja.

Radionica 10

Osnove poslovnog planiranja



Ciljevi:

- Upoznati se s ključnim sastavnicama poslovnog plana analizirajući dobre i loše primjere poslovnih planova.
- Naučiti kako kreirati, a zatim analizirati svoje poslovne ideje koristeći tehnike brainwritinga i SWOT analize.
- Razviti osnovni poslovni plan, definirati ciljeve i osmisliti strategiju koja omogućuje rast i razvoj koristeći zadani predložak.
- Jačati vještine potrebne za timski rad poput komunikacije i suradnje među članovima tima, empatije i zajedničkog rješavanja zadataka.
- Unaprijediti argumentacijske i prezentacijske vještine kroz zadatke koji zahtijevaju izlaganje i detaljno obrazlaganje te iznositi konstruktivne komentare o prezentacijama.



Materijali:

Bijela ploča, markeri, papiri i olovke, laptop, tablet ili mobitel, internetska veza, radni listić za SWOT analizu (korak 3), radni listić za osnovni poslovni plan (korak 4), mjerač vremena



Preporučeno vrijeme:

120 minuta



Bilješke:

- Voditelj treba biti upoznat s tematikom radionice, metodama i vježbama koje će primjenjivati tijekom radionice, te posjedovati znanje i iskustvo u njihovoj provedbi.
- Voditelj treba znati metode i vježbe prilagoditi potrebama i mogućnostima gluhih i nagluhih sudionika.
- Voditelj treba unaprijed pripremiti dovoljan broj svih potrebnih materijala za ovu radionicu, ovisno o konačnom broju sudionika.



Preporuke:

- S obzirom na to da su sudionici radionice mlade gluhe i nagluhe osobe, preporučuje se da voditeljevo izlaganje bude popraćeno prezentacijom koja će sadržavati kratke i jasne upute o temama koje se obrađuju tijekom radionice.
- Poželjno je da na bijeloj ploči ili u prezentaciji koja će biti vidljiva na projektoru budu zapisane najvažnije upute, etape i trajanje svake etape, te ih postaviti tako da je vidljivo svim sudionicima tijekom cijelog trajanja radionice.
- Poželjno je da je voditelj fluentan u znakovnom jeziku i ostalim sustavima komunikacija gluhih i nagluhih osoba ili osigurati komunikacijskog posrednika. Ako je moguće, osigurati i uređaje koji pretvaraju govor u tekst.
- Koristiti mobitel, tablet ili laptop umjesto papira kad god je to moguće, kako bi se smanjila potrošnja papira.



Postupak

Korak 1

Brainwriting poslovnih ideja (20 minuta)

Primjenom tehnike *brainwriting* sudionici unutar svoje grupe kreiraju i razvijaju poslovne ideje.

Sudionici koriste tehniku *brainwriting* unutar svoje grupe za stvaranje i razvijanje poslovnih ideja. Tehnika *brainwriting* potiče grupnu kreativnosti. Slična je tehnici oluje mozgova, ali sa značajnom razlikom: umjesto usmenog dijeljenja ideja, sudionici ih zapisuju.

Ova suptilna promjena ima značajan utjecaj – promiče demokratsko sudjelovanje, smanjuje kognitivne pristranosti i često dovodi do većeg broja ideja, a koje su i potencijalno raznovrsnije. Riječ je o fleksibilnoj tehnici koja se može prilagoditi različitim kontekstima. Može se koristiti za grupni rad ili za rad u parovima.

Svaki sudionik zapisuje određeni broj ideja na papiru, koji zatim kruži unutar grupe ili između parova, rezultirajući mnogim usavršenim idejama. Ova metoda može se prilagoditi temi radionice i mogućnostima sudionika.

UPUTE:

- Voditelj dijeli sudionike u manje grupe (poželjno je da u svakoj grupi bude najviše 4 osobe).
- Sve grupe imaju isti zadatak koji se sastoji od tri kruga. U prvom krugu svaki član unutar svoje grupe na papir zapisuje jednu poslovnu ideju, a zatim svoj papir s idejom prosljeđuje članu koji mu je s desne strane, a od člana koji mu je s lijeve strane dobiva papir s njegovom idejom. U drugom krugu svaki član razvija ideju koju je dobio – nadograđuje ju, modificira ili proširuje. Papir s razvijenom idejom ponovno prosljeđuje članu koji mu je s desne strane, a prima papir s razvijenom idejom od člana koji mu je s lijeve strane. U trećem, posljednjem krugu članovi nastavljaju s razvijanjem ideja koje su već prošle dva kruga, dodatno ih usavršavajući i poboljšavajući.
- Po isteku zadanog vremena, svaka grupa predstavlja svoje ideje koje su proizašle iz ovog zadatka, a zatim slijedi kratka rasprava o njima.

NAPOMENE:

- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.
- Početak i kraj svakog pojedinačnog kruga istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.

KRUGOVI:

- **KRUG 1:** Imaš ideju – zapiši je! (3 minute)
 - Svaki član grupe na papir zapisuje jednu poslovnu ideju, zatim papir s idejom prosljeđuje članu koji mu je s desne strane, a dobiva papir od člana koji mu je s lijeve strane.
- **KRUG 2:** Nadogradi tuđu ideju! (3 minute)
 - Članovi nadograđuju ideju koju su dobili – proširuju je, modificiraju ili nadograđuju. Potom ponovno prosljeđuju papir članu koji im je s desne strane.
- **KRUG 3:** Usavrši ideju! (3 minute)
 - Svaki član grupe još jednom nadograđuje ideju koju su dobili, dodatno je usavršavajući i poboljšavajući.

- **KRUG 4:** Grupe, otkrijte svoje ideje! (ovisi o konačnom broju grupa; svaka grupa po 3 minuta)
 - Po završetku posljednjeg kruga, voditelj poziva svaku grupu da prezentiraju svoje ideje, a ostale grupe ih aktivno slušaju. Također, voditelj potiče sudionike da iznesu svoja mišljenja o prezentiranim idejama i ovom načinu kreiranja ideja postavljajući im sljedeća pitanja:
 - Kako vas se dojmio ovaj zadatak i uopće ovaj način kreiranja ideja?
 - Koje su prednosti ili nedostaci ovakvog načina zajedničkog kreiranja poslovnih ideja?
 - Je li vam bilo lakše kreirati svoju ideju ili razvijati tuđu ideju?
 - Što mislite koje od predstavljenih ideja imaju najveći potencijal za daljnji razvoj?

Korak 2

Uvod u poslovno planiranje (20 minuta)

Nakon uvodnog zadatka slijedi voditeljevo kratko izlaganje o tomu što je poslovno planiranje, zašto je ono važno i koje su ključne komponente poslovnog planiranja. Izlaganje je popraćeno primjerima dobrih i loših poslovnih planova. Voditelj ističe da su prethodnim zadatkom sudionici započeli poslovno planiranje koje i počinje kreiranjem, a zatim razradom poslovne ideje, te ih upućuje na sljedeći korak ove radionice – zadatak u kojem članovi, radeći u grupama, opredjeljuju se za jednu ideju kreiranu tijekom prethodnog zadatka i detaljnije ju analiziraju primjenjujući tehniku SWOT analize.

Korak 3

SWOT analiza jedne poslovne ideje (30 minuta)

Tijekom ovog koraka grupe detaljnije razrađuju jednu poslovnu ideju primjenjujući tehniku SWOT analize. SWOT analiza (snage, slabosti, prilike i prijetnje) tehnika je strateškog planiranja koja pruža alate za procjenu ideja ili pronalaženje rješenja. Uključuje analiziranje četiri ključna područja: unutarnjih resursa i sposobnosti, kao i vanjskih čimbenika koji mogu utjecati na uspjeh ili neuspjeh. Ova analiza pomaže u identificiranju snaga koje treba iskoristiti, slabosti koje treba adresirati, prilika koje treba iskoristiti i prijetnji koje treba ublažiti, omogućujući donošenje informiranih odluka i razvoj učinkovitih strategija za budući rast i razvoj.

Snage	Što čini ovu ideju jedinstvenom ili boljom od drugih?
Slabosti	Koje bi prepreke mogli imati u razvoju ideje?
Prilike	Kako bi se ideja mogla proširiti ili prilagoditi tržištu?
Prijetnje	Koji vanjski faktore bi mogli utjecati na uspjeh ili neuspjeh?

UPUTE:

- Sudionici rade u grupama (poželjno je da su grupe iste kao i tijekom prvog zadatka).
- Svaka grupa, zajedničkim dogovorom, opredjeljuje se za jednu od nekoliko ideja nastalih tijekom prvog koraka radionice, a zatim tu ideju detaljnije razrađuju primjenjujući tehniku SWOT analize.

UPUTE:

- Sudionici rade u grupama (poželjno je da su grupe iste kao i tijekom prvog zadatka).
- Svaka grupa, zajedničkim dogovorom, opredjeljuje se za jednu od nekoliko ideja nastalih tijekom prvog koraka radionice, a zatim tu ideju detaljnije razrađuju primjenjujući tehniku SWOT analize.

NAPOMENE:

- Svim grupama potrebno je podijeliti radni listić koji sadrži etape SWOT analize.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.
- Kraj zadatka istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.

ETAPE:

- **ETAPA 1:** Odaberite ideju i analizirajte ju! (10 minuta)
 - Svaka grupa proučava ideje kreirane tijekom prvog koraka ove radionice, zajedničkim dogovorom odabiru jednu ideju koju detaljnije razrađuju koristeći tehniku SWOT analize.
- **ETAPA 2:** Prezentiraj svoju ideju! (ovisi o broju grupa; svaka grupa po 5 minuta)
 - Svaka grupa prezentira svoju ideju i objašnjava ju prema etapama SWOT analize, a ostale grupe aktivno slušaju.
- **ETAPA 3:** Diskutirajmo o idejama! (10 minuta)
 - Ovaj zadatak završava zajedničkom diskusijom. Sudionici međusobno razmjenjuju mišljenja, dojmove i iskustva stečenih tijekom ovog zadatka, kao i mišljenja o predstavljenim idejama.

Korak 4

Izrada osnovnog poslovnog plana (40 minuta)

I u ovom koraku nastavlja se grupni rad. Voditelj svakoj grupi dodjeljuje primjerak jednostavnog poslovnog plana, uz objašnjenja o svakom pojedinačnom odjeljku. Zadatak je svake grupe da poslovnu ideju koju su odabrali i analizirali tijekom prethodnog koraka razviju u poslovni plan.

UPUTE:

- Sudionici rade u grupama (poželjno je da su sudionici u istim grupama).
- Svaka grupa razvija prethodno odabranu i analiziranu poslovnu ideju u poslovni plan, koristeći dodijeljeni primjerak osnovnog poslovnog plana.

NAPOMENE:

- Svim grupama potrebno je podijeliti predložak jednostavnog poslovnog plana.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.
- Kraj zadatka istovremeno obavijestiti na dva načina – zvučno i svjetlosno.

ETAPE:

- **ETAPA 1:** Pisanje poslovnog plana (15 minuta)
 - Sljedeći zadani predložak, svaka grupa piše svoj poslovni plan.
- **ETAPA 2:** Prezentacija poslovnog plana (ovisi o broju grupe; svaka grupa po 5 minuta)
 - Svaka grupa prezentira svoj poslovni plan, a ostale grupe aktivno slušaju.
- **ETAPA 3:** Diskusija (10 minuta)
 - Na kraju slijedi zajednička diskusija o prezentiranim poslovnim planovima. Voditelj im može postaviti sljedeća pitanja:
 - Što ste naučili tijekom pisanja poslovnog plana?
 - Čime ste se vodili tijekom osmišljavanja strategija da plan bude održiv i realan?
 - Što mislite koji bi bili sljedeći koraci nakon izrade poslovnog plana?
 - Da možete ponovno raditi na svom poslovnom planu, što biste promijenili ili poboljšali?

Korak 5

Završetak i zaključak (10 minuta)

Radionica završava zajedničkim presjekom stečenih dojmova, mišljenja, znanja i vještina tijekom rada na nekoliko zadataka. Diskusija može biti vođena sljedećim pitanjima:

- Koje vještine ili znanja stečenih tijekom današnje radionice smatrate najkorisnijima?
- Koje su vam aktivnosti bile najizazovnije i zašto?
- Na koji način planirate primijeniti naučeno u budućem radu ili osobnom razvoju?

Ova preporučena pitanja omogućuju sudionicima da iznesu svoje iskustvo i podijele ključne spoznaje koje su stekli tijekom radionice.



Savjeti za voditelje:

- Potičite aktivan angažman sudionika postavljanjem otvorenih pitanja, raspravom i primjerima iz prakse.
- Osigurajte podržavajuću atmosferu u kojoj su sve ideje dobrodošle i prihvatljive, te potičite sudionike na slobodno izražavanje i kreativnost.
- Osvijestite različite načine komunikacije među sudionicima i njihove razlike u dosadašnjim znanjima i iskustvima. Prilagodite svoj pristup kako bi svi mogli aktivno sudjelovati i doprinosti.



Preporučeni materijali za čitanje kao priprema za provedbu radionice:

- Brainwriting
 - How To Master Changing Careers: Brainwriting Strategies For Success
<https://www.forbes.com/sites/cherylrobinson/2024/01/29/how-to-master-changing-careers-brainwriting-strategies-for-success/>
 - Brain-Writing Vs. Brainstorming Case Study For Power Engineering Education
https://www.researchgate.net/publication/282536474_Brain-Writing_Vs_Brainstorming_Case_Study_For_Power_Engineering_Education
- SWOT analysis
 - How to Perform a SWOT Analysis
<https://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp>
 - What is a SWOT Analysis? (And When To Use It)
<https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html>
 - What Is A SWOT Analysis?
<https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-swot-analysis/>
- Business plan
 - Business Plan: What It Is, What's Included, and How to Write One
<https://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp>
 - Korak-by-Korak Guide to Writing a Simple Business Plan
<https://www.smartsheet.com/content/write-business-plan>
 - How To Write A Basic Business Plan
<https://www.forbes.com/sites/melissahouston/2024/03/12/how-to-write-a-basic-business-plan/>
 - Simple Business Plan Template (2024)
<https://www.forbes.com/advisor/business/simple-business-plan-template/>



Radni listić za Korak 3

Primjer SWOT analize

SWOT analiza

SNAGE

SLABOSTI

PRILIKE

PRIJETNJE



Radni listić za Korak 4

Primjer jednostavnog poslovnog plana

Opišite	Razmotrite
Misija Što je vaše „zašto“?	<ul style="list-style-type: none">• Kome je namijenjeno?• Kako?• Što vas čini drugačijima od drugih?• Koja je vaša najsnažnija vizija vašeg posla?• Koja je vaša najsnažnija vizija za vas osobno?
Poslovni ciljevi Kako ćete postići svoju misiju?	<ul style="list-style-type: none">• Specifični, mjerljivi ciljevi, uključujući ciljeve prihoda• Koje su vaše snage kojima ćete se voditi?• Kako ćete doći do svojih idealnih klijenata?• Koliko brzo planirate rasti ove godine?• Tko vam može pomoći (unutarnji i vanjski resursi)?
Projekcija prihoda Kako ćete zarađivati?	<ul style="list-style-type: none">• Koliko prihoda želite ostvariti?• Koliko trebate naplatiti da biste to postigli?• Hoćete li naplaćivati po satu/jedinici/projektu?• Koji su trenutni izvori prihoda (usluge, proizvodi)?• Koji bi bili budući izvori prihoda (savjetovanje, poučavanje)?
Projekcija troškova Koje ćete troškove imati?	<ul style="list-style-type: none">• Hoćete li imati zaposlenike?• Trebate li kupovati materijale?• Trebate li nabavljati uredski materijal?• Trebate li plaćati održavanje mrežne stranice?• Trebate li financirati marketing te računovodstvo?
Osobni rast Kako ćete investirati u sebe?	<ul style="list-style-type: none">• Obuka za nove vještine• Akreditacije• Događaji s ciljem poslovnog umrežavanja• Prilike za javnu prezentaciju• Objavlivanje o svojim kompetencijama, eksponiranje u medijima

Aktivnosti

Aktivnosti i ciljevi projekta uključuju:

- Razvijanje alata s inovativnim Radionicas, aktivnostima i dva online tečaja koji sadrže obrazovne materijale i praktične savjete za poboljšanje razvoja karijere i poduzetničkih vještina.
- Izrada kurikuluma za radnike s mladima kako bi ih opremili znanjima i vještinama za karijerno savjetovanje i vođenje gluhih, nagluhih osoba i osoba s komunikacijskim poteškoćama.
- Podizanje javne svijesti, posebice među organizacijama i institucijama mladih, o gluhoći, komunikacijskim izazovima i preprekama na tržištu rada, uz davanje savjeta i preporuka putem kampanja na društvenim mrežama.
- Pokretanje web stranice projekta i interaktivnog online repozitorija za radnike s mladima, edukatore i gluhe i nagluhe mlade, pružajući stalni pristup obrazovnim materijalima, savjetima i rezultatima projekta.
- Održavanje završne konferencije za predstavljanje razvijenih materijala i rezultata testiranja.



Aktivnost 1

Brza oluja mozgova



Ciljevi:

- Razviti vještine stvaranja ideja pomoću tehnike koja potiče na brzo i kreativno stvaranje novih ideja bez prosuđivanja o njihovoj svrhovitosti.
- Pomoći sudionicima da razvijaju kreativno razmišljanje tijekom učenja ili istraživanja novih pojmova i metoda.



Materijali:

Papiri (za bijelu ploču), marker, samoljepljivi papirići, štoperica



Preporučeno vrijeme:

15-30 minuta, ovisno o veličini grupe i temi koja se obrađuje



Na koji način provesti ovu aktivnost?

Voditelj treba izabrati određenu temu ili problem o kojem će sudionici razvijati ideje tehnikom oluje mozgova. Važno je da tema koja će se obrađivati bude objašnjena na svima jasan način te vidljiva svima (primjerice na bijeloj ploči, projektoru ili tiskanom obliku).



Teme koje su usko vezane za cjelokupnu tematiku ove brošure, a mogle bi poslužiti za tehniku brze oluje mozgova (prijedlozi tema za voditelje):

- izazovi pristupačnosti
- inovacije u asistivnoj tehnologiji
- aktivnosti s društvenim utjecajem
- platforme za kreativno izražavanje
- turistička iskustva u zajednici gluhih
- prilagođeni *fitness* i *wellness* sadržaji
- platforme za poduzetničko obrazovanje
- ekološki prihvatljive poslovne ideje
- inkluzivno planiranje događaja
- prevoditeljske usluge

Ako ima više od 10 sudionika, voditelj ih dijeli u manje grupe, u svakoj grupi 4-5 sudionika, vodeći pritom računa o tomu da su svi raspoređeni tako da mogu jedni s drugima jednostavno komunicirati (preporučuje se polukružni razmještaj koji omogućuje sudionicima da tijekom čitavog rada zadatku imaju pogled jedni na druge).

Na samom početku, voditelj objašnjava tehniku oluje mozgova koristeći vizualna pomagala (primjerice projektor, velike tiskane materijale, bijelu ploču i slično).

Pravila su sljedeća:

- Nijedna ideja nije loša: svi su prijedlozi dobrodošli.
 - U ovoj fazi kvantiteta je važnija od kvalitete.
 - Nema osuđivanja: nemojte kritizirati niti procjenjivati svoje ili tuđe ideje tijekom ove faze.
 - Budite slobodni i kreativni: razmišljajte izvan okvira.
 - Nadogradite ideje drugih: sudionici mogu uzeti neku ideju kako bi ju izmijenili ili poboljšali.
-
- Nakon uvodnog dijela i upoznavanja sudionike s pravilima, daje im se određeni problem ili izazov za koji trebaju smisliti rješenja.
 - Voditelj pokreće štopericu koja je cijelo vrijeme vidljiva sudionicima.
 - Svaki sudionik zapisuje svoje ideje na samoljepljive papiriće ili ih zapisuje na bijelu ploču. Svoje ideje mogu zapisati u obliku samo jedne riječi, kratke fraze ili pak nacrtati.
 - Voditelj stalno potiče sudionike na zapisivanje što većeg broja ideja, istovremeno ih podsjećajući na postavljeno vremensko ograničenje te ih upućuje na pravila odnosno potiče ih na slobodno i kreativno zapisivanje svih ideja koje im padnu na pamet.
 - Ako sudionici to žele, svoje ideje mogu "proslijediti" drugima ili izmijeniti tuđe ideje s ciljem razvijanja i poboljšanja ideja.
 - Po isteku zadanog vremena, sudionici sažimaju rezultate ove aktivnosti. Ako je aktivnost izvedena u obliku grupnoga rada, preporučuje se da sudionici zajedno raspravljaju o idejama.
 - Ova aktivnost može završiti zajedničkom raspravom i zaključkom, stavljajući pritom naglasak na process razvijanja ideja i konačne rezultate koji su dobiveni.



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova aktivnost može se koristiti kao dio svakodnevnih obrazovnih aktivnosti s mladim gluhim i nagluhim osobama jer ih potiče na takozvano razmišljanje izvan okvira. Može se provoditi u obliku grupnoga rada jer potiče sudionike na kreativno razmišljanje, ali i na uzajamno pomaganje kada dođe do svojevrsne blokade prilikom kreiranja ideja. Aktivnost je moguće sadržajno prilagoditi potrebama i mogućnostima sudionika, pa se tako mogu kreirati ideje za donošenje odluke o mjestu izleta, sljedećoj aktivnosti za sudionike, rješavanje problema u svakodnevnom životu u lokalnoj zajednici i slično. Preporučuje se da voditelji i edukatori koji prvi put rade s mladim gluhim i nagluhim osobama koriste ovu aktivnost kao metodu kojom razvijaju svoje vještine o tomu kako im pristupiti, a zatim kako s njima komunicirati.



Povezanost s radionicama:

Ova aktivnost može se integrirati kao prvi korak u *Radionici 1: Tehnike kreativnog rješavanja problema*.



Aktivnost 2

Savršeno predstavljanje



Ciljevi:

- Poboľšati vještine predstavljanja sudionika vježbama sažetih i jasnih prezentiranja.
- Pomoći sudionicima da daju i primaju konstruktivne kritike o konačnim dojmovima i rezultatima izvedbi.



Materijali:

- Bijela ploča, markeri, olovke, štoperica, papiri A4 formata



Preporučeno vrijeme:

30-45 minuta, ovisno o veličini grupe i trajanju prezentacija



Na koji način provesti ovu aktivnost?

Priprema započinje voditeljevim izborom teme za predstavljanje odnosno izlaganje, poput predstavljanja nove ideje projekta, opisivanja usluge ili profesionalnog predstavljanja. Tema treba biti prikazana vizualno (na bijeloj ploči, projektoru ili u tiskanoj formi) kako bi svim sudionicima ona bila razumljiva.

Ako je broj sudionika veći od 10, preporučuje se da se sudionike rasporedi u manje grupe po 4 do 5 osoba. Sudionici bi trebali biti raspoređeni na način koji će im olakšati komunikaciju (primjerice, sjediti u polukrugu kako bi svi mogli vidjeti jedni druge).

Neke od tema koje se mogu obraditi:

- Predstavljanje novog projekta u organizaciji ili lokalnoj zajednici
- Predstavljanje poslovne ideje ili usluge
- Osobno predstavljanje za intervju za posao
- Prijedlog za događaj ili program

Na početku, voditelj, koristeći vizualna pomagala (projektor, veliki tiskani materijali, bijela ploča), objašnjava ključna pravila za kratka i uvjerljiva izlaganja te pravila o davanju konstruktivnih informacija:

- **Budite sažeti** – izlaganje treba biti jasno i sažeto, u trajanju do 2 minute
- **Struktura je važna** – cilj je slijediti jednostavnu strukturu, kao što je predstavljanje ideje, isticanje njezine vrijednosti i završiti s pozivom na akciju ili najaviti buduće korake
- **Budite angažirani** – voditelji trebaju poticati sudionike da govore s povjerenjem i povežu se s publikom
- **Konstruktivne povratne informacije** – u svrhu vježbe, povratna informacija treba uključivati jednu pozitivnu točku i jedan prijedlog za poboljšanje
- **Aktivno slušanje** – slušatelji trebaju svoju pažnju usredotočiti na izlaganje i biti spremni izložiti dojmove o viđenom

Svaki sudionik izlaže unutar zadanog vremena, usredotočujući se pritom na pravila koja su netom predstavljena i objašnjena.

Voditelj pokreće štopericu koja je sve vrijeme vidljiva sudionicima, kako bi mogli paziti na zadano vrijeme. Nakon izlaganja, svaki sudionik dobiva povratne informacije o svom izlaganju od ostalih sudionika, a one trebaju pratiti jednostavnu strukturu:

- Pozitivna povratna informacija: Što je bilo dobro u izlaganju? Jesu li sadržaj i struktura izlaganja bili zanimljivi? Je li izlaganje djelovalo samouvjereno?
- Prijedlozi za poboljšanje: Što je (bilo) potrebno promijeniti kako bi izlaganje imalo jasnoću, slijedilo zadanu strukturu i bilo zanimljivo?

Po završetku svih izlaganja, slijedi zajednička kratka rasprava koja je usredotočena na razmjenu dojmova i mišljenja stečenih tijekom ove aktivnosti.



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova je aktivnost korisna u edukativnim programima ili programima s ciljem stjecanja znanja i vještina o zapošljavanju, na kojima sudionici razvijaju vještine o komunikaciji u različitim situacijama. Tijekom rada s mladim gluhim i nagluhim osobama, voditelj bi trebao koristiti vizualna pomagala. Također, voditelj bi trebao voditi računa o rasporedu sjedenja sudionika, odnosno omogućiti im da budu raspoređeni tako da mogu neometano vidjeti jedni druge te omogućiti da su povratne informacije dostupne i vizualno, u obliku zapisanih bilješki.



Povezanost s radionicama:

Ova aktivnost može se integrirati kao prvi korak u *Radionici 3: Vještine prezentiranja*.

Aktivnost 3

Financijske odluke kroz igru uloga



Ciljevi:

- Unaprijediti znanja i vještine o donošenju financijskih odluka.
- Igrom uloga i simulacijskim scenarijima pružiti sudionicima praktična znanja i vještine o financijskom planiranju i upravljanju proračunom.



Materijali:

Kartice sa scenarijima, radni listovi za proračun, olovke, markeri, kalkulatori, projektor



Preporučeno trajanje:

30-45 minuta, ovisno o veličini grupe i broju scenarija



Na koji način provesti ovu aktivnost?

Tijekom pripreme voditelj izrađuje različite financijske scenarije, na karticama ili letcima. Svaki scenarij trebao bi obuhvatiti proračunske izazove, poput planiranja proračuna na mjesečnoj razini, odlučivanja o prioritetima pri štednji ili balansiranju između različitih troškova nastojeći ostati unutar predviđenog proračuna.

Primjeri scenarija koji mogu biti dodijeljeni grupama:

- Izrada mjesečnog proračuna s ograničenim prihodom
- Odluka između štednje ili potrošnje odnosno kupnje željenog proizvoda ili usluge
- Izmjena proračuna zbog neočekivanih troškova (popravci ili izvanredne situacije)
- Raspodjela proračuna za određeni događaj ili putovanje
- Upravljanje računima i određivanje ciljeva štednje za kratkoročne i dugoročne potrebe

Voditelj najprije upoznaje sudionike s osnovnim pravilima o donošenju financijskih odluka:

- Prvo pravilo: **Ograničen proračun** – svaki financijski scenarij sadrži točno određene prihode i rashode
- Drugo pravilo: **Određivanje prioriteta** – sudionici zajednički trebaju odlučiti što su prioriteta (potrebe naspram želja)
- Treće pravilo: **Rješavanje problema** – sudionici potiču jedni druge na pronalazak kreativnih rješenja za uspješno vođenje zadanog proračuna
- Četvrto pravilo: **Praćenje odluka** – sudionici trebaju bilježiti svaku odluku, njihov utjecaj na proračun te izmjene proračuna
- Peto pravilo: **Pregled rezultata** – sudionici zajednički trebaju raspraviti o utjecaju svake odluke na daljnje izmjene i dopune proračuna

Svakoj grupi dodjeljuje se financijski scenarij, a zatim ga zajednički proučavaju te izrađuju plan za njegovo daljnje upravljanje. Grupe mogu na radnom list bilježiti raspodjelu sredstava, svoje odluke o prihodima, rashodima, štednji i drugim troškovima određenima proračunom.

Voditelj na početku postavlja štopericu i napominje grupama da doživljavaju zadani financijski scenarij kao donošenje stvarnih financijskih odluka te razmotre utjecaj odnosno dugoročne posljedice svojih odluka i izbora.

Po isteku vremena, svaka grupa prezentira ostalima rezultate svog financijskog scenarija i elaborira o svojim odlukama i izborima te njihovim utjecajima na konačne rezultate proračuna. Voditelj potiče ostale sudionike na postavljanje pitanja ili iznošenje svojih prijedloga na određene financijske odluke grupa.

Ova aktivnost završava kratkom diskusijom među svim sudionicima, a za potrebe diskusije voditelj može postaviti sljedeća pitanja:

- Jeste li uspjeli ostati unutar zadanog proračuna? Ako niste, gdje ste ga premašili?
- Koja je bila najteža odluka koju ste morali donijeti?
- Što biste promijenili ako znate da trenutni proračun morate prilagoditi prihodima i rashodima koji vas očekuju idući mjesec?



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova aktivnost pogoduje radionicama o financijskoj pismenosti i moguće ju je implementirati u programe o osobnim financijama ili karijernom savjetovanju. Scenariji sa zadanim proračunom potiču sudionike na bolje i učinkovitije donošenje financijskih odluka u stvarnim situacijama, čime se ujedno poboljšava njihova financijska pismenost.

Tijekom rada s mladim gluhim i nagluhim osobama, voditelj treba osigurati da su upute i scenariji dostupni u vizualnom obliku, u obliku tiskanih materijala, zapisani na bijeloj ploči ili prikazani na projektoru.

Također, važno je osigurati razmještaj među sudionicima koji će im omogućiti neometanu komunikaciju i suradnju, te se osloniti na komunikacijskog posrednika ili druge alate koji omogućuju komunikaciju, poput uređaja ili aplikacija koje pretvaraju govor u tekst u realnom vremenu.



Povezanost s radionicama:

Ova aktivnost može se provesti kao prvi korak u *Radionici 5: Financijska pismenost za početnike*.



Prilozi:

Nekoliko primjera financijskih scenarija:

Scenarij 1: Izrada mjesečnog proračuna s ograničenim prihodom

Scenarij: Počinjete novi posao s početnom plaćom od 1500 € mjesečno. Trebate pokriti troškove najma, režija, hrane, prijevoza i, idealno, uštedjeti nešto svaki mjesec.

Radni listić: Sudionici najprije ispunjavaju osnovne troškove (najam, namirnice itd.) kako bi vidjeli što mogu pokriti unutar granice od 1500 €. Možda će morati dati prednost osnovnim potrebama u odnosu na diskrecijske troškove, balansirajući između nužne stavki poput najma i namirnica s ciljevima štednje.

Scenarij 2: Odluka između štednje ili potrošnje odnosno kupnje željenog predmeta

Scenarij: Uštedjeli ste 300 €, ali je cijena novog predmeta koji želite 250 €. Hoćete li ga kupiti sada ili se odlučujete na štednju s većim ciljem, poput fonda za hitne slučajeve?

Radni list: U ovom je scenariju cilj usredotočiti se na donošenje odluka, štednju i financijske ciljeve; sudionici trebaju analizirati prednosti i nedostatke ispunjavanja želje naspram povećanja štednje za hitne slučajeve ili buduće potrebe.

Scenarij 3: Izmjena proračuna zbog neočekivanih troškova

Scenarij: Imate stabilan mjesečni proračun, ali iznenada morate popraviti svoj automobil, a cijena popravka bit će 500 €. Morat ćete preraspodijeliti sredstva kako biste mogli otplatiti popravak automobila.

Radni list: Sudionici bilježe svoj ukupni mjesečni prihod i uobičajene troškove, a zatim razmatraju gdje mogu smanjiti (npr. zabava, večera u restoranu) kako bi uštedjeli ili pokrili neočekivani popravak, radeći prilagodbe u svakoj kategoriji svog proračuna i analizirajući utjecaj promjena.

Scenarij 4: Raspodjela proračuna za određeni događaj ili putovanje

Scenarij: Zajedno s grupom prijatelja planirali ste putovanje za vikend s proračunom od 1000 €. Morate pokriti troškove smještaja, hrane, prijevoza i aktivnosti.

Radni list: Sudionici koriste radni list kako bi zapisali svoju raspodjelu proračuna među kategorijama relevantnima za putovanje. Smještaj i prijevoz mogu biti navedeni pod *osnovni troškovi*, dok aktivnosti i hrana mogu biti dio *diskrecijskih troškova*. Morat će postaviti prioritete kako bi osigurali da sredstva budu dostatna za pokrivanje svih osnovnih troškova, ostavljajući pritom dovoljno sredstava za aktivnosti i zabavu.

Scenarij 5: Upravljanje računima i određivanje ciljeva štednje

Scenarij: Zarađujete 2000 € mjesečno i želite štedjeti za dugoročni cilj, poput fakulteta ili tečaja za akreditaciju, dok istovremeno plaćate mjesečne račune.

Radni list: Sudionici raspodjeljuju svoj prihod među osnovnim troškovima (poput najma i režija), diskrecijskim troškovima (zabava, hobiji) i ciljevima štednje. Mogu eksperimentirati s izmjenom iznosa među zadanim kategorijama kako bi vidjeli koliko mjesečno mogu uštedjeti, a da su pritom pokrili sve osnovne troškove.

Aktivnost 4

Lov na tržišna istraživanja



Ciljevi:

- Razvijanje praktičnih i primjenjivih znanja i iskustava o prikupljanju i analiziranju tržišnih podataka iz različitih izvora.
- Poticati sudionike na pravodobnu reakciju na određene izazove i pitanja vezanih za tržište rada.



Materijali:

Radni list za tržišno istraživanje, pristup internetu, olovke, markeri, bijela ploča, stol i papir



Preporučeno vrijeme:

60-75 minuta, ovisno o veličini grupe i ishodima analize



Na koji način provesti ovu aktivnost?

Voditelj započinje ovu aktivnost navodeći ključne ciljeve i postavljajući pitanja o tržištu svakoj grupi. Sudionici moraju pronaći odgovore na zadana pitanja tako što će prikupljati i analizirati podatke iz nekoliko različitih izvora.

Pitanja na koja sudionici trebaju pronaći odgovore te kategorije koje trebaju analizirati su sljedeće:

- 1.) **Potražnja i preferencije kupaca:** Koje su tri najvažnije karakteristike koje kupci gledaju prilikom odabira novog proizvoda? Koliko je ekološka prihvatljivost važna kupcima pri odabiru proizvoda? Koje su najpopularnije opcije dostave proizvoda?
- 2.) **Analiza konkurencije:** Tko su glavni konkurenti? Kako konkurenti diferenciraju svoje usluge (cijena, kvaliteta, raznolikost)? Koje jedinstvene prodajne točke koriste za privlačenje kupaca?
- 3.) **Strategija cijena:** Koji je raspon cijena koji su kupci spremni izdvojiti za određeni proizvod? Koji je raspon cijena najprodavanijih proizvoda?
- 4.) **Trendovi i recenzije kupaca:** Koji su trenutni trendovi u određenoj industriji? Koji su najnoviji trendovi u održivoj modi i kako utječu na odabir kupaca? Kako je rad na daljinu utjecao na preferencije kupaca?

Svaka grupa dobiva specifičan proizvod iz određene industrije. Voditelj im zatim određuje vrijeme za prikupljanje podataka (20-30 minuta). Svaka grupa treba koristiti dostupne izvore (internet ili pripremljene listove) kako bi prikupili informacije kao relevantne odgovore na postavljena pitanja. Svoje odgovore zapisuju na radnim listovima ili pripremljenim papirima A4 formata. Po isteku zadanog vremena za prikupljanje informacija odnosno odgovora, grupe se pripremaju za kratku prezentaciju pred ostalima, sažimajući svoja saznanja. Prezentacija treba biti usredotočena isključivo na jasno i nedvosmisleno davanje odgovora na zadana pitanja, identificirati aktualne trendove ili preferencije te zabilježiti ključne informacije o konkurentima, a koji mogu utjecati na promjene na tržištu. Također, svaki tim objašnjava korištene metode prikupljanja i analiziranja podataka te predstavljaju ključne zaključke.

Voditelj zaključuje ovu aktivnost kratkom raspravom vodeći se sljedećim pitanjima:

- 1.) Koje su se metode prikupljanja podataka pokazale kao najučinkovitijima?
- 2.) Koliko je bilo lako ili izazovno prikupiti relevantne informacije?
- 3.) Koja su saznanja bila iznenađujuća?
- 4.) Kako bi primijenili ovaj proces na druga pitanja tržišnog istraživanja?



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhih i nagluhih osobama?

Ova aktivnost može biti korisna za radionice o poduzetništvu ili usvajanju općenitih vještina zapošljavanja ili samozapošljavanja, a za koja su potrebna praktična znanja i iskustva o razumijevanju potreba kupaca i tržišnih trendova. Voditelji trebaju upute i zadatke predložiti u vizualnom obliku, osigurati da su svi materijali za istraživanje lako dostupni i organizirati razmještanje među grupama koji će omogućiti fluidnu komunikaciju, tako što će sjediti za okruglim stolom ili raditi u manjim grupama. Upute dostupne na bijeloj ploči ili projektoru mogu pripomoći u učinkovitijem radu na zadatku.



Povezanost s radionicama:

Ova aktivnost može se implementirati kao prvi korak u *Radionici 6: Osnove istraživanja tržišta*.

Aktivnost 5

Izazovi inkluzivnog dizajna



Ciljevi:

- Opremiti sudionike praktičnim znanjima i iskustvima o primjeni principa inkluzivnog dizajna.
- Potaknuti sudionike na kreiranje proizvoda ili usluge koji će zadovoljiti različite korisničke potrebe.



Materijali:

Radni listovi ili predlošci za dizajn, markeri, olovke, samoljepljivi papirići, bijela ploča, papiri A3 formata



Preporučeno vrijeme:

90 minuta, ovisno o veličini grupe i složenosti zadatka



Na koji način provesti ovu aktivnost?

Voditelj započinje ovu aktivnost kratkim uvodom u koncept inkluzivnog dizajna, ističući njegovu važnost pri stvaranju pristupačnih i ravnopravnih rješenja. Poželjno je da voditelj sudionicima pokaže nekoliko primjera inkluzivnih proizvoda ili usluga kako bi ih inspirirali na zadatke koji predstoje.

Slijedi podjela sudionika u manje grupe (2-5 sudionika u jednoj grupi), a onda im se dodjeljuje stvarni izazov. Na bijeloj ploči ili papiru A3 formata zapisuju, koristeći tehniku oluje mozgova, sve ideje za dizajn proizvoda ili usluge, uzimajući pritom u obzir različite korisničke potrebe. Tijekom rada na zadatku, potiče ih se da razmišljaju o sljedećih nekoliko važnih čimbenika:

- **Pristupačnost:** razmislite na koji način osobe s različitim mogućnostima mogu koristiti vaš proizvod
- **Kulturna raznolikost:** objedinjuje li vaš proizvod kulturnu raznolikost i tradicijske elemente
- **Upotrebljivost:** razmislite jesu li vaš proizvod ili usluga namijenjeni osobama svih dobnih skupina i njihovim različitim potrebama i mogućnostima

Grupe imaju 30 minuta za zapisivanje svojih ideja o određenom proizvodu ili usluzi. Nakon toga svaka grupa predstavlja ostalima svoj dizajn, objašnjavajući im kako su primijenili principe inkluzivnog dizajna. Voditelj te sudionici pružaju jedni drugima konstruktivne informacije o prezentiranim dizajnima, usredotočujući se na rješenja koja su iznimna i rješenja koja zahtijevaju potencijalna poboljšanja.

Aktivnost završava kratkom raspravom koja može biti vođena sljedećim pitanjima:

- Koji od principa inkluzivnog dizajna smatrate najizazovnijim?

- Kako ste osigurali da vaš dizajn zadovolji različite korisničke potrebe?
- Što ste naučili tijekom dijeljenja konstruktivnih informacija i rasprave?
- Kako biste principe inkluzivnog dizajna primijenili u svojim nadolazećim projektima i zadacima?



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Voditelj treba voditi računa o pristupačnosti primjera i uputa, koristiti pomagala i materijale koji osiguravaju fluentnu komunikaciju. Organizirati sjedenje za okruglim stolom jer će se tako omogućiti protočnost komunikacije i suradnje među sudionicima, a primjeri inkluzivnih dizajna poželjno je prikazati na projektoru ili bijeloj ploči.



Povezanost s radionicama:

Ova aktivnost može se provesti kao prvi korak u *Radionici 7: Principi inkluzivnog dizajna*.

Aktivnost 6

Networking bingo



Ciljevi:

- Omogućiti sudionicima stjecanje vještina umrežavanja na zabavan i angažirajući način.
- Potaknuti sudionike na izgradnju interakcija i jačanje komunikacijskih vještina.



Materijali:

Prilagođene bingo kartice s uputama, olovke i marker



Preporučeno vrijeme:

30-45 minuta



Na koji način provesti ovu aktivnost?

Voditelj objašnjava sudionicima da je cilj ove aktivnosti učiniti umrežavanje zabavnim, ali ih istovremeno potaknuti da saznaju ponešto jedinstveno jedni o drugima. Voditelj im dijeli kartice i objašnjava pravila – sudionici moraju pristupati jedni drugima, postaviti im pitanja prema kartici, a zatim popuniti sva prazna polja na svojoj kartici. Sudionici se kreću prostorijom, pristupajući jedni drugima, razgovaraju jedni s drugima s ciljem međusobnog upoznavanja, ali i ispunjavanja svih praznih polja svoje kartice.

Primjer kartice koja se daje sudionicima:

Pronađite nekoga tko...	Pronađite nekoga tko ...	Pronađite nekoga tko ...
...ima neobičan hobi	...je posjetio više od 3 države	...govori više od 2 jezika
...voli javni nastup/govor	...radi u potpuno različitom području od vas	...je sudjelovao u više od 5 radionica ove godine
...preferira više čaj nego kavu	...može preporučiti odličnu knjigu ili film	...je posvećen volonterstvu
...svira neki glazbeni instrument	...zna programirati ili koristiti napredne tehničke alate	...je nedavno započeo novi posao ili projekt
...je jutarnja osoba	...uživa u aktivnostima na otvorenom, poput planinarenja ili kampiranja	...može podijeliti nešto o posljednjem projektu koji je organiziran u lokalnoj zajednici

Ovisno o sudionicima koji će prisustvovati ovoj aktivnosti, pitanja je moguće promijeniti ili prilagoditi. Cilj je dobiti što više različitih imena jer se tada smatra da je cilj zadatka ispunjen – komunicirati s drugim sudionicima.

Za kraj, voditelj vodi kratku raspravu vođenu sljedećim pitanjima:

- Što vam se najviše sviđelo u ovoj aktivnosti?
- Jeste li saznali nešto iznenađujuće o nekome?
- Kako bi ove vještine umrežavanja mogle biti primijenjene u profesionalnim ili društvenim okruženjima?



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova aktivnost izvrsna je za tzv. probijanje leda ili podizanje energije među sudionicima tijekom radionice ili određene sesije. Voditelj treba voditi računa da su pitanja na kartici jasna i pregledna. Preporučuje se razmisliti o izvedbi ove aktivnosti kao grupnog zadatka, odnosno podijeliti sudionike u manje grupe s ciljem sprječavanja komunikacijskih barijera. Vizualni prikaz uputa i primjera omogućuje pristupačnost i ravnopravnu uključenost.



Povezanost s radionicama:

Ova aktivnost može se provesti kao prvi korak u *Radionici 8: Učinkovite strategije umrežavanja*.

Aktivnost 7

Svi za stolom! – okrugli stol



Ciljevi:

- Poboľjšati vještine komuniciranja i argumentiranja kroz aktivno sudjelovanje u dinamičnim diskusijama i igri uloga kojom se simuliraju različite komunikacijske situacije i predstavnici iz poslovnog okruženja.
- Razvijati sposobnosti aktivnog slušanja, jasnog izražavanja i učinkovite komunikacije u različitim poslovnim situacijama.



Materijali:

Bijela ploča, markeri, projektor, računalo ili laptop, prezentacijski slajdovi, kartice sa zadanim temama za okrugli stol, olovke i papirići za bilješke, svjetlosni i zvučni mjerač vremena



Preporučeno vrijeme:

30 – 45 minuta, ovisi o broju sudionika



Kako provesti aktivnost?

• Priprema

- Unaprijed osigurati jedan okrugli stol i pet stolica.
- Osobito pripaziti da grupa koja tijekom izlaganja sjedi za okruglim stolom bude raspoređena polukružno, kako bi svi gluhi i nagluhi sudionici mogli pratiti razgovor grupe za okruglim stolom.
- Na bijeloj ploči ili u prezentaciji koja će biti vidljiva na projektoru kratko i jasno zapisati upute ove aktivnosti. Postaviti tako da su upute vidljive svim sudionicima tijekom cijelog trajanja aktivnosti.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.

• Uvod u aktivnost

- Upoznati sudionike s ciljevima, pravilima, koracima i trajanju svakog koraka ove aktivnosti.
- Podijeliti sudionike u manje grupe s najviše 5 sudionika u svakoj grupi.
- Svakoj grupi podijeliti temu za njihov okrugli stol, uz kratke i jasne upute za rad.
- Dok jedna grupa glumi odnosno sudjeluje u okruglom stolu na svoju temu, ostali sudionici aktivno slušaju.

• Napomene

- Početak odnosno kraj svakog koraka obavijestiti istovremeno na dva načina – zvučno i svjetlosno.
- Za svaki korak postoji zadano vrijeme koje je nužno poštovati.

PRAVILA

1. Nije dozvoljeno prekidati ili ometati izlaganje grupe za okruglim stolom.
2. Svaka grupa ima pravo izlagati unutar unaprijed zadanog vremena.
3. Iznositi konstruktivne kritike i prijedloge za poboljšanja.

KORACI

PRVI KORAK: Priprema (8 min)

- Voditelj dodjeljuje svakoj grupi njihovu temu okruglog stola, a zatim oni međusobno raspoređuju uloge i pripremaju se za izlaganje.

DRUGI KORAK: Izlaganje (ovisi o konačnom broju grupa; svaka grupa po 8 minuta)

- Svaka grupa izlaže isključivo unutar zadanog vremena, a drugi sudionici aktivno slušaju njihovo izlaganje.

TREĆI KORAK: Diskusija (10 min)

- Nakon što posljednja grupa završi svoje izlaganje, slijedi zajednička rasprava o zapaženim komunikacijskim strategijama.
- Sudionici iznose svoj osvrt na provedenu aktivnost.

PREPORUČENE TEME:

*Ove preporučene teme voditelj može preoblikovati ili pak osmisliti druge teme ovisno o potrebama i interesima sudionika.

1. Rješavanje konflikta na radnom mjestu

- Dva zaposlenika: izlažu svoja iskustva o rješavanju sukoba na radnom mjestu
- Dva poslodavca: izlažu svoja iskustva o rješavanju sukoba na radnom mjestu
- Psiholog/psihoterapeut/poslovni trener: predlaže rješenja za prevenciju sukoba na radnom mjestu

2. Problematika zapošljavanja gluhih i nagluhih osoba

- Gluhi zaposlenik: iz perspektive gluhog zaposlenika dijeli svoje iskustvo i izazove s kojima se suočavao ili se suočava tijekom traženja posla
- Nagluhi zaposlenik: iz perspektive nagluhog zaposlenika dijeli svoje iskustvo i izazove s kojima se suočavao ili se suočava tijekom traženja posla
- Poslodavac koji dosad nije imao priliku zaposliti gluhu ili nagluhu osobu: objašnjava stavove i percepcije poslodavaca prema zapošljavanju gluhih i nagluhe osoba
- Poslodavac koji je imao priliku zaposliti ili ima zaposlenu gluhu ili nagluhu osobu: iznosi vlastite stavove i iskustva o njihovom radu i učinkovitosti
- Predstavnik organizacije za prava osoba s invaliditetom: raspravlja o zakonodavnim okvirima i politikama koje podržavaju zapošljavanje gluhih i nagluhih osoba

3. Prilagodba radnog okruženja za gluhe i nagluhe osobe

- Gluhi zaposlenik: iz perspektive gluhog zaposlenika dijeli svoja iskustva o potrebnim prilagodbama i njihovu utjecaju na radnu učinkovitost
- Nagluhi zaposlenik: iz perspektive nagluhog zaposlenika dijeli svoja iskustva o potrebnim prilagodbama i njihovu utjecaju na radnu učinkovitost
- Tehnološki stručnjak: iznosi tehnološke mogućnosti i rješenja koja mogu prilagoditi radno okruženje gluhim i nagluhim osobama
- Poslodavac koji je imao priliku zaposliti ili ima zaposlenu gluhu ili nagluhu osobu: raspravlja o izazovima prilagodbe radnog okruženja za gluhe ili nagluhe osobe
- Predstavnik organizacije za prava osoba s invaliditetom: raspravlja o zakonodavnim okvirima i politikama koje podržavaju prilagodbu radnog okruženja potrebama gluhih i nagluhих zaposlenika

4. Pozitivna iskustva gluhih i nagluhих osoba na radnom mjestu

- Gluhi zaposlenik: iz perspektive gluhog zaposlenika dijeli pozitivna iskustva i uspjehe koje je doživio u svom radnom okruženju
- Nagluhi zaposlenik: iz perspektive nagluhe osobe dijeli pozitivna iskustva i uspjehe koje je doživio u svom radnom okruženju
- Poslodavac koji je imao priliku zaposliti ili ima zaposlenu gluhu ili nagluhu osobu: dijeli svoje iskustvo o doprinosu gluhog ili nagluhog zaposlenika timu i organizaciji
- Predstavnik organizacije za prava osoba s invaliditetom: raspravlja o dobrim primjerima prakse i modelima koji su doprinijeli pozitivnim ishodima u zapošljavanju



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova aktivnost iznimno je fleksibilna i moguće ju je implementirati u mnogim segmentima rada s mladim gluhim i nagluhim osobama. Također, moguće ju je prilagoditi najrazličitijim potrebama i ciljevima, kao i konačnom broju sudionika.

S obzirom na to da je primarni cilj ove aktivnosti poticati sudionike na jasno izražavanje, argumentiranje te aktivno slušanje, moguće ju je implementirati u radionice koje su usmjerene na razvoj komunikacijskih vještina, jačanje samopouzdanja, vještine kritičkog promišljanja ili pak kao pripremnu vježbu za sudjelovanje na stvarnom okruglom stolu.



Povezanost s radionicama:

Ova se aktivnost može provesti kao središnja ili završna aktivnost u *Radionici 9: Komunikacijske vještine za lidere*, budući da je radionica usmjerena na razvoj komunikacijskih vještina koje su ključne za liderske pozicije. Aktivnost pruža sudionicima priliku da se postave u liderske uloge, primjenjujući stečene vještine u simuliranim, a zatim i u stvarnim situacijama, što dodatno jača njihovu sposobnost vođenja i učinkovitog komuniciranja.

Aktivnost 8

Radionica o poslovnom modelu Canvas



Ciljevi:

- Naučiti sudionike kako da vizualiziraju i strukturiraju svoje poslovne ideje koristeći jasan i primjenjiv format.
- Potaknuti sudionike na istraživanje svih segmenata vizualiziranog i strukturiranog poslovnog modela, uključujući definiranje njegovih vrijednosti te odnosa s klijentima.



Materijali:

Predložak poslovnog modela Canvas, markeri, olovke, samoljepljive bilješke, plakat



Preporučeno trajanje:

60-90 minuta



Kako provesti aktivnost?

Voditelj uvodi sudionike u koncept poslovnog modela Canvas i predstavlja im njegovih devet komponenti.

Business Model Canvas



a. **Jedinstvena vrijednost:** Koji problem rješavate ili koju korisničku potrebu zadovoljavate?

Ovo je srž poslovne ideje – pronaći jedinstvenu vrijednost ili korist koja se prezentira i nudi kupcima.

a. **Kategorija kupaca:** Tko su vaši ciljani kupci? Definirajte skupine ljudi ili organizacija kojima želite ponuditi svoje usluge ili proizvode.

b. **Kanali komunikacije:** Kako ćete doprijeti do svojih kupaca i predstaviti im svoje vrijednosti? Identificirajte načine na koje će kupci moći otkriti, kupiti i zaprimiti vaš proizvod ili uslugu.

c. **Odnosi s klijentima/kupcima:** Kako ćete komunicirati sa svojim klijentima? Definirajte vrstu odnosa koji želite uspostaviti i održavati sa svojim kupcima.

d. **Izvori prihoda:** Kako ćete zarađivati? Odredite načine na koje će vaše poslovanje ostvarivati prihode od kupaca.

e. **Ključne aktivnosti:** Koje su ključne radnje za isporuku vaše vrijednosti? Popišite zadatke i procese ključnih za uspjeh vašeg poslovanja.

f. **Ključni resursi:** Koji resursi su vam potrebni za ostvarivanje uspjeha? Uključite sve resurse (fizičke, intelektualne, ljudske i financijske) koji su vam potrebni.

g. **Ključni partneri:** Tko su vaši partneri ili dobavljači? Identificirajte vanjske organizacije ili pojedince koji mogu doprinijeti uspjehu vašeg poslovanja.

h. **Struktura troškova:** Koji su glavni troškovi? Navedite sve troškove povezanih s vođenjem vašeg poslovanja i isporukom vašeg proizvoda ili usluge.

Nakon teorijskog dijela slijedi rad u parovima ili manjim grupama. Sudionici rade na razvijanju svojih poslovnih ideja. Ako neki sudionici preferiraju raditi samostalno, poželjno im je to omogućiti. Sudionici imaju 30-45 minuta za rad. Tijekom njihova rada, voditelj ih obilazi, pružajući im podršku, usmjeravajući ih u radu te odgovarajući na njihova pitanja. Nakon toga, sudionici prezentiraju razrađenu strukturu svoje poslovne ideje ostalima. Sudionici i voditelj pružaju konstruktivne informacije o prezentiranim poslovnim idejama, stavljajući naglasak na to da poslovna ideja posjeduje jasnoću, izvedivost i inovativnost.

Aktivnost završava kratkom raspravom vodeći se sljedećim pitanjima:

- Koji je dio poslovnog modela Canvas bio najlakši ili najizazovniji za ispuniti?
- Koliko vam je vizualizacija pomogla da razjasnite svoju poslovnu ideju?
- Koje ćete sljedeće korake poduzeti kako biste usavršili ili proveli svoju poslovnu ideju?



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova je aktivnost idealna za radionice o poduzetništvu ili programe koji su usmjereni na poslovno planiranje. Voditelj treba osigurati svima pristupačne predloške i upute, uz vizualno jasno istaknute prikaze i primjere. Voditelj može koristiti druge alate poput projektoru ili plakata kako bi sudionicima jednostavno i bolje predočio svaki segment zadatka.



Povezanost s radionicama:

Ova se aktivnost može provesti kao prvi korak *Radionice 10: Osnove poslovnog planiranja*.

Aktivnost 9

Team building kroz igru escape room



Ciljevi:

- Jačanje timske dinamike i vještina rješavanja problema.
- Povezivanje sudionika koji se prvi put upoznaju te poticanje suradnje među njima.



Materijali:

Zadatci za igru *escape room*, dopunski materijali poput tragova, uputa i rekvizita, štoperica



Preporučeno trajanje:

45-90 minuta, ovisno o veličini grupe i prethodnom iskustvu grupe s igrom *escape room*



Kako provesti aktivnost?

Nekoliko uvodnih napomena za voditelje:

- Voditelj treba izraditi ili prilagoditi scenarij igre *escape rooma* koji će biti prikladan grupi. Scenarij treba uključivati rješavanje zagonetki, pronalazak tragova ili dovršavanje zadataka, a sve to odvija se timskom suradnjom. Na kraju ove aktivnosti nalazi se primjer igre koji se može upotrijebiti ili prilagoditi ovisno o mogućnostima i potrebama grupe s kojom radite. Također, taj jednostavni primjer može biti podloga za razvijanje složenijih primjera koji će sadržavati više izazova.
- Potrebno je osigurati da su svi zadatci ove igre pristupačni svim sudionicima, potrebno je koristiti jednostavne tekstove te piktograme kao komunikacijski način za prikaz tragova i uputa.
- Prostorija treba biti uređena tako da sudionici mogu jasno i neometeno vidjeti jedni druge te prikazane materijale. Za ovu je aktivnost potrebno organizirati polukružno sjedenje ili rad za okruglim stolom koji omogućuju pristupačnu komunikaciju.

Voditelj započinje ovu aktivnost objašnjavajući pravila igre *escape rooma*: riješiti sve zagonetke i „pobjeći“ prije isteka vremena. Voditelj im navodi nekoliko pravila nužnih za igru:

- Svi rade kao jedan tim – suradnja je ključna za uspješno dovršavanje zadatka.
- Cijeli tim mora komunicirati, i to na učinkoviti način – dijeljenjem svih otkrića s grupom.
- Ideje i doprinosi svih moraju biti poštovani.

Nakon što su sudionicima objašnjena pravila, slijedi predstavljanje scenarija koji uključuje određenu priču ili postavljanje ciljeva igre.

Ako je na radionici prisutno više od 6 sudionika, poželjno je sudionike podijeliti u nekoliko manjih grupa, pri čemu će svaka grupa imati specifičnu ulogu ili područje na kojem će raditi. Ako prostor u kojem se održava radionica to omogućuje, grupe mogu biti u zasebnim prostorijama.

Tijekom provedbe aktivnosti, voditelj obilazi grupe i prati njihov napredak, pružajući im savjete ako je potrebno (pomoću pisanih bilješki ili slika). Tijekom trajanja ove aktivnosti, važno je na vidljivo mjesto postaviti štopericu tako da svi sudionici u bilo kojem trenutku znaju koliko im je vremena preostalo.

Po završetku ove aktivnosti, voditelj poziva sudionike na kratku raspravu i iznošenje svojih dojmova i zaključaka. Rasprava može biti vođena sljedećim pitanjima:

1. Što je dobro funkcioniralo u suradnji vašeg tima?
2. Kako ste prevladali komunikacijske prepreke?
3. Što biste sljedeći put napravili drugačije?



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluham i nagluhim osobama?

Ova aktivnost može se koristiti na početku edukativnih radionica koje traju nekoliko dana ili pak kao zasebna svakodnevna aktivnost u radu s mladim gluham ili nagluhim osobama (primjerice tijekom njihovih periodičnih (tjednih ili mjesečnih) okupljanja). Ova aktivnost doprinosi jačanju timske suradnje, a može i poslužiti kao svojevrsno poboljšanje vještina tmskoga rada na tekućim zadacima. Aktivnost također doprinosi poboljšanju vještina rješavanja problema i kritičkog razmišljanja u zabavnom i opuštenom okruženju.



Povezanost s radionicama:

Ova aktivnost može se provesti kao dio aktivnosti *Radionice 4: Teambuilding i suradnja*, ili pak može biti glavna aktivnost spomenute radionice. Aktivnost se također može koristiti kao dopunska aktivnost *Radionici 1: Kreativne tehnike rješavanja problema*.

Primjer scenarija igre *escape room*: Tajanstveni laboratorij

Tema:

Sudionici su tim znanstvenika zaključanih u laboratoriju, a u kojem je jedan eksperiment pošao po zlu. Kako bi mogli pobjeći, moraju riješiti zagonetke i izazove kojima će stabilizirati eksperiment i otključati vrata.

Postupak:

Vrijeme trajanja:

45 minuta

Materijali:

- Veliki poster ili bijela ploča s "planom" laboratorija (vizualna karta prostorije)
- Zadaci koji sadrže zagonetke ili vizualne tragove
- Ključevi ili šifre označeni bojama za otključavanje različitih faza tijekom igre
- Taktilni predmeti (npr. staklenke, dijelovi zagonetki ili alati) kao dio izazova
- Zaključana kutija ili sef koji sadrži konačni ključ za bijeg

Bilješka za voditelje: Potrebno je pripremiti konkretne zadatke i rješenja za svaki od koraka igre.

Tijek igre

Voditelj predstavlja scenarij:

"Vi ste tim znanstvenika koji pokušava popraviti nestabilnu kemijsku reakciju u laboratoriju. Vrata su zaključana, a imate 45 minuta da stabilizirate eksperiment i pobjegnute prije nego što sustav trajno zaključa vrata."

- **Izazov 1: Pronađite plan**

Sudionici dobivaju zagonetku (npr. jednostavnu slagalicu ili izmiješane dijelove karte). Kada sastave plan, pronaći će označeno mjesto koje ukazuje na određeno mjesto u prostoriji i tamo je skriven sljedeći trag.

- **Izazov 2: Dekodirajte kemijsku formulu**

Sudionici pronalaze papir s kemijskom formulom napisanu simbolima. Korištenjem periodičnog sustava (s piktogramima za simbole), dekodiraju formulu kako bi otkrili šifru za zaključavanje (npr. "314").

- **Izazov 3: Spojite opremu**

Sudionici moraju spojiti vizualne kartice (slike laboratorijske opreme) s odgovarajućim taktilnim predmetima u prostoriji. Ispravno spajanje svih predmeta otkriva skrivenu poruku: "Pogledajte ispod mikroskopa."

- **Izazov 4: Posljednji trag ispod mikroskopa**

Sudionici ispod mikroskopa pronalaze QR kod. Skeniranjem koda pronalaze zagonetku: "Uvijek sam u laboratoriju, ali nikad u reakciji. Riješi me da pronađeš svoj ključ." (Odgovor: Bilježnica.)

- **Posljednji korak**

Sudionici pronalaze bilježnicu (fizički predmet u prostoriji) i u njoj ključ. Ključem otključavaju vrata i bježe.

Aktivnost 10

Financijska pismenost na kocki – kviz



Ciljevi:

- Unaprijediti znanje o osnovnim financijskim pojmovima i konceptima na zabavan i angažirajući način sudjelujući u interaktivnom kvizu u formatu *Jeopardy* koji potiče natjecateljski duh među grupama.
- Razumjeti važnost financijske pismenosti u svakodnevnom životu, a osobito u poslovnom kontekstu.
- Osnažiti vještine rada u timu kroz zajedničko učenje i suradnju među sudionicima.



Materijali:

bijela ploča, markeri, projektor, računalo ili laptop, prezentacijski slajdovi, obrazac za kviz (sadrži pitanja, način bodovanja i tablicu za bodovanje), olovke i papirići za bilješke, kartoni različitih boja za identifikaciju grupa, svjetlosni i zvučni mjerač vremena



Preporučeno vrijeme:

30 – 45 minuta, ovisi o broju sudionika



Kako provesti aktivnost?

• Priprema

- Pripremiti prostor za provedbu interaktivnog kviza i grupni rad.
- Unaprijed pripremiti sve potrebne materijale za ovu aktivnost.
- Na bijeloj ploči ili u prezentaciji koja će biti vidljiva na projektoru kratko i jasno zapisati upute ove aktivnosti. Postaviti tako da su te upute vidljive svim sudionicima tijekom cijelog trajanja aktivnosti.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.

• Uvod u aktivnost

- Upoznati sudionike s ciljevima i koracima ove aktivnosti.
- Objasniti strukturu i pravila interaktivnog kviza (format *Jeopardy*), njegove kategorije te način bodovanja.
- Podijeliti sudionike u manje grupe s najviše 5 sudionika u svakoj grupi.
- Svakoj grupi dodijeliti identifikacijski karton u određenoj boji.

• Napomene

- Prelazak na sljedeće pitanje bit će obaviješteno istovremeno na dva načina – zvučno i svjetlosno.

STRUKTURA I PRAVILA KVIZA:

1. Osnovna je svrha kviza postaviti odgovarajuće pitanje na temelju prikazanog odgovora.
2. Kviz sadrži nekoliko kategorija s pitanjima različitih težina, a svako pitanje nosi određen broj bodova.
3. Igra se odvija u kružnom redosljedju. Kada dođe red na grupu, ona bira kategoriju i iznos bodova za pitanje.
4. Kada grupa točno postavi pitanje, dobiva bodove prema vrijednosti pitanja.
5. Ako grupa netočno postavi pitanje, gubi bodove prema vrijednosti tog pitanja od svog ukupnog broja bodova.
6. Grupa s najviše bodova na kraju igre proglašava se pobjednikom.
7. Igra završava kada su sva pitanja postavljena i odgovorena.

KORACI

PRVI KORAK: Utrka za kviz

- Prije kviza svim grupama postavljaju se tri brzopotezna pitanja kako bi se odredio redosljed sudjelovanja u kvizu.
- Svako pitanje donosi 5 bodova, što ukupno može iznositi 15 bodova.
- Grupa koja prikupi najviše bodova započinje kviz, slijedi drugoplasirana, i tako redom do najniže rangirane grupe.
- Grupe imaju isključivo 30 sekundi za odgovoriti na sva tri pitanja. Kraj vremena bit će označen zvučnim i svjetlosnim signalom.
- Sva tri pitanja moraju biti jasno istaknuta na bijeloj ploči ili u prezentaciji vidljivoj na projektoru.

DRUGI KORAK: Zaigramo!

- Kviz otvara prvoplasirana grupa koja bira kategoriju i iznos bodova za pitanje.
- Kategorije i pitanja prikazuju se na bijeloj ploči ili u prezentaciji vidljivoj na projektoru.
- Svaka grupa ima 45 sekundi za odgovor.
- Točno postavljeno pitanje donosi bodove prema vrijednosti pitanja, dok netočno postavljeno pitanje oduzima bodove.
- Nakon što prvoplasirana grupa odgovori na izabrano pitanje, igra se nastavlja s drugoplasiranom grupom koja bira svoju kategoriju i iznos bodova, a zatim se redosljed ponavlja kružnom metodom među svim grupama
- Voditelj prati bodovanje, a rezultati su jasno istaknuti svim grupama tijekom igre.

TREĆI KORAK: Proglašenje pobjednika

- Kada su sva pitanja postavljena i odgovorena, voditelj zbraja bodove svih grupa. Konačni rezultati prikazuju se na bijeloj ploči ili u prezentaciji vidljivoj na projektoru.
- Grupa s najviše osvojenih bodova proglašava se pobjednikom.
- Na kraju kviza slijedi kratka diskusija o stečenim dojmovima i iskustvima među svim sudionicima.

PREPORUČENA PITANJA

*Voditelj može izmijeniti preporučena pitanja ili pak osmisliti nova ovisno o potrebama i interesima sudionika.

	KATEGORIJA 1	KATEGORIJA 2	KATEGORIJA 3	KATEGORIJA 4	KATEGORIJA 5
	Financijski pojmovi	Porezi	Osobni budžet	Kredit i dugovi	Štednja i ulaganja
BODOVI					
100	<p>Ovaj pojam označava ustupanje novčanih sredstava od vjerovnika dužniku uz obvezu vraćanja s pripadajućim kamata u određenom roku.</p> <p>Što je bankovni kredit?</p>	<p>Porez kojim se oporezuje dohodak fizičkim i pravnim osobama.</p> <p>Što je porez na dohodak?</p>	<p>Proces u kojem planirate i pratite svoje prihode i troškove.</p> <p>Što je budžetiranje?</p>	<p>Cijena koja se plaća za pozajmljivanje novca, ali može biti i prinos odnosno novac koji zaradujete štednjom.</p> <p>Što su kamate?</p>	<p>Bankovni račun na koji pojedinci ili tvrtke mogu položiti novac kako bi štedjeli, a pritom ostvarivali kamate na taj iznos.</p> <p>Što je štedni račun?</p>
200	<p>Iznos koji preostane nakon što se od bruto iznosa oduzmu svi relevantni odbici.</p> <p>Što je neto vrijednost?</p>	<p>Porez na koji se primjenjuje na gotovo svu robu i usluge koje se kupuju i prodaju za uporabu ili potrošnju.</p> <p>Što je porez na dodanu vrijednost (PDV)?</p>	<p>Novac koji ostaje nakon što platite sve svoje mjesečne troškove i porez.</p> <p>Što je raspoloživi dohodak?</p>	<p>Kredit koji se odobrava fizičkim osobama, a poseban je po tome što se kao instrument osiguranja koristi nepokretna imovina.</p> <p>Što je hipotekarni kredit?</p>	<p>Vlasnički vrijednosni papir koji predstavlja pravo vlasništva u određenom dioničkom društvu.</p> <p>Što su dionice?</p>

300	Mjerilo odnosno kriterij za odobravanje kredita. Što je kreditni rejting?	Obrazac koji popunjavaju obveznici poreza na dohodak. Što je porezna prijava?	Troškovi koji se plaćaju redovni i stalno, na mjesečnoj razini, kao što su stanarina ili rata kredita. Što su fiksni troškovi?	Maksimalan iznos novca koji vam je banka odobrila za korištenje putem kreditne kartice. Što je kreditni limit?	Dužnički vrijednosni papir, a temelji se na posuđivanju novčanih sredstava onome koji obveznicu izdaje. Što su obveznice?
400	Mjesečni iznos novca koji vraćate na kredit, uključujući i kamate. Što je mjesečna rata?	Što je veći dohodak, to je veći postotak poreza koji se plaća na poreznu osnovicu. Što je progresivni porez?	Postotak od prihoda koji mnogi financijski savjetnici preporučuju da odvojite za štednju. Što je 20%?	Spajanje svih postojećih dugova u jedan jedinstveni kredit. Što je konsolidacija duga?	Oblik zajedničkog ulaganja u kojem ulagači postaju suvlasnici fonda. Što je investicijski fond?
500	Pravni dokument kojim se dogovaraju uvjeti pod kojima pozajmljujete novac. Što je ugovor o zajmu?	Ciljano umanjenje porezne osnovice. Što su porezne olakšice?	Metoda budžetiranja koja zahtijeva da se svaki trošak opravda iznova, bez oslanjanja na prošle proračune. Što je budžetiranje s nulnom osnovicom?	Trenutak kada osoba više ne može plaćati svoje dospjele obveze. Što je bankrot?	Strategija kojom investitor raspodjeljuje svoje investicije među različitim kategorijama kako bi smanjio rizik. Što je diverzifikacija?



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova aktivnost kombinira zabavu i edukaciju, potičući sudionike da kroz angažman usvoje nova znanja ili obnove postojeća. Kviz ovakvog formata može se lako primijeniti u gotovo svim radionicama s mladim gluhim i nagluhim osobama, posebno kada je potrebno ponoviti već obrađene pojmove. Dodatno, raznovrsnost tematike kviza omogućuje prilagodbu različitim područjima interesa. Aktivnosti koje uključuju kviz potiču sudionike na timski rad i uče ih kako učinkovito surađivati. Također, natjecateljski duh kviza povećava angažman i motivaciju, što proces učenja čini dinamičnijim i zanimljivijim.

**Povezanost s radionicama:**

Tematski ova aktivnost može se povezati s *Radionicom 5: Financijska pismenost za početnike* jer omogućuje provjeru usvojenosti ključnih financijskih pojmova, dok struktura kviza potiče natjecateljski duh i angažman, što dodatno osnažuje proces učenja i utvrđivanja znanja.

Aktivnost 11

Kreativni dizajnerski sprint



Ciljevi:

- Razviti vještine brzog dizajniranja prototipa.
- Poboljšati sposobnost brzog razmišljanja i kreativnog rješavanja problema u strukturiranom okruženju s vremenskim ograničenjem.



Materijali:

Bijela ploča, markeri, samoljepljivi papirići, papir, karton, ljepljiva traka, škare, dopunski materijali za izradu, štoperica

**Mogu se dodati drugi materijali koji će se kasnije koristiti za izradu prototipa.*



Preporučeno trajanje:

60-90 minuta, ovisno o veličini grupe



Kako provesti aktivnost?

Sudionici se dijele u manje grupe, svaka grupa po 4-5 sudionika.

Za početak im voditelj zadaje izazov koji trebaju riješiti. Neki od primjera izazova koji im se mogu zadati su sljedeći:

1. Dizajnirajte ekološki prihvatljiv uređaj za svakodnevnu upotrebu
2. Kreirajte alat za poboljšanje pristupačnosti za gluhe i nagluhe osobe

**Voditelj može navesti bilo koji drugi izazov.*

Koristeći bijelu ploču ili projektor, ako je on dostupan, voditelj objašnjava svaki korak ove aktivnosti, navodeći primjere prototipova kao predloške na temelju kojih će onda sudionici razvijati svoje prototipove. Nadalje, voditelj im predstavlja koncept dizajnerskog sprinta te njegovu svrhu, a to je brzo stvaranje opipljivog rješenja za testiranje ideja.

U prvom koraku, sudionicima se daje 15 minuta unutar kojih razmjenjuju ideje za zadane izazove. Voditelj ih potiče na kreiranje i dijeljenje što više ideja. Ideje se mogu zapisati ili nacrtati na samoljepljivim papirićima ili bijeloj ploči.

Nakon razmjene ideja slijedi odabir jedne ideje koja će biti dalje razvijena u prototip.

U sljedećem koraku, sudionici u roku od 30 do 45 minuta rade na razvijanju prototipa. Voditelj im za to vrijeme pruža različite materijale koje sudionici mogu koristiti za izradu prototipa. Kao alternativu, sudionici mogu izraditi priču ili prezentaciju o prototipu – ovisno o dostupnim materijalima i vještinama sudionika o korištenju različitih alata i programa za izradu vizuala.

Posljednji je korak ove aktivnosti prezentacija prototipova. Prezentacije bi trebale uključivati:

- Opis problema koji su sudionici željeli riješiti
- Objašnjenje kako njihov prototip rješava problem
- Prikaz poboljšanja da su imali više vremena

Kao zaključak ovoj aktivnosti, voditelj i sudionici razmjenjuju iskustva i dojmove stečenih tijekom aktivnosti, usmjeravajući se na ono što je bilo dobro i na ono što iziskuje poboljšanja.



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova aktivnost može se koristiti s ciljem inspiriranja sudionika i osnaživanja njihovih vještina kreativnog razmišljanja. Također, aktivnost je pogodna kao dio rasprave o različitim rješenjima koja su relevantna za svakodnevicu gluhih i nagluhih osoba.

Može biti dio edukativnih programa, svakodnevnih aktivnosti namijenjenih mladim gluhim i nagluhim osobama ili dio određene sesije o projektima i zadacima koji su usmjereni na inovacije i rješavanje problema.



Povezanost s radionicama:

Ova aktivnost može se koristiti kao nastavak ili dio *Radionice 2: Kreiranje i razvijanje ideja* te *Radionice 5: Principi inkluzivnog dizajna*, omogućujući sudionicima da primijene tehnike dizajniranja i razmjene ideja u podržavajućem okruženju. Također se može integrirati u bilo koji program usmjeren na inovacije ili poduzetničke vještine.

Aktivnost 12

Suoči se i djeluj! – od izazova do rješenja



Ciljevi:

- Poboľšati sposobnosti pravodobnog reagiranja i rješavanja problema u različitim poslovnim kontekstima.
- Unaprijediti sposobnost prilagođavanja promjenama i učinkovitog donošenja odluka.
- Ojačati vještine timskoga rada i komunikacije tijekom timskog rada na problemskim zadacima.
- Ojačati analitičke i prezentacijske vještine.
- Potaknuti na kreativnost i inovativnost u rješavanju problema te osmišljavanju poslovnih rješenja.



Materijali:

Bijela ploča, markeri, projektor, računalo ili laptop, prezentacijski slajdovi, kartice sa studijima slučajeva, olovke i papirići za bilješke, svjetlosni i zvučni mjerač vremena



Preporučeno vrijeme:

30 – 45 minuta, ovisi o broju sudionika



Kako provesti aktivnost?

• Priprema

- Pripremiti prostor za rad u grupama, postavljajući stolove i stolice u kružni raspored kako bi svi sudionici unutar jedne grupe mogli međusobno neometano komunicirati.
- Unaprijed pripremiti sve potrebne materijale za ovu aktivnost.
- Na bijeloj ploči ili u prezentaciji koja će biti vidljiva na projektoru kratko i jasno zapisati upute ove aktivnosti. Postaviti tako da su te upute vidljive svim sudionicima tijekom cijelog trajanja aktivnosti.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.

• Uvod u aktivnost

- Upoznati sudionike s ciljevima, pravilima, koracima i trajanju svakog koraka ove aktivnosti.
- Podijeliti sudionike u manje grupe s najviše 5 sudionika u svakoj grupi.
- Svakoj grupi podijeliti njihov primjer studije slučaja, uz kratke i jasne upute za rad.

• Napomene

- Početak odnosno kraj svakog koraka obavijestiti istovremeno na dva načina – zvučno i svjetlosno.
- Za svaki korak postoji zadano vrijeme koje je nužno poštovati.

PRAVILA:

1. Nema pogrešnih ideja tijekom brainstorminga, sve prijedloge treba razmotriti.
2. Poštujte tuđe ideje i prijedloge. Različite perspektive, suradnja i razmjena ideja su ključni.
3. Dok jedna grupa prezentira svoja rješenja, ostale grupe ih aktivno slušaju. Pitanja i komentari slijede nakon prezentacije.

KORACI

PRVI KORAK: Brainstorming i razvoj rješenja (8 min)

- Voditelj svakoj grupi daje jedan kratak studij slučaja vezan uz izazove zapošljavanja ili poduzetništva.
- Grupe trebaju brzo analizirati situaciju, identificirati ključne probleme i predložiti potencijalna rješenja koja su praktična i izvediva s obzirom na zadane okolnosti.

DRUGI KORAK: Prezentacija rješenja (ovisi o konačnom broju grupa, svaka grupa po 5 minuta)

- Svaka grupa izlaže isključivo unutar zadanog vremena, a druge grupe aktivno slušaju njihovu prezentaciju.
- Podsjetiti sudionike na dosad usvojena znanja i vještine o prezentacijskim i argumentacijskim tehnikama.

TREĆI KORAK: Povratne informacije i zaključak (10 minuta)

- Nakon što posljednja grupa završi svoje izlaganje slijedi zajednička rasprava. Voditelj daje povratne informacije svakoj grupi, naglašavajući što su dobro napravili i na koje načine mogu poboljšati svoje analitičke i prezentacijske vještine.

PREPORUČENE TEME:

*Preporučeni primjeri studija slučaja voditelj može preoblikovati ili pak osmisliti druge primjere ovisno o potrebama i interesima sudionika.

1. PRIMJER STUDIJE SLUČAJA: Novonastala tvrtka koja je specijalizirana za razvoj naprednih pametnih uređaja za dom spremna je, nakon nekoliko mjeseci istraživanja i razvoja, lansirati svoj najnoviji proizvod. Međutim, tržište je zasićeno etabliranim brendovima, a tvrtka se već duže vrijeme bori za stjecanje prepoznatljivost na tržištu. Unatoč tomu što imaju superiorniji proizvod, suočavaju se s poteškoćama prilikom ulaska na tržište i privlačenjem kupaca zbog ograničene prepoznatljivosti i skromnog marketinškog proračuna.

2. PRIMJER STUDIJE SLUČAJA: Jedna je tvrtka u posljednje dvije godine doživjela izvanredan rast, a koji je ujedno bio i neočekivan. Povećala je svoje prihode za 150% i značajno proširila svoju bazu klijenata. Ovim uspjesima tvrtka je postala prepoznatljiva, te je osvojila brojne nagrade za svoje proizvode. Međutim, zadovoljstvo zaposlenika je opalo, mnogi osjećaju preopterećenje, iscrpljenost te ističu otežano balansiranje između posla i privatnog života. Zbog toga su neki dali otkaze, a cjelokupna situacija unutar tvrtke izaziva zabrinutost oko zadržavanja postojećih zaposlenika i dugoročne produktivnosti.



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova aktivnost može poslužiti kao centralna točka za usvajanje praktičnih znanja i vještina jer se njome razvija analitičko razmišljanje, usvajaju komunikacijske i argumentacijske tehnike te uči kako funkcionirati u timskom radu.



Povezanost s radionicama:

Ova aktivnost najviše odgovara sljedećim radionicama: *Radionica 1: Tehnike kreativnog rješavanja problema* i *Radionica 6: Osnove istraživanja tržišta*. Obje radionice potiču sudionike da na kreativan i inovativan način pristupe rješavanju stvarnih scenarija i problema. Kroz analizu i diskusiju o stvarnim primjerima, sudionici razvijaju svoje analitičke, istraživačke i komunikacijske vještine, što im omogućuje bolje suočavanje s izazovima i donošenje odluka.

Aktivnost 13

Poslovni spoj na slijepo



Ciljevi:

- Ojačati sposobnost predstavljanja svojih vještina i kompetencija na profesionalan način.
- Unaprijediti komunikacijske vještine u poslovnom okruženju, uključujući i aktivno slušanje.
- Razviti vještine umrežavanja i stvaranja profesionalnih kontakata kroz igru spoja na slijepo.



Materijali:

Bijela ploča, markeri, projektor, računalo ili laptop, prezentacijski slajdovi, kartice s pitanjima za razgovor, svjetlosni i zvučni mjerač vremena



Preporučeno vrijeme:

30 – 45 minuta, ovisi o broju sudionika



Kako provesti aktivnost?

Priprema

- Osigurajte po dvije stolice i jedan stol za svaki par.
- Uredite prostor tako da parovi mogu međusobno neometano razgovarati (poželjno je da sudionici za stolom sjede jedan nasuprot drugom).
- Na bijeloj ploči ili u prezentaciji koja će biti vidljiva na projektoru kratko i jasno zapisati najvažnije upute, korake i trajanje ove aktivnosti. Postaviti tako da su upute vidljive svim sudionicima tijekom cijelog trajanja aktivnosti.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.

Uvod u aktivnost

- Upoznati sudionike s ciljevima, koracima i pravilima ove aktivnosti.

Napomene

- Obavijestiti sudionike da će početak i kraj razgovora (izmjena partnera) biti istovremeno obaviješteni na dva načina – zvučno i svjetlosno.
- Za svaki korak postoji zadano vrijeme koje je nužno poštovati.

KORACI

• Početak razgovora

- Svaki par započinje razgovor na zadano pitanje.
- Pitanja dijeli voditelj svakom paru neposredno prije oglašavanja zvučne i svjetlosne obavijesti za početak razgovora.

• Trajanje razgovora

- Razgovor traje točno 5 minuta, nakon čega slijedi izmjena partnera.
- Početak i kraj svakog razgovora bit će popraćeni zvučnom i svjetlosnom obavijesti.

- **Trajanje aktivnosti**

- Aktivnost traje dok svi sudionici ne izmijene partnere, omogućujući svakome da razgovara s različitim osobama.
- Po završetku aktivnosti slijedi rasprava među svim sudionicima o stečenim dojmovima i iskustvima.

KARTICE S PREPORUČENIM PITANJIMA

*Zasigurno će se dogoditi da će neki sudionici u ovoj aktivnosti dvaput ili više puta odgovarati na ista pitanja, no to nije problem jer će im to omogućiti da prodube svoje misli, podijele nove uvide ili pristupe temi iz drugačije perspektive. Također, ponavljanje može pomoći sudionicima da se osjećaju sigurnije u dijeljenju svojih stavova i iskustava, što dodatno obogaćuje grupnu dinamiku i međusobno učenje.

**Ova preporučena pitanja voditelj može preoblikovati ili pak osmisliti nova pitanja ovisno o potrebama i interesima sudionika.

Na koji profesionalni uspjeh ste najviše ponosni?	Predstavite sebe i svoje dosadašnje radno iskustvo.
Koje vještine biste voljeli unaprijediti?	Kakav je vaš stav prema fleksibilnom radnom vremenu?
Kako se nosite sa stresom ili rokovima?	Što mislite o važnosti kontinuiranog obrazovanja i usavršavanja? Kako se vi osobno razvijate?
Što ste naučili iz svojih pogrešaka i kako biste to prenijeli drugima?	Kako ste se pripremali za svoj posljednji razgovor za posao i što biste savjetovali drugima?
Što biste savjetovali nekome tko se priprema za razgovor za posao u vašem području?	Koji su vam bili najveći izazovi tijekom razdoblja nezaposlenosti?



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova je aktivnost iznimno prilagodljiva i može se koristiti u različitim kontekstima, primjerice kao aktivnost u sklopu uvodne radionice na kojoj se sudionici međusobno upoznaju na opušten i zabavan način. Također, može biti dio obrazovnih programa zapošljavanja kao simulacijska vježba za razgovore za posao, omogućujući sudionicima da vježbaju odgovaranje na uobičajena pitanja i ojačaju svoje komunikacijske vještine i vještine samoprezentacije.



Povezanost s radionicama:

Ovu je aktivnost moguće implementirati u nekoliko radionica, primjerice može biti dijelom *Radionice 3: Vještine prezentiranja* jer omogućuje sudionicima da vježbaju svoje prezentacijske vještine, kao i vještine sažimanja informacija na jasan i uvjerljiv način. Također, aktivnost može biti i dijelom *Radionice 8: Učinkovite strategije umrežavanja* jer omogućuje sudionicima da primjenjuju znanja i vještine o učinkovitom predstavljanju sebe i svojih kompetencija, a zatim o uspostavljanju kontakata s drugima u profesionalnom okruženju, razvijajući tako svoje vještine povezivanja i umrežavanja s drugima, ali i jačajući samopouzdanje tijekom interakcije s potencijalnim poslodavcima i suradnicima.

Aktivnost 14

Krug ideja: prodaj svoj rekvizit!



Ciljevi:

- Poboljšati vještine jasnog i uvjerljivog predstavljanja svojih ideja kao pripremu za stvarne situacije, poput razgovora za posao, prezentiranja poslovnih ideja pred kolegama, suradnicima ili klijentima.
- Usavršiti tehnike prezentiranja i argumentiranja kroz kreativno korištenje rekvizita.
- Ojačati samopouzdanje u javnom nastupu.
- Naučiti konstruktivno prihvaćati kritike o svom izlaganju.



Materijali:

Bijela ploča, markeri, projektor, računalo ili laptop, prezentacijski slajdovi, olovke i papiri za bilješke, vrećica s različitim rekvizitima, zvučni i svjetlosni mjerač vremena



Preporučeno vrijeme:

30 – 45 minuta, ovisi o broju sudionika



Kako provesti aktivnost?

Priprema

- Važno je znati točan broj sudionika jer o broju sudionika ovisi koliko je rekvizita potrebno (broj rekvizita mora odgovarati broju sudionika).
- Važno je pripremiti po dva ista rekvizita (primjerice: dva kišobrana, dvije jabuke,...) jer će sudionici raditi u paru, a uparivat će se prema načelu da sudionici s istim rekvizitom čine jedan par.
- Na bijeloj ploči ili u prezentaciji koja će biti vidljiva na projektoru kratko i jasno zapisati najvažnije upute, korake i trajanje ove aktivnosti. Postaviti tako da su upute vidljive svim sudionicima tijekom cijelog trajanja aktivnosti.
- Na vidljivo mjesto postaviti mjerač vremena.

Uvod u aktivnost

- Upoznati sudionike s metodom *critique circle*.
- Upoznati sudionike s ciljevima, koracima i pravilima ove aktivnosti.

Napomene

- Istovremeno obavijestiti o kraju jednog koraka i početku sljedećeg na dva načina – zvučno i svjetlosno.
- Za svaki korak postoji zadano vrijeme koje je nužno poštovati.

PRAVILA

1. Što se dogodi u krugu, ostaje u krugu.
2. Svaki par ima pravo izlagati unutar unaprijed zadanog vremena.
3. Nije dozvoljeno prekidati ili ometati izlaganje.
4. Iznositi konstruktivne kritike i prijedloge za poboljšanja.
5. Aktivno slušati jedni druge.

KORACI

PRVI KORAK: Upoznavanje s rekvizitima (5 minuta)

- Svi sudionici sjede u krug. Na sredini kruga nalazi se vrećica s različitim rekvizitima (primjerice: kišobran, loptica, olovka, jabuka, šilterica, boca vode,...).
- Voditelj poziva sudionike da iz vrećice nasumično izvuku jedan rekvizit i vrate se na svoje mjesto.
- Nakon što su svi izvukli po jedan rekvizit, voditelj zamoli sudionike da se upare s onim sudionikom koji ima isti rekvizit.
- Voditelj upoznaje sudionike s koracima aktivnosti (pripremom, izlaganjem i završnom analizom) te trajanjem svakog koraka. Također, voditelj ističe pravila ove aktivnosti.

DRUGI KORAK: Priprema (5 minuta)

- U sljedećih 8 minuta svaki par mora osmisliti kreativno i upečaljivo izlaganje o rekvizitu koji su izvukli, a cilj je u konačnici uvjeriti ostale na kupnju njihova rekvizita.
- Osim vremenskog ograničenja, ne postoje dodatna pravila koja definiraju kako izlaganje treba biti strukturirano.

TREĆI KORAK: Izlaganje (ovisi o konačnom broju parova; 1.5 minuta po paru)

- Svaki par u trajanju od 1.5 minute izlaže o svom rekvizitu, nastojeći uvjeriti ostale sudionike na kupnju njihova rekvizita.

ČETVRTI KORAK: Što bi ti kupio? – diskusija (10 minuta)

- Voditelj potiče sudionike na raspravu o prezentiranim rekvizitima, omogućujući svima da iznesu svoje mišljenje i komentare.



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova aktivnost može se koristiti kao dio svakodnevnih aktivnosti s mladim gluhim i nagluhim osobama jer je tematski podložna prilagodbama i promjenama. Može se koristiti kao uvodna aktivnost pomoću koje će se sudionici međusobno upoznati predstavljajući sebe u zadanom vremenu.

Ako se koristi u tom obliku, osobito je pogodna radnicima s mladima koji prvi put rade s mladim gluhim i nagluhim osobama jer na taj način mogu dobiti informacije o njihovu oštećenju sluha, kao i o načinu komunikacije s njima.



Povezanost s radionicama:

Ovu je aktivnost moguće implementirati u *Radionicu 3: Vještine prezentiranja*.

Aktivnost 15

Procesi dizajnerskog razmišljanja



Ciljevi:

- Upoznati sudionike s procesom dizajnerskog razmišljanja.
- Ojačati vještine dizajnerskog razmišljanja i kreativnog rješavanja problema.



Materijali:

Bijela ploča, markeri, samoljepljive bilješke, papir, karton, ljepljiva traka, škare, materijali za izradu, štoperica



Preporučeno trajanje:

90 minuta



Kako provesti aktivnost?

Aktivnost započinje voditeljevim kratkim predavanjem o procesu dizajnerskog razmišljanja kao pristupu rješavanju problema usmjeren na korisničke potrebe. Kako sudionici budu prolazili kroz korake, tako će voditelj detaljnije objasniti svaki korak. Voditelj dijeli sudionike u manje grupe.

Korak 1: Empatija

Sudionici imaju 15 minuta da, u manjim grupama, istraže potrebe i iskustva kako bi odgovorili na pitanje „Kako možemo učiniti javne prostore pristupačnijima za osobe s oštećenjem sluha?“

Voditelj im postavlja sljedeća pitanja kako bi potaknuo raspravu u grupama:

- S kojim se izazovima osobe s oštećenjem sluha susreću?
- Što ih motivira?

Nakon toga, grupe dijele svoje odgovore s drugima.

Voditelj zaključuje ovaj korak objašnjavajući svrhu ovog koraka o empatiji u procesu dizajnerskog razmišljanja i kreativnog rješavanja problema:

Tijekom faze o empatiji, sudionici provode vrijeme promatrajući i komunicirajući s pravim korisnicima (ili osobama koje predstavljaju ciljanu skupinu) – provode intervjue, promatraju kako oni koriste postojeći proizvod i općenito obraćaju pažnju na njihove izraze lica i govor tijela.

Kao prvi korak u procesu dizajnerskog razmišljanja, faza empatije potiče nas da stavimo svoje pretpostavke na stranu. Opremljeni uvidima iz prve ruke, možemo dizajnirati imajući na umu potrebe pravih korisnika.

Korak 2: Definiranje

Grupe imaju 15-20 minuta za drugi korak.

U ovom koraku, grupe analiziraju svoja saznanja i detaljnije definiraju problem, uvijek se usredotočujući na potrebe korisnika. Na kraju ovog koraka, definicije problema vizualno su prikazani na plakatima ili većim papirima unutar svake grupe, počinjući s izjavama:

„Kako možemo...“ (npr. Kako možemo učiniti lokalne zajednice uključivijima za osobe s oštećenjem sluha?).

Voditelj zaključuje ovaj korak objašnjavajući ulogu faze o definiraju u procesu dizajnerskog razmišljanja i kreativnog rješavanja problema:

U drugoj fazi procesa dizajnerskog razmišljanja, definiramo problem korisnika koji želimo riješiti. Najprije prikupljamo sva svoja saznanja iz faze o empatiji i počinjemo ih povezivati. Koje zajedničke teme i obrasce smo primijetili? Koje potrebe i izazove korisnika smo dosljedno uočavali? Ovo su neka od pitanja koja si postavljamo u ovom koraku.

Nakon sinteze svih saznanja, definiramo ono što je poznato kao izjava problema. Izjava problema, ponekad nazvana izjava stave, opisuje problem ili izazov koji želimo riješiti.

Kao i kod svega u procesu dizajnerskog razmišljanja, izjava problema održava fokus na korisniku.

Korak 3: Ideje

U ovom koraku, grupama se daje 15-20 minuta da osmislite što više ideja za rješenje izjava problema. Upućuje ih se na korištenje samoljepljivih papirića za pisanje ideja ili ih direktno zapisuju na velikim formatima papira.

Voditelj potiče sudionike da nadograđuju ideje jedni drugih i budu što kreativniji.

Ovaj korak završava njegovim objašnjenjem:

Treća faza u procesu dizajnerskog razmišljanja jesu ideje – odnosno kreiranje ideja. Do ovog trenutka poznato je tko su naši ciljnici korisnici i što žele od našeg proizvoda. Također imamo jasnu izjavu problema koji želimo riješiti. Sada je vrijeme za smišljanje mogućih rješenja.

Faza stvaranja ideja trenutak je kada se grupu potiče da odstupi od poznatih normi i pravila, kako bi mogli razmišljati izvan zadanih okvira.

Korak 4: Prototip

Slijedi nova uputa grupama – izaberi barem jednu ideju od svih kreiranih ideja koju će razviti u prototip. Korištenjem dodijeljenih materijala, sudionici stvaraju jednostavnu reprezentaciju svog rješenja, u obliku modela, skica ili priče.

Grupama se savjetuje da se usredotoče na funkcionalnost i korisničko iskustvo, a ne na savršenstvo.

Ovaj korak završava njegovim objašnjenjem:

Prototip je u svojoj osnovi umanjena verzija proizvoda ili značajke – bilo da se radi o jednostavnom papirnatom modelu ili interaktivnoj digitalnoj reprezentaciji.

Cilj je faze prototipiranja pretvoriti ideje u nešto opipljivo, u nešto što je moguće testirati na stvarnim korisnicima. Ovo je ključno jer omogućuje zadržavanje dosadašnjeg pristupa na korisnicima, omogućujući prikupljanje povratnih informacija prije nego što se krene u razvoj cijelog proizvoda. To osigurava da konačni dizajn rješava korisnikov problem i da je ugodan za korištenje!

Korak 5: Testiranje

Grupe prezentiraju svoje prototipove ostalima, objašnjavajući kako njihovo rješenje zadovoljava potrebe korisnika.

Ostatak grupe im daje svoje dojmove, fokusirajući se na ono što je dobro, ali i na ono što iziskuje potencijalna poboljšanja.

Voditelj zaključuje aktivnost sljedećim pitanjima:

1. Što smo naučili o potrebama korisnika tijekom ovog procesa?
2. Kako su vaši prototipovi odgovarali na probleme?
3. Što biste promijenili ili poboljšali u svom dizajnu?
4. Što biste učinili drugačije ako bismo ponovili ovu vježbu?



Kada koristiti ovu aktivnost u svakodnevnom radu s mladim gluhim i nagluhim osobama?

Ova aktivnost može se koristiti s ciljem inspiriranja sudionika i osnaživanja njihovih vještina kreativnog razmišljanja. Također, aktivnost je pogodna kao dio rasprave o različitim rješenjima koja su relevantna za svakodnevicu gluhih i nagluhih osoba.

Može biti dio edukativnih programa, svakodnevnih aktivnosti namijenjenih mladim gluhim i nagluhim osobama ili dio određene sesije o projektima i zadacima koji su usmjereni na inovacije i rješavanje problema.



Povezanost s radionicama:

Ova aktivnost može se provesti kao nastavak ili biti dijelom *Radionice 5: Financijska pismenost za početnike*. Također se može integrirati u bilo koji program usmjeren na usvajanje znanja o inovacijama ili poduzetničkim vještina.

Partneri

SAVEZ GLUHIH I NAGLUHIH GRADA ZAGREBA



Savez gluhih i nagluhih Grada Zagreba osnovan je 1984. godine i najstarija je organizacija gluhih u Hrvatskoj. Savez se ističe kao snažan zagovornik zajednice gluhih i nagluhih, radeći na jačanju njihova statusa u različitim društvenim sferama, uključujući obiteljski život, obrazovne ustanove, radna mjesta i druge životne segmente. Snažno smo posvećeni misiji zaštite ljudskih prava gluhih i nagluhih.

Savez posjeduje iskustvo u provedbi projekata financiranih iz Europskog socijalnog fonda i programa Erasmus+, s ukupno 13 uspješnih projekata do danas.

Savez radi na eliminiranju stereotipa i jačanju javne svijesti o gluhoći, hrvatskom znakovnom jeziku te zajednici gluhih općenito.

Organizira različite programe i projekte na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodno razini, koje nisu važne samo za gluhe, već i za druge zajednice. Neprestano radi na poboljšanju društvenog položaja gluhih, surađuje s različitim institucijama, pokreće inicijative i poziva na suradnju.



YOUTH POWER
Germany

YOUTH POWER GERMANY

Youth Power Germany e.V., smješten u Berlinu, nevladina je, neprofitna organizacija posvećena osnaživanju mladih ljudi, posebno onih koji se suočavaju s društvenim i kulturnim preprekama, uključujući, shodno tomu, i migrante. Naša je osnovna misija istaknuti jedinstvene snage i raznolikost mladih ljudi, potičući njihovo jedinstvo i pomažući im prilikom njihove integracije u društvo.

Naš pristup temelji se na neformalnom obrazovanju, nudeći resurse onima koji rade s mladima, te se fokusira na stvaranje veza i pružanje prilika za značajno sudjelovanje. Sa širokom mrežom partnerstava diljem Europe, donosimo raznoliko i pravovremeno stručno znanje u naše inicijative.

Naši programi osmišljeni su s ciljem razvijanja kreativnost, kritičkog razmišljanja, rješavanja problema, učinkovite komunikacije te sposobnosti upravljanja neizvjesnošću i rizikom. Jednaku važnost pridajemo stvaranju poticajnih obrazovnih okruženja te razvoju osobnih kompetencija i motivacije među edukatorima.

LEARNING LIBRARY OÜ



Learning Library mala je obrazovno-tehnološka tvrtka koja pruža obrazovne alate i tehnološka rješenja tvrtkama i nevladinim organizacijama. Ideja o osnivanju tvrtke nastala je 2021. godine, dok je službena registracija tvrtke obavljena 2022. godine.

Learning Library okuplja stručnjake iz područja obrazovanja, rada s mladima, ljudskih resursa (HR) i informacijske tehnologije (IT), s jednim ciljem - digitalizirati učenje i poučiti pojedince kako bi unaprijedili svoje lokalne zajednice. Learning Library djeluje u području obrazovanja, kombinirajući različite metode iz neformalnog obrazovanja i poslovnog sektora. Tvrtka surađuje s različitim organizacijama i tvrtkama na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

Od samog početka postojanja, Learning Library pruža usluge te podršku nekoliko malih lokalnih organizacija u razvoju njihovih digitalnih tečajeva, mrežnih stranica, interaktivnih platformi za učenje, obrazovnih igara i aplikacija.



ISTITUTO
UNIVERSITARIO
CAROLINA ALBASIO

SVEUČILIŠNI INSTITUT "SCUOLA SUPERIORE CAROLINA ALBASIO"

Sveučilišni institut "Carolina Albasio" jest visokoobrazovna institucija sa sjedištem u Italiji koja nudi preddiplomsko i poslijediplomsko obrazovanje, uključujući preddiplomske studije iz jezične i kulturne medijacije, poslijediplomske studije te studije visokog obrazovanja.

Njegov jedinstveni identitet temelji se na sposobnosti stvaranja sinergija između različitih stvarnosti te podržavanju obrazovnih, istraživačkih i tehnoloških prijenosnih inicijativa.

Sveučilište kombinira humanističke znanosti s ICT-om, poslovnim, ekonomskim i pravnim studijima, osiguravajući učinkovito zapošljavanje u multikulturnom kontekstu. "Carolina Albasio" mjesto je izvrsnosti koje ostvaruje suradnju vodećih akademika i stručnjaka. Sveučilište je smanjilo svoj utjecaj na okoliš i potpuno je dostupno i uključivo za ljude iz svih sredina, uključujući međunarodne studente, izbjeglice, studente s poremećajem u učenju i studente s invaliditetom.

Autori



Katarina Jurilj je nagluha osoba, profesorica hrvatskog jezika i prevoditeljica hrvatskog znakovnog jezika s dugogodišnjim iskustvom u edukacijama o hrvatskom znakovnom jeziku te uzajednice gluhih, nagluhih i gluhoslijepih osoba. Također ima iskustvo u radu s gluhim i nagluhim osobama različitih dobnih skupina, poučavajući ih hrvatskom (govornom) jeziku. Kao profesorica, fokusira se na podršku pri integraciji gluhe i nagluhe djece u obrazovni sustav.

Franjo Brkan ima diplomu socijalnog rada i obiteljske terapije; ima profesionalna iskustva stečena u Bosni i Hercegovini te Njemačkoj. Nadalje, radio je kao asistent na sveučilištu, s objavljenim radovima na teme relevantnih za mlade i marginalizirane zajednice. Sudjelovao je u razvoju obrazovnih materijala i radionica s ciljem poboljšanja poduzetničkih vještina te vještina zapošljivost mladih iz manjinskih skupina. Njegov rad usmjeren je na poticanje inkluzivnosti, inovacija i ambicija u marginaliziranim zajednicama.



Daniel Almeida kombinira svoj rad sa suvremenom umjetnošću i kulturnim menadžmentom prilikom stvaranja inkluzivnih obrazovnih programa. Specijaliziran je za inkluziju i interkulturalno učenje, razvijajući inovativne radionice i digitalne tečajeve za osnaživanje mladih koji pripadaju manjinskim skupinama. Svoj rad temelji na inkluzivnom obrazovanju, radeći na projektima koji omogućuju obrazovne aktivnosti kojima mladi stječu potrebne kompetencije s obzirom na društvene izazove s kojima se suočavaju, te promovirajući interkulturalni dijalog s ciljem poštovanja različitosti.

Veronica Braccin je izvođačica i učiteljica plesa s diplomom iz jezika i komunikacija. Ima veliko iskustvo u umjetničkom području te je nedavno počela razvijati vlastitu metodu koja povezuje ples s komunikacijom i inkluzijom. Također vodi radionice za mlade i amatere s ciljem podizanja svijesti i angažmana oko teme umjetnosti kao alata za iscjeljenje. Osim svoje umjetničke karijere, trenutno pohađa magistarski studij iz menadžmenta u kulturi.





Sufinancira
Europska unija