

Proiect:

CYBER-Change

Tineri competenți care construiesc schimbarea: antreprenoriat, reziliență și competențe digitale pentru schimbare

Număr contract: 101247052

**D2.3 MANUAL PENTRU FORMAREA ÎN DOMENIUL COMPETENȚELOR
ANTREPRENORIALE PENTRU TINERI**

Termenul de predare a livrabilului: 31 august 2026

Data efectivă a predării: 30 august 2026



Funded by
the European Union

Declinare de responsabilitate: Finanțat de Uniunea Europeană. Părerile și opiniile exprimate aparțin exclusiv autorului/autorilor și nu reflectă neapărat opiniile Uniunii Europene sau ale Agenției Executive Europene pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană, nici EACEA nu pot fi trase la răspundere pentru acestea.

Consortiul CYBER Change

Denumire legală	Rol	Țară
ASOCIATIA COPIII IN SANUL FAMILIEI (FoRC)	COO	RO
POMOC DECI UDRUZENJE GRADJANA (CYSO)	BEN	RS
MEDUNARODNO UDRUZENJE INTERAKTIVNEOTVORENE SKOLE (MIOS)	BEN	BA
INSTITUTE FOR DEVELOPMENT OF CIVIL SOCIETY INNOVATE (IDCSI)	BEN	XK
FORUM MLADI I NEFORMALNA EDUKACIJA (FORUM MNE)	BEN	ME

Informații despre document

Data contractuală de livrare	31/08/2026
Data efectivă a livrării	30/08/2026
Nivelul de confidențialitate al livrabilului	Public
Editor	CYSO
Contribuitori	TOȚI PARTENERII
Asigurarea calității	CYSO

Revizuri

Versiune	Data	Autorul revizuirii	Rezumatul modificărilor
V.01	20/08/2026	CYSO	Versiune preliminară finală
V.02	28/08/2026	TOȚI PARTENERII	Revizuire internă
V.1	30/08/2026	CYSO	Documentul final

MANUAL PENTRU FORMAREA ÎN DOMENIUL COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE PENTRU TINERI

PREFAȚĂ

Tinerii au idei, abilități și perspective care pot contribui la schimbări pozitive în propriile vieți și în comunitățile din care fac parte. Adesea, au nevoie de ocazia de a recunoaște acest potențial, de a-l dezvolta prin experiență și de a dobândi încrederea necesară pentru a-și transforma ideile în acțiune.

Acest Manual a fost creat pentru a sprijini acest proces. Dezvoltat în cadrul proiectului CYBER Change, acesta oferă activități de învățare practice și participative prin care tinerii își pot explora punctele forte, pot recunoaște nevoile și oportunitățile, pot dezvolta și testa idei, pot lua decizii, pot colabora cu ceilalți și își pot transforma treptat ideile în acțiuni concrete. Prin intermediul acestui proces, tinerii își dezvoltă abilități antreprenoriale ca abilități practice de a lua inițiativă, de a crea valoare, de a mobiliza resurse, de a colabora și de a contribui activ la schimbări pozitive în comunitățile lor și în societate.

În centrul Manualului se află un principiu simplu: abilitățile antreprenoriale se dezvoltă cel mai bine prin acțiuni practice. Prin urmare, sperăm că acesta va servi drept o resursă utilă și adaptabilă pentru lucrătorii cu tinerii, educatorii de la egal la egal și tinerii lideri în crearea unor medii de învățare în care tinerii pot experimenta, pot învăța unii de la alții și pot descoperi ce pot crea, îmbunătăți și schimba.

CUPRINS

INTRODUCERE.....	7
DE LA EVALUAREA NEVOILOR LA MANUAL.....	8
PENTRU CINE ESTE MANUALUL?.....	10
CUM SE UTILIZEAZĂ MANUALUL.....	10
LUCRU CU DIFERITE GRUPURI DE VÂRSTĂ.....	12
INCLUZIUNE ȘI ACCESIBILITATE.....	12
PRINCIPII DE BAZĂ.....	13
MODULE.....	15
MODULUL 1 – RECUNOAȘTE-ȚI POTENȚIALUL.....	15
MODULUL 2 – LOCUL MEU ÎN COMUNITATE.....	30
MODULUL 3 – DE LA IDEE LA PLAN.....	40
MODULUL 4 – GESTIONAREA RESURSELOR ȘI A FINANȚELOR.....	61
MODULUL 5 – COMUNICAREA IDEII TALE.....	85
REFERINȚE.....	102

INTRODUCERE

Manualul **de formare domeniul competențelor antreprenoriale pentru tineri**, dezvoltat în cadrul proiectului **CYBER Change**, este un instrument practic pentru lucrătorii cu tinerii, educatorii de la egal la egal, tinerii lideri și alte persoane care lucrează cu tineri prin educație nonformală și învățare de la egal la egal.

Manualul își propune să sprijine tinerii în dezvoltarea abilităților, a încrederii în sine și a spiritului de inițiativă necesare pentru a recunoaște oportunitățile și nevoile, a dezvolta idei și a le transforma în acțiuni concrete. Prin activități practice și participative, tinerii sunt încurajați să își exploreze propriul potențial, să înțeleagă mai bine mediul în care trăiesc, să dezvolte și să testeze idei, să planifice activități, să mobilizeze resurse, să ia decizii financiare informate, să își comunice ideile și să facă pași concreți pentru implementarea acestora.

Manualul a fost elaborat ținând cont de concluziile evaluării nevoilor realizate în cadrul proiectului CYBER Change și traduce nevoile și provocările identificate într-un proces practic de învățare. În loc să abordeze antreprenoriatul ca pe un set de concepte teoretice, Manualul creează oportunități pentru tineri de a învăța prin experiență, lucru în echipă, reflecție, rezolvarea problemelor și experimentare practică cu idei.

În acest Manual, antreprenoriatul este înțeles într-un sens mai larg decât inițierea sau conducerea unei afaceri. Este vorba despre capacitatea de a recunoaște oportunitățile și nevoile, de a dezvolta idei și de a transforma aceste idei în acțiuni care creează valoare pentru sine și pentru ceilalți. Valoarea creată poate fi economică, socială sau o combinație a ambelor.

Prin urmare, abilitățile antreprenoriale pot fi aplicate în contexte diferite – de la dezvoltarea unui produs sau serviciu la organizarea unei inițiative a tinerilor, răspunsul la o nevoie a comunității sau luarea de măsuri pentru o schimbare pozitivă. În acest sens, gândirea antreprenorială poate, de asemenea, să sprijine în mod natural activismul social, ajutând tinerii să recunoască problemele care sunt importante pentru ei și comunitatea lor, să dezvolte posibile soluții, să mobilizeze alte persoane și să treacă de la idee la acțiune.

Manualul se bazează pe abordarea învățării prin practică – învățarea prin activități practice și experiență. De la participanți nu se așteaptă doar să învețe *despre* antreprenoriat, ci și să experimenteze ei înșiși procesul antreprenorial – să recunoască oportunități, să dezvolte și să testeze idei, să ia decizii, să lucreze cu alții, să planifice și să mobilizeze resurse, să învețe din feedback și să își adapteze ideile pe măsură ce se îndreaptă treptat spre acțiune.

Învățarea de la egal la egal este o parte importantă a acestui proces. Prin lucrul în echipă, discuții, rezolvarea comună a problemelor și feedback între colegi, participanții învață atât din activități, cât și unii de la alții. În același timp, această abordare le permite să dezvolte treptat încrederea în sine și

abilitățile necesare pentru a împărtăși ceea ce au învățat și pentru a sprijini procesele de învățare în rândul colegilor lor.

Manualul poate fi utilizat ca un program complet, urmând progresia propusă a modulelor, dar poate fi utilizat și flexibil prin selectarea și adaptarea modulelor și sesiunilor individuale în funcție de nevoile, experiența și contextul grupului specific.

Pe lângă acest manual, în cadrul proiectului CYBER Change a fost elaborat și *Manualul de formare de la egal la egal privind competențele digitale pentru antreprenoriat social*. Cele două manuale sunt complementare și, împreună, sprijină dezvoltarea competențelor antreprenoriale și digitale pe care tinerii le pot aplica atunci când își dezvoltă și implementează ideile și inițiativele.

DESPRE PROIECTUL CYBER CHANGE

CYBER Change - Tineri competenți care construiesc schimbarea: antreprenoriat, reziliență și competențe digitale pentru schimbare este un proiect Erasmus+ de 24 de luni pentru consolidarea capacităților în domeniul tineretului, implementat de un consorțiu de organizații de tineret cu experiență din țările programului și țările partenere. Proiectul este coordonat de ASOCIAȚIA COPIII ÎN SÂNUL FAMILIEI - FoRC (România), în parteneriat cu: Centrul pentru Tineret și Dezvoltare Socială - CYSO (Serbia); MIOS (Bosnia și Herțegovina); Forum MNE (Muntenegru); IDCSI (Kosovo^{*1})

Proiectul sprijină tinerii, în special tinerii cu oportunități reduse, în dezvoltarea abilităților digitale și antreprenoriale, a rezilienței, a inițiativei și a participării active prin educație nonformală și învățare de la egal la egal.

În același timp, proiectul oferă lucrătorilor cu tinerii, educatorilor de la egal la egal și altor persoane care lucrează cu tineri metode practice și adaptabile pe care le pot utiliza în diferite medii de învățare non-formală.

Manualul **de formare în domeniul competențelor antreprenoriale pentru tineri** este unul dintre instrumentele practice dezvoltate în cadrul proiectului și se concentrează în mod specific pe dezvoltarea competențelor antreprenoriale în rândul tinerilor, care pot fi aplicate în diferite contexte – de la activități economice la inițiative care creează valoare socială și contribuie la schimbări pozitive în comunitate.

DE LA EVALUAREA NEVOILOR LA MANUAL

Manualul a fost elaborat pe baza constatărilor **evaluării nevoilor realizate în cadrul proiectului CYBER Change**, realizată pentru a înțelege mai bine experiențele, interesele, nevoile și provocările tinerilor în domenii relevante pentru antreprenoriat și participarea lor activă.

¹ Această desemnare nu aduce atingere pozițiilor privind statutul și este în conformitate cu Rezoluția 1244/1999 a Consiliului de Securitate al ONU și cu Avizul CIJ privind declarația de independență a Kosovo.

Constatările arată că **tinerii sunt interesați de antreprenoriat, dar că acest interes nu se traduce întotdeauna ușor în inițiative și acțiuni concrete.** Printre barierele identificate se numără lipsa încrederii în sine, teama de eșec și de judecată, motivația scăzută, lipsa sprijinului și incertitudinea cu privire la modul de a face următorii pași. În același timp, concluziile indică o nevoie de cunoștințe și abilități practice care să ajute tinerii să dezvolte o idee, să evalueze posibilitățile de implementare a acesteia și să treacă treptat de la interes și reflecție la acțiuni concrete.

Aceste constatări au influențat direct selecția, conținutul și succesiunea subiectelor din Manual. În loc să abordeze abilitățile antreprenoriale ca domenii teoretice separate, modulele sunt organizate ca **un proces gradual care îi ghidează pe tineri de la recunoașterea propriului potențial și a oportunităților din jurul lor până la dezvoltarea, testarea și implementarea unei idei concrete.**

Cum au fost transpuse concluziile în temele Manualului?

- **Încrederea în sine, motivația și recunoașterea propriului potențial** – Constatările legate de lipsa încrederii în sine, teama de eșec și motivația scăzută sunt abordate încă de la începutul Manualului. Participanții își identifică propriile puncte forte, abilități, interese și obiective și își dezvoltă treptat o mai mare încredere în propriul potențial și capacitatea de a lua inițiativă.
- **Recunoașterea nevoilor, problemelor și oportunităților** – Manualul încurajează tinerii să observe mediul înconjurător și să identifice nevoile, problemele și oportunitățile care pot servi drept punct de plecare pentru dezvoltarea unei idei. În acest fel, inițiativa antreprenorială este legată în mod natural de participarea activă și de posibilitatea tinerilor de a contribui la o schimbare pozitivă în comunitatea lor.
- **De la o idee la o soluție care creează valoare** – Ca răspuns la nevoia de mai multă experiență practică, participanții nu se opresc la generarea de idei. Ei învață să se gândească la **cine este destinată ideea, la ce nevoie răspunde, ce valoare creează și ce presupuneri trebuie testate.** În acest fel, își dezvoltă obiceiul de a testa idei, de a solicita feedback și de a le îmbunătăți pe baza a ceea ce au învățat.
- **Planificarea și trecerea de la idee la implementare** – Incertitudinea cu privire la ce urmează este abordată prin activități care îi ajută pe tineri să transforme o idee în obiective concrete, activități, responsabilități și pași următori. În loc să se aștepte ca aceștia să aibă imediat o soluție completă, ei învață cum să dezvolte treptat un plan de implementare realist și realizabil.
- **Competențe financiare și mobilizarea resurselor** – Manualul include activități practice legate de resurse, costuri, bugetare, surse de finanțare și decizii financiare de bază. Scopul nu este doar ca tinerii să înțeleagă conceptele financiare, ci și să fie capabili să evalueze **ce este necesar pentru ca o idee să fie fezabilă din punct de vedere realist și cum să utilizeze resursele disponibile în mod responsabil.**
- **Comunicare, colaborare și mobilizarea celorlalți** – Lipsa sprijinului nu este abordată doar ca o provocare individuală. Prin lucrul în echipă, învățarea reciprocă, prezentarea ideilor și feedbackului, tinerii exersează cum să-și explice ideea, să lucreze cu ceilalți, să solicite sprijin, să identifice potențiali parteneri și să implice persoane care pot contribui la implementarea acesteia.

- **Gestionarea incertitudinii, eșecului și schimbării** – Frica de eșec este abordată printr-o logică practică de **testare, învățare și adaptare**. Dacă prima încercare nu produce rezultatul scontat, participanții sunt încurajați să nu considere automat acest lucru ca fiind sfârșitul ideii, ci să ia în considerare ce pot învăța din experiență și ce trebuie să testeze, să adapteze sau să facă diferit data viitoare.
- **De la învățare la acțiune concretă** – Părțile finale ale Manualului abordează direct decalajul dintre interes și acțiune identificat în Evaluarea Nevoilor. Participanții revin la ideile și planurile lor, le reconsideră pe baza a ceea ce au învățat și identifică **următorii pași concreți și realiști**.
- În acest fel, **Evaluarea nevoilor realizată în cadrul proiectului CYBER Change servește nu doar ca rațiune inițială pentru Manual, ci și ca fundament pentru logica sa generală de dezvoltare**. Nevoile identificate sunt legate de competențe specifice, iar competențele de activități practice care sprijină tinerii să treacă treptat de la interese și idei către o mai mare încredere în sine, abilități dezvoltate și acțiuni concrete.

PENTRU CINE ESTE MANUALUL?

Manualul este destinat persoanelor care lucrează cu **tineri cu vârste cuprinse între 15 și 29 de ani** în cadrul educației non-formale și al muncii comunitare, inclusiv lucrători cu tinerii, educatori de la egal la egal, organizații și centre de tineret, organizații ale societății civile și tineri lideri.

Conține sesiuni practice, gata de utilizare, care pot fi adaptate la diferite grupuri, programe și medii de învățare. Facilitatorii **nu trebuie să fie experți în antreprenoriat**. Rolul lor este de a ghida procesul, de a pune întrebări, de a crea spațiu pentru explorare și discuții și de a ajuta tinerii să conecteze ceea ce învață cu propriile idei, experiențe și mediul în care trăiesc.

În același timp, Manualul creează oportunități pentru tineri de a câștiga treptat o mai mare încredere în sine în **împărtășirea a ceea ce au învățat, în lucrul cu colegii și în luarea de inițiative în propriul mediu**.

CUM SE UTILIZEAZĂ MANUALUL

Acest Manual este **un instrument practic, nu o programă de învățământ strict prescrisă**. Modulele sunt organizate într-o secvență logică și îi ghidează pe participanți prin procesul de dezvoltare a abilităților antreprenoriale – de la recunoașterea propriului potențial și oportunități în mediul lor, prin dezvoltarea și planificarea ideilor, până la comunicarea, adaptarea și transformarea acestora în acțiuni concrete.

În acest fel, modulele nu sunt o colecție de subiecte izolate, ci **o cale de dezvoltare conectată**. O idee care apare într-o etapă a procesului este explorată treptat, testată, dezvoltată și planificată, **considerată**

din perspectiva resurselor și finanțelor necesare pentru implementarea sa, comunicată și îmbunătățită și, în cele din urmă, transformată în următorii pași concreți.

Atunci când Manualul este utilizat ca program complet, se recomandă ca modulele să fie implementate în secvența propusă, deoarece fiecare se bazează pe cunoștințele și experiența dobândite anterior. Cu toate acestea, Manualul este conceput și pentru o utilizare flexibilă, astfel încât, în funcție de obiective,

timpul disponibil și nevoile grupului, pot fi selectate **module sau sesiuni individuale**, cu adaptările corespunzătoare.

Fiecare sesiune conține **o prezentare generală a sesiunii, rezultatele învățării, materialele necesare, pregătirea facilitatorului, instrucțiuni detaliate de implementare și, acolo unde este necesar, materiale de lucru pentru participanți**. Materiale tipărite, fișe cu situații și alte materiale destinate utilizării directe de către participanți sunt furnizate la sfârșitul sesiunii respective, astfel încât să poată fi ușor imprimate și utilizate.

Acest manual poate fi utilizat și alături de *Manualul de formare între egali privind competențe digitale pentru antreprenariat social*, elaborat în cadrul proiectului CYBER Change. Cele două manuale se completează reciproc prin abordarea ideilor și inițiativelor tinerilor din perspective conectate. Deși acest manual se concentrează pe competențele antreprenoriale – de la recunoașterea potențialului personal și a nevoilor comunității până la dezvoltarea de idei, planificare, mobilizarea resurselor și comunicarea ideilor – Manualul de competențe digitale consolidează dimensiunea digitală a acestui proces.

Acolo unde este cazul, facilitatorii pot combina sesiuni din cele două manuale. Activitățile de înțelegere a nevoilor comunității pot fi completate de cercetare digitală, cartografiere a comunității și analiză susținută de inteligență artificială; activități de dezvoltare a ideilor și planurilor de acțiune prin utilizarea inteligenței artificiale și a instrumentelor digitale pentru planificare; activități de bugetare, planificare a resurselor și mobilizare a sprijinului prin intermediul instrumentelor digitale pentru organizarea informațiilor, efectuarea de cercetări și conectarea cu potențiali susținători; și activități de comunicare a ideilor prin comunicare digitală și creare de conținut. Sesiunile despre gândirea critică, siguranța online și utilizarea responsabilă a inteligenței artificiale pot ajuta în continuare participanții să utilizeze instrumentele digitale în siguranță, critic și responsabil. Facilitatorii pot selecta și combina sesiuni relevante în funcție de obiectivele de învățare, nevoile și experiența grupului lor.

UTILIZARE FLEXIBILĂ ȘI ADAPTAREA SESIUNILOR

Fiecare grup de tineri este diferit. Vârsta, experiența anterioară, încrederea în sine, interesele, experiența educațională și oportunitățile de participare pot varia considerabil.

Prin urmare, facilitatorii ar trebui să adapteze **exemplele, limbajul, ritmul, durata și nivelul de sprijin**, fără a schimba obiectivul principal și rezultatele învățării sesiunii.

Unele grupuri vor considera mai ușor să lucreze prin discuții, în timp ce altele vor avea nevoie de mai multă muncă practică sau de exemple mai concrete. Unii participanți pot avea deja experiență într-o mică activitate antreprenorială, o activitate de voluntariat, activism social sau o inițiativă a tinerilor, în timp ce pentru alții aceasta poate fi prima lor oportunitate de a dezvolta o idee proprie.

Facilitatorul ar trebui să utilizeze diversitatea experiențelor din cadrul grupului ca **resursă de învățare**, asigurând în același timp spațiu și sprijin pentru ca toți participanții să se implice activ.

Cel mai important lucru atunci când se adaptează sesiunile este păstrarea **obiectivului și a rezultatelor învățării**, adaptând în același timp metodele astfel încât participarea să fie semnificativă și accesibilă grupului specific.

LUCRU CU DIFERITE GRUPURI DE VÂRSTĂ

Întrucât Manualul este destinat **tinerilor cu vârste cuprinse între 15 și 29 de ani**, aceeași activitate nu va fi întotdeauna facilitată în același mod.

Pentru tinerii cu vârste cuprinse **între 15 și 18 ani**, folosiți un limbaj mai simplu, situații concrete, apropiate de viața lor de zi cu zi și mai multă îndrumare și sprijin, în special atunci când se trece de la o idee la planificare și acțiuni concrete.

Pentru tinerii cu vârste cuprinse **între 19 și 24 de ani**, se poate oferi mai mult spațiu pentru muncă independentă, explorare, luarea deciziilor și dezvoltarea de inițiative legate de educația, munca, interesele sau comunitatea lor.

Pentru tinerii cu vârste cuprinse **între 25 și 29 de ani**, activitățile pot fi mai strâns legate de dezvoltarea profesională, oportunitățile antreprenoriale, leadership, mentorat și crearea de valoare economică sau socială.

Totuși, **vârsta nu ar trebui să fie echivalată automat cu experiența**. Facilitatorul ar trebui să observe grupul specific și să adapteze ritmul, exemplele și nivelul de sprijin în consecință.

INCLUZIUNE ȘI ACCESIBILITATE

Incluziunea ar trebui să facă parte din planificarea și implementarea fiecărei sesiuni, mai degrabă decât o adăugare făcută după ce activitatea a fost deja pregătită. Tinerii pot avea experiențe educaționale și sociale diferite, niveluri diferite de încredere în sine și cunoștințe anterioare, nevoi diferite de comunicare, acces diferit la resurse și oportunități diferite de participare activă.

În funcție de nevoile grupului, facilitatorul ar trebui:

- să folosească un limbaj simplu și clar și să explice conceptele noi sau mai dificile;
- să ofere instrucțiuni scurte și să explice pas cu pas sarcinile mai complexe;
- să citească instrucțiunile importante cu voce tare atunci când unii participanți au nevoie de sprijin la citire;
- să folosească exemple vizuale, simboluri sau fișe simplificate atunci când acestea facilitează participarea;
- să ofere diferite modalități de participare – prin vorbire, scriere, desen, lucru în perechi sau în grupuri mici;
- să acorde timp suplimentar atunci când participanții au nevoie;
- să formeze grupuri în care participanții cu niveluri diferite de experiență se pot sprijini și pot învăța unii de la alții;
- nu presupune că toți participanții au aceleași cunoștințe anterioare despre antreprenoriat sau alte subiecte abordate în Manual;
- folosiți exemple relevante pentru viața de zi cu zi a tinerilor și pentru mediul local și evitați exemplele care pot exclude sau stereotipa anumite grupuri;
- să se asigure că spațiul fizic și activitățile sunt accesibile participanților cu dizabilități și să adapteze activitățile care necesită mișcare, acolo unde este necesar;
- să ofere alternative atunci când o activitate necesită utilizarea tehnologiei sau a unei alte resurse la care nu toți participanții au acces;
- să nu preseze participanții să împărtășească experiențe personale, financiare sau de altă natură sensibilă pentru a participa la activitate.

Scopul adaptărilor nu este de a reduce așteptările pentru anumiți participanți, ci **de a elimina barierele inutile în calea participării și de a crea modalități diferite prin care toți tinerii să contribuie la procesul de învățare.**

PRINCIPII DE BAZĂ

Învățare nonformală

Tinerii învață prin participare activă. Sesiunile combină activități practice, lucru în echipă, discuții și reflecție, în loc să se bazeze pe prezentări lungi. Facilitatorul ghidează procesul, lăsând în același timp spațiu pentru ca participanții să exploreze independent, să pună întrebări, să facă schimb de idei și să tragă concluzii din propria experiență.

Învățare între colegi

Tinerii aduc cunoștințe, abilități și experiențe diferite și pot învăța foarte multe unii de la alții. Lucrul în perechi și în grupuri mici, feedbackul reciproc, rezolvarea colaborativă a problemelor și schimbul de experiențe sunt folosite în întregul Manual pentru a încuraja colaborarea, încrederea în sine și participarea activă.

În acest proces, rolul educatorului de la egal la egal nu este de a avea un răspuns la fiecare întrebare, ci **de a crea condiții în care colegii să poată gândi, să pună întrebări, să încerce idei, să facă schimb de experiențe și să învețe unii de la alții.**

Învățarea prin activități practice

Abilitățile antreprenoriale se dezvoltă cel mai bine prin aplicare. Participanții nu doar discută idei, ci **identifică probleme și oportunități, creează soluții, testează ipoteze, planifică activități, iau decizii financiare și de altă natură, comunică idei și folosesc feedbackul pentru a le îmbunătăți.**

Greșelile și încercările care nu produc rezultatul scontat sunt tratate ca oportunități de învățare, reflecție și adaptare.

Incluziune și accesibilitate

Toți tinerii ar trebui să aibă o oportunitate reală de a participa și de a contribui. Activitățile pot fi adaptate la diferite abilități, experiențe, nevoi și resurse disponibile, menținând în același timp același obiectiv de învățare.

Perspectivile și experiențele diferite ale participanților sunt tratate ca o resursă ce poate îmbogăți învățarea comună și dezvoltarea ideilor.

Crearea de valoare

Unul dintre principiile de bază ale Manualului este de a încuraja tinerii să se gândească nu doar la **ceea ce vor să facă**, ci și la **pentru cine creează valoare și ce fel de valoare creează acest lucru.**

Valoarea poate fi economică – de exemplu, un produs sau un serviciu care răspunde unei anumite nevoi și poate genera venituri. Dar poate fi și socială – îmbunătățirea a ceva în comunitate, sprijinirea semenilor, răspunsul la o problemă locală, creșterea gradului de conștientizare sau mobilizarea oamenilor în jurul unei schimbări pozitive.

În acest fel, tinerii învață că abilitățile antreprenoriale pot fi aplicate atât în activități economice, cât și în **inițiative sociale și diferite forme de implicare activă în comunitate.**

Inițiativă și acțiune

Învățarea antreprenorială este semnificativă atunci când ideile se transformă treptat în acțiune. Prin urmare, participanții sunt încurajați să își stabilească obiective, să ia decizii, să își asume responsabilități, să mobilizeze resurse și să identifice următorii pași concreți.

Accentul nu se pune pe crearea unei idei sau a unui plan „perfect”, ci pe dezvoltarea capacității **de a începe, de a învăța din ceea ce se întâmplă și de a continua cu o acțiune următoare îmbunătățită.**

Învățare, feedback și adaptare

Procesul antreprenorial implică incertitudine. Nu putem ști dinainte dacă fiecare presupunere este corectă sau dacă fiecare idee va funcționa conform așteptărilor.

Prin urmare, participanții sunt încurajați să **pună întrebări, să verifice, să testeze, să solicite feedback și să utilizeze informațiile obținute pentru a-și îmbunătăți ideile și planurile.**

În loc să se considere automat o încercare care nu a produs rezultatul scontat ca un motiv pentru a renunța, aceasta poate fi folosită ca sursă de informații și învățare. Participanții sunt încurajați să reflecteze asupra **a ceea ce s-a întâmplat, asupra a ceea ce au învățat din experiență, asupra a ceea ce trebuie să verifice sau să schimbe și asupra următorului pas.**

În acest fel, în întregul Manual se construiește o logică antreprenorială simplă, dar importantă: ideile sunt dezvoltate prin testare, feedback, învățare, adaptare și reluarea acțiunii.

MODULE

MODULUL 1 – RECUNOAȘTE-ȚI POTENȚIALUL

Prezentare generală a modulului

Abilitățile antreprenoriale îi ajută pe tineri **să transforme ideile în activități și inițiative concrete care creează valoare pentru ei înșiși și pentru ceilalți.** Acestea includ capacitatea de a recunoaște oportunitățile, de a genera idei, de a lua inițiativa, de a rezolva probleme, de a colabora cu ceilalți și de a mobiliza resursele necesare. Valoarea creată poate fi economică, socială sau o combinație a ambelor.

Un punct de plecare important pentru dezvoltarea acestor abilități este **recunoașterea propriului potențial.** Înainte ca tinerii să înceapă să recunoască oportunitățile, să dezvolte idei sau să planifice activități concrete, este important ca aceștia să devină mai conștienți de ceea ce știu deja și de ceea ce pot face, care sunt punctele lor forte, ce îi interesează și ce ar dori să dezvolte în continuare. Conștiința de sine și sentimentul capacității personale îi ajută să își exprime ideile mai ușor, să ia inițiativa, să încerce lucruri noi și să utilizeze resursele pe care le au deja.

Tinerii dobândesc abilități și dezvoltă calități personale în multe moduri diferite – prin educație, experiențe de zi cu zi, responsabilități familiale și de altă natură, hobby-uri, sport, voluntariat, muncă, relații cu colegii, utilizarea tehnologiilor digitale și gestionarea diferitelor provocări. Cu toate acestea, ei nu recunosc întotdeauna aceste experiențe ca **cunoștințe, abilități și resurse personale pe care le pot folosi atunci când doresc să înceapă, să creeze sau să schimbe ceva.**

De aceea, acest modul începe cu participanții înșiși. Pe parcursul celor trei sesiuni, aceștia își recunosc mai întâi **abilitățile pe care le posedă deja**, apoi își aprofundează înțelegerea propriului potențial explorând punctele **forte, calitățile și interesele personale** și, în final, își îndreaptă atenția către viitor, reflectând asupra **propriilor obiective, vise și a ceea ce doresc să realizeze, să creeze sau să schimbe**. În acest fel, modulul conectează treptat conștientizarea de sine și recunoașterea resurselor personale cu viziunea, motivația și disponibilitatea de a lua inițiativă.

În același timp, modulul îi ajută pe participanți să recunoască faptul că **nu există un singur profil „potrivit” al unui tânăr întreprinzător**. Diferite persoane aduc abilități, experiențe, interese și perspective diferite. O persoană poate genera idei cu ușurință, alta poate fi bună la organizare, comunicare sau ascultare, în timp ce altcineva poate fi bun la cercetare, rezolvarea problemelor practice sau utilizarea instrumentelor digitale. Atunci când aceste resurse diferite sunt recunoscute și combinate, ele pot oferi o bază importantă pentru colaborare, dezvoltarea de idei și luarea de inițiative împreună.

De ce este important acest subiect?

Constatările **evaluării nevoilor realizate în cadrul proiectului CYBER Change** arată că tinerii sunt interesați de antreprenoriat și de inițiativă, dar că trecerea de la interes la acțiuni concrete poate fi împiedicată de **lipsa de încredere în sine, teama de eșec și de judecată, motivația scăzută, lipsa de sprijin și incertitudinea cu privire la următorii pași**. Aceste constatări arată că, atunci când își dezvoltă abilitățile antreprenoriale, este important ca tinerii să recunoască faptul că **au deja cunoștințe, abilități, experiențe și calități personale care pot servi drept resurse inițiale pentru acțiune**.

Recunoașterea a ceea ce pot face deja le poate întări sentimentul că au ceva de oferit și că pot face un prim pas, chiar și atunci când nu au încă o idee sau un plan complet dezvoltat. Stabilirea obiectivelor și reflecția asupra propriilor aspirații îi ajută în continuare să conecteze percepția actuală despre ei înșiși cu ceea ce doresc să realizeze în viitor. În acest fel, modulul pune bazele dezvoltării ulterioare a **conștiinței de sine, a viziunii, a motivației, a perseverenței și a inițiativei**.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul modulului, participanții vor fi capabili să:

- să își recunoască propriile abilități dobândite prin diferite experiențe de viață;
- să își identifice punctele forte, calitățile, interesele și alte resurse personale;
- recunoașterea faptului că diferite abilități și experiențe pot fi o resursă valoroasă atunci când lucrezi și colaborezi cu ceilalți;
- să reflecteze asupra propriului potențial și asupra domeniilor în care ar dori să se dezvolte în continuare;
- să formuleze obiective și aspirații personale și să reflecteze asupra a ceea ce este important pentru ei în viitor;

- să conecteze propriile abilități, puncte forte și obiective cu posibilitatea de a lua inițiativă și de a crea valoare pentru ei înșiși și pentru ceilalți.

Competențe antreprenoriale cheie

Modulul contribuie în special la dezvoltarea **conștiinței de sine și a sentimentului de capacitate personală**, deoarece participanții învață să își recunoască și să își aprecieze propriile abilități și resurse; **viziunea**, prin reflecția asupra a ceea ce doresc să realizeze, să creeze sau să schimbe; și **motivația și perseverența**, prin conectarea propriilor obiective cu disponibilitatea de a face treptat pași către acestea.

Aceste competențe stau la baza celor ce urmează în Manual. Atunci când tinerii înțeleg mai bine **ce pot face, pe care dintre punctele lor forte se pot baza și ce doresc să realizeze**, pot observa mai ușor nevoile și oportunitățile din jurul lor, pot dezvolta idei, pot colabora cu ceilalți și pot transforma treptat ideile în activități concrete.

Cum învață participanții

Activitățile din cadrul modulului combină **reflecția individuală, lucrul în perechi și în grupuri mici, schimbul de experiențe, discuțiile și feedbackul reciproc**. În acest fel, participanții nu numai că își explorează propriile abilități, puncte forte și obiective, dar învață și prin experiențele și perspectivele colegilor lor.

Învățarea de la egal la egal este deosebit de importantă în acest modul, deoarece recunoașterea propriului potențial nu se întâmplă doar prin autorefecție individuală. Conversația, schimbul de experiențe și feedbackul primit de la ceilalți îi pot ajuta pe tineri să recunoască **în ei înșiși abilități și calități pe care poate nu le-au observat înainte**, dezvoltând în același timp colaborarea, sprijinul reciproc și respectul pentru diferitele abilități și contribuții din cadrul grupului.

SESIUNEA 1 – RECUNOAȘTEREA COMPETENȚELOR MELE

Prezentare generală a sesiunii

Tinerii folosesc o gamă largă de competențe în fiecare zi, dar nu le recunosc întotdeauna ca atare. Competențele sunt dobândite nu doar prin școală, universitate sau formare formală, ci și prin hobby-uri, sport, voluntariat, muncă, responsabilități familiale, timpul petrecut cu colegii, utilizarea tehnologiilor digitale și gestionarea diferitelor situații și provocări.

Această sesiune îi ajută pe participanți să își lărgască înțelegerea despre ce este o competență, unde se dezvoltă abilitățile și ce competențe posedă deja. Prin muncă individuală, schimb de experiențe cu colegii și discuții în grup, ei își leagă experiențele de zi cu zi cu abilități specifice și încep să le recunoască ca resurse personale.

În contextul competențelor antreprenoriale, acesta este un punct de plecare important. Pentru a lua inițiativa, a dezvolta o idee sau a lucra cu ceilalți, este util să știm ce avem deja și ce putem aduce în

proces. Sesiunea nu necesită ca participanții să se gândească imediat la o afacere sau la o idee antreprenorială specifică. Accentul se pune pe recunoașterea abilităților existente ca fundament pe care pot fi dezvoltate ulterior noi abilități și inițiative.

Durată: 60 de minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți exemple din școală, familie, prieteni, sport, hobby-uri, rețele sociale și activități de zi cu zi. **19–24 ani:** Includeți exemple din studii, primele experiențe profesionale, voluntariat, activități pentru tineret și creare de conținut digital. **25–29 ani:** Conectați exemplele cu munca, dezvoltarea profesională, proiectele independente, activitățile antreprenoriale, leadershipul și activitățile comunitare.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să recunoască diferitele abilități pe care le posedă deja;
- să identifice experiențele prin care și-au dezvoltat acele abilități;
- să recunoască faptul că abilitățile dobândite în viața de zi cu zi pot fi la fel de semnificative ca cele dobândite prin educație formală;
- să reflecteze asupra modului în care își pot folosi unele dintre abilitățile atunci când lucrează cu ceilalți, luând inițiativă și implicându-se în diferite activități antreprenoriale și sociale.

Materiale necesare

Flipchart, markere, coli de hârtie A4 și pixuri.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – Ce înseamnă de fapt „abilitate”? – 10 minute

Începeți cu o întrebare simplă pentru întregul grup: „Când spunem că cineva are o abilitate, ce înseamnă de fapt asta?”

Scrieți mai multe răspunsuri pe flipchart. Participanții pot da exemple precum vorbirea unei limbi străine, utilizarea calculatorului, gătitul, desenul, mersul pe bicicletă, comunicarea cu oamenii sau organizarea unui eveniment.

Explică faptul că o abilitate este ceva ce am învățat să facem și pe care îl putem dezvolta prin experiență și practică. Dobândim unele abilități prin școală sau prin formare, dar dezvoltăm multe altele fără să ne dăm seama măcar că învățăm.

Apoi întrebați: „Unde putem învăța ceva în afară de școală?”

Notează răspunsurile. Acestea pot include familie, prieteni, sport, hobby-uri, voluntariat, muncă, călătorii, internet, rețele sociale, jocuri, activități pentru tineri sau pur și simplu situații în care a trebuit să găsim singuri o soluție.

Conectați discuția cu mesajul că ceea ce putem face nu este determinat doar de diplome sau educație formală. Multe abilități pe care le folosim atunci când începem ceva nou, lucrăm cu alții sau rezolvăm o problemă sunt dezvoltate tocmai prin experiența de zi cu zi.

Partea a 2-a – Ce pot face? – 20 de minute

Explicați că fiecare participant va lucra acum individual și va încerca să recunoască cât mai multe abilități pe care le are deja.

Dați-le coli de hârtie A4 și rugați-i să împartă foaia în trei secțiuni: Ce pot face? Unde sau cum am învățat? Unde îl folosesc?

Acordați-le aproximativ 10 minute pentru lucru individual. Explicați-le că nu ar trebui să se gândească doar la abilități „importante” sau profesionale. Dați câteva exemple:

Pot să organizez ceva – am învățat asta organizând activități cu prietenii – folosesc metoda atunci când trebuie să ne punem de acord cine ce va face.

Pot realiza un scurt videoclip – am învățat singur, folosind un telefon și aplicații – folosesc această abilitate pe rețelele de socializare.

Pot asculta cu atenție – mi-am dezvoltat această abilitate prin conversații cu prietenii – o folosesc atunci când cineva are o problemă.

Pot găsi informații online – le-am învățat prin utilizarea zilnică a internetului – le folosesc atunci când trebuie să verific sau să învăț ceva.

În timp ce lucrează, încurajați-i să se gândească la diferite aspecte ale vieții lor: școală, casă, prieteni, hobby-uri, sport, voluntariat, activități digitale, muncă sau alte experiențe.

Când termină, rugați fiecare participant să se uite la lista lor și să marcheze trei abilități pe care simt că le folosesc deosebit de bine sau care sunt importante pentru ei.

Partea 3 – Grupul nostru are multe abilități – 20 de minute

Organizați participanții în grupuri de câte trei sau patru. Acordați-le aproximativ 8-10 minute fiecărei persoane pentru a împărtăși pe scurt două sau trei abilități din lista lor și cum le-au dobândit.

Apoi, fiecare grup ar trebui să selecteze împreună cinci abilități diferite care există în cadrul grupului lor mic.

Continuați în plen. Fiecare grup își prezintă cele cinci abilități, iar facilitatorul le notează pe flipchart. Nu este nevoie să scrieți din nou aceleași abilități dacă au fost deja menționate.

Când lista este completă, analizați-o împreună. Probabil va conține multe abilități diferite – comunicare, organizare, utilizarea instrumentelor digitale, scriere, ascultare, muncă creativă, rezolvarea problemelor, lucrul cu oamenii, abilități practice și multe altele.

Apoi, întrebați: „Care dintre aceste abilități ar putea fi utile dacă am dori să începem o activitate sau o inițiativă? Care ne-ar ajuta dacă am dori să rezolvăm o problemă? Care ar fi utile atunci când lucrăm cu alți tineri?”

Nu este nevoie să se asocieze fiecare competență cu o activitate antreprenorială specifică. Scopul este ca participanții să recunoască treptat că multe dintre abilitățile pe care le dețin deja sunt resurse pe care le pot folosi atunci când creează idei, colaborează, iau inițiativă sau doresc să schimbe ceva.

Partea 4 – De la abilitate la oportunitate – 10 minute

Rugați participanții să se uite din nou la cele trei abilități pe care le-au marcat în timpul lucrului individual și să aleagă una.

Pune-le o ultimă întrebare: „Cum aș putea folosi această abilitate pentru ceva ce este important pentru mine – să ajut pe cineva, să contribui la un grup, să inițiez o activitate sau să contribui la schimbarea a ceva?”

Acordați-le câteva minute pentru a reflecta individual și a nota o idee scurtă. Nu se așteaptă de la ei să dezvolte un proiect, o afacere sau o idee antreprenorială completă. Scopul este pur și simplu de a face o primă legătură între ceea ce pot face și ceea ce pot face cu acesta.

Încheiați cu câteva contribuții voluntare și mesajul:

„Acțiunea antreprenorială nu începe doar cu ceea ce ne lipsește. Adesea începe prin a recunoaște ceea ce avem deja și a ne întreba: «Ce pot face cu asta?»”

Conectați sesiunea cu următoarea. Astăzi, participanții au explorat ce pot face și de unde au dobândit aceste abilități. În următoarea sesiune, își vor analiza mai pe larg propriul potențial - experiențele care i-au format, punctele forte personale pe care le au, ceea ce recunosc ceilalți la ei și calitățile pe care ar dori să le dezvolte în continuare.

Note pentru facilitator

Unor participanți le poate fi greu să recunoască imediat ce pot face, în special dacă asociază abilitățile doar cu educația formală, certificatele sau experiența profesională. Ajutați-i cu exemple concrete din viața de zi cu zi și întrebări despre ce fac acasă, cu prietenii, la școală sau la serviciu, în timpul liber, online sau atunci când trebuie să rezolve o problemă practică.

Nu comparați abilitățile participanților și nu faceți o distincție între abilități „mai importante” și „mai puțin importante”. Obiectivul este ca fiecare participant să recunoască faptul că posedă deja abilități dobândite prin diferite experiențe de viață și că acestea pot fi dezvoltate și aplicate în continuare în situații noi.

SESIUNEA 2 – DESCOPERIREA PUNCTELOR MELE FORTE

Prezentare generală a sesiunii

Această sesiune continuă sesiunea precedentă, în care participanții au explorat ce știu deja și ce pot face. Accentul se extinde acum asupra punctelor forte personale, a experiențelor care i-au format și a persoanelor și mediilor care au contribuit la dezvoltarea lor.

Recunoașterea propriilor puncte forte este importantă pentru încrederea în sine și pentru sentimentul de capacitate personală, dar și pentru dezvoltarea unei mentalități antreprenoriale. Pentru a lua inițiativa, a propune o idee, a încerca ceva nou sau a contribui la schimbare, un tânăr nu trebuie să fie bun la toate. Mai important este să recunoască pe ce se poate baza, cu ce poate contribui și ce ar dori să dezvolte în continuare.

Punctele forte se dezvoltă și devin vizibile prin experiențele noastre, relațiile cu ceilalți, provocările cu care ne-am confruntat și situațiile în care am acționat. În același timp, alte persoane recunosc uneori în noi calități și abilități pe care noi înșine nu le observăm. Prin reflecție personală, povestiri, feedback de la colegi și prin analizarea lor înșiși din perspective diferite, participanții vor dobândi o imagine mai amplă asupra propriului potențial și a resurselor pe care le au deja cu ei.

Durată: 105 minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți exemple din școală, familie, prietenii, sport, hobby-uri și activități cu colegii. **19–24 ani:** Includeți exemple din studii, muncă, voluntariat, activități pentru tineret și îndeplinirea independentă a sarcinilor. **25–29 ani:** Conectați exemplele cu munca, dezvoltarea profesională, proiectele independente, leadershipul și activitățile comunitare.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să recunoască calitățile și punctele forte personale pe care le posedă deja;
- să reflecteze asupra experiențelor, oamenilor și mediilor care au contribuit la ceea ce sunt astăzi;
- să își conecteze abilitățile și punctele forte cu experiențe de viață specifice;
- să recunoască persoanele și sursele de sprijin pe care se pot baza;
- să identifice calități și abilități pozitive pe care ceilalți le recunosc la ei;

- să reflecteze asupra modului în care se văd pe ei înșiși, cum cred că îi văd ceilalți și cum ar dori să fie recunoscuți;
- să își recunoască aspectele propriului potențial pe care ar dori să le dezvolte în continuare.

Materiale necesare

Flipchart, markere, coli mai mari de hârtie pentru desenarea Arborele Vieții, coli A4, pixuri sau markere, bandă adezivă sau alt material pentru lipirea foilor și trei scaune.

Pregătirea facilitatorului

Înainte de sesiune, pregătiți un exemplu simplu de **Copac al Vieții** pentru a-l arăta participanților. Marcați rădăcinile, pământul din jurul copacului, trunchiul, ramurile, frunzele și fructele. Scopul exemplului este de a explica activitatea, nu de a demonstra cum „ar trebui” să arate copacul cuiva. De asemenea, pregătiți materialele pentru activitate, cu coli A4 și trei scaune pentru activitatea principală finală.

Sesiunea implică reflecție personală și împărtășire, așa că subliniați încă de la început faptul că participanții decid singuri ce vor să împărtășească cu ceilalți și că nu există răspunsuri corecte sau greșite.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – Arborele Vieții: Cine sunt eu și ce m-a format? – 45 de minute

Explicați că fiecare participant își va crea propriul **Arbore al Vieții**. Subliniați că acesta nu este un exercițiu de desen. Arborele servește drept bază prin care participanții vor reflecta și vor vorbi despre diferitele experiențe, persoane, abilități și calități care fac parte din povestea lor.

Arătați exemplul pregătit, apoi dați fiecărui participant o foaie mai mare de hârtie și un marker și rugați-i să deseneze un copac simplu.

În ceea ce privește **rădăcinile** - scrie de unde provin și ce i-a format – locuri, familie, cultură, oameni, grupuri, organizații, experiențe sau alte influențe care au contribuit la a-i face oamenii care sunt astăzi.

Pe **pământul din jurul copacului**, - scrie activitățile și lucrurile care fac parte din viața lor astăzi – interese, hobby-uri, școală sau studii, muncă, voluntariat, sport, socializare, activități comunitare, activități digitale sau alte lucruri cărora le dedică timp.

Pe **cufăr** - să își scrie talentele și abilitățile. Reamintiți-le de sesiunea anterioară și încurajați-i să se gândească la abilitățile pe care le-au dobândit și în afara educației formale. De asemenea, pot include ceva în care cred că au potențial și pe care l-ar putea dezvolta în continuare.

Pe **ramuri** - să își scrie speranțele, dorințele și lucrurile în care ar dori să crească în viitor. Acestea pot fi personale, educaționale, profesionale sau legate de ceva ce ar dori să creeze, să înceapă sau să schimbe. În această etapă, nu este nevoie să își detalieze obiectivele sau pașii pentru atingerea lor.

Pe **frunze** - să scrie numele persoanelor care sunt importante pentru ei și care îi susțin sau de la care pot învăța. Aceștia pot fi membri ai familiei, prieteni, profesori, colegi, mentori, lucrători de tineret sau alte persoane care au un rol pozitiv în viața lor.

Pe **fructe** - să scrie punctele forte personale pe care le recunosc la ei înșiși și care îi pot ajuta în diferite situații din viață. Dacă au nevoie de inspirație, dați exemple precum curiozitatea, creativitatea, perseverența, responsabilitatea, răbdarea, curajul, ingeniozitatea, empatia, deschiderea, independența, flexibilitatea, atenția, calmul, dorința de a învăța, spiritul de cooperare, inițiativa și organizarea.

După ce au terminat de realizat copacii, organizați participanții în grupuri mici de câte trei sau patru. Invitați-i să spună povestea copacului lor, în loc să enumere pur și simplu lucrurile pe care le-au scris. Fiecare persoană decide ce părți dorește să împărtășească. Încurajați-i pe ceilalți să asculte cu atenție, fără a-i întrerupe, compara sau judeca.

La final, întrebați pe scurt: „Ce ați observat în timp ce vă creați copacul? Ați descoperit ceva despre voi înșivă la care nu v-ați gândit înainte? Cum sunt legate experiențele prin care am trecut cu ceea ce putem face și cu punctele forte pe care le avem astăzi?”

Partea a 2-a – Ce recunosc ceilalți la mine? – 20 de minute

Dați fiecărui participant o foaie de hârtie A4 și ajutați-l să o prindă pe spate.

Explicați că toată lumea se va mișca prin cameră și va scrie pe foile celorlalți participanți ceva pozitiv pe care îl recunosc sau îl apreciază la acea persoană.

Poate fi ceva ce au observat în timpul instruirii sau ceva ce știu deja despre persoana respectivă, de exemplu: ești un bun ascultător, ești responsabil, știi cum să-i încurajezi pe ceilalți, ești creativ, ești calm, ai idei bune, ești perseverent, ajuți când cineva are nevoie, lucrezi bine cu ceilalți.

Subliniați faptul că comentariile ar trebui să se refere la caracterul, calitățile, abilitățile sau comportamentul persoanei, nu la aspectul său fizic.

Acordați-le suficient timp pentru a se mișca prin cameră și a scrie mesaje pentru mai mulți participanți. Nu este necesar ca fiecare persoană să scrie câte ceva, mai ales dacă grupul este mai mare.

Participanții scot apoi foile și citesc mesajele individual. Acordați-le câteva minute pentru a reflecta, apoi întrebați: „Există ceva pe foaie pe care îl recunoașteți și voi ca fiind unul dintre punctele voastre forte? V-a surprins ceva? Au observat și alții ceva la voi la care nu v-ați gândit anterior ca la un punct forte? Există ceva pe care îl considerați a fi unul dintre punctele voastre forte și care nu a apărut pe foaie?”

Explică faptul că uneori alții pot observa o calitate pe care noi înșine o considerăm de la sine înțeleasă. Pe de altă parte, noi înșine ne cunoaștem propriile experiențe, eforturi și abilități pe care alții poate nu au avut ocazia să le vadă. Prin urmare, atât propria noastră perspectivă, cât și perspectivele celorlalți ne pot ajuta să ne recunoaștem mai bine potențialul.

Partea a 3-a – Cele trei scaune: Cum mă văd eu și cum mă văd ceilalți? – 30 de minute

Așezați trei scaune în fața grupului și explicați că fiecare reprezintă o perspectivă diferită din care participanții vor vorbi despre ei înșiși. Fiecare participant se așează pe rând pe cele trei scaune și vorbește pe scurt din perspectiva reprezentată de fiecare scaun.

Primul scaun – „Cum mă văd pe mine însumi.” Participantul vorbește la persoana întâi despre sine, despre calitățile și punctele forte pe care le recunoaște la sine și despre ceea ce apreciază la sine.

Al doilea scaun – „Cum cred că mă văd ceilalți.” Participantul se mută pe al doilea scaun și vorbește despre sine din perspectiva oamenilor care îl cunosc. Poate reflecta asupra a ceea ce a gândit anterior, dar și asupra mesajelor pe care tocmai le-a citit pe foaia sa. Participantul vorbește din nou în nume propriu; ceilalți nu adaugă, nu corectează și nu răspund în numele său.

Al treilea scaun – „Cum mi-ar plăcea să mă vadă ceilalți”. Participantul vorbește despre calitățile și punctele forte pentru care ar dori să fie recunoscut și ce ar dori să dezvolte în continuare la sine.

Acordați fiecărui participant puțin timp pe fiecare scaun. Nu întrerupeți cu întrebări suplimentare și nu transformați activitatea într-un interviu. Scopul este ca participanții să vorbească singuri și să experimenteze diferența dintre cele trei perspective.

După ce toată lumea a trecut prin cele trei scaune, organizați o scurtă reflecție comună. Întrebați dacă s-a simțit diferit vorbind despre ei înșiși din cele trei poziții și dacă au recunoscut ceva nou despre ei înșiși în timpul activității.

Partea 4 – Reflecție și analiză finală – 10 minute

Rugați participanții să reflecteze asupra întregii sesiuni – Arborele Vieții lor, mesajele pe care le-au primit de la alții și experiența lor cu cele trei scaune. Întrebați: „Ce lucru nou am recunoscut la mine astăzi? Pe care dintre punctele mele forte mă pot baza? Au recunoscut alții ceva la mine pe care eu însumi nu l-am observat? Ce aș dori să dezvolt în continuare?”

Invită mai mulți participanți să împărtășească în mod voluntar.

Conectați discuția cu acțiunea antreprenorială. Atunci când dezvoltăm o idee, luăm inițiativa, lucrăm cu alții sau încercăm să creăm ceva nou, nu începem de la zero. Aducem cu noi experiențe, abilități, puncte forte personale, oameni pe care ne putem baza și capacitatea de a continua să învățăm și să ne dezvoltăm.

Încheiați cu mesajul că propriul nostru potențial nu este ceva fix. Ceea ce putem face deja și punctele forte pe care le avem sunt resurse pe care ne putem baza, dar, în același timp, putem dezvolta noi abilități prin experiență, practică, învățare și lucrul cu ceilalți.

În prima sesiune, participanții au reflectat asupra a ceea ce pot face, în timp ce în această sesiune au explorat ce i-a format, care sunt punctele lor forte, ce recunosc alții la ei și ce ar dori să dezvolte în continuare. Următorul pas este să privească spre viitor și să se gândească la ce vor să realizeze, să învețe, să creeze sau să schimbe și cum pot începe să se miște în această direcție. Acesta va fi punctul central al Sesiunii 3 – „Obiectivele mele, visele mele”.

Note pentru facilitator

„Pomul Vieții” poate deschide calea către subiecte personale sau sensibile, așa că nimeni nu ar trebui să fie obligat să scrie sau să împărtășească ceva ce ar prefera să păstreze pentru sine. Subliniați faptul că nu există o modalitate „corectă” de a crea pomul și că calitatea desenului nu este importantă.

În timpul activității, cu foile atașate pe spatele participanților, subliniați clar faptul că aceștia ar trebui să scrie doar mesaje pozitive și respectuoase legate de calități, abilități sau comportament, și nu comentarii despre aspectul fizic. Asigurați-vă că niciun participant nu rămâne cu o foaie goală sau aproape goală; dacă este necesar, organizați mișcarea astfel încât toată lumea să primească mai multe mesaje.

În timpul activității cu trei scaune, permiteți participanților să vorbească singuri, din fiecare perspectivă. Ceilalți ascultă fără să comenteze, iar facilitatorul nu ar trebui să ghideze activitatea printr-o serie de întrebări. Dacă grupul este mare, activitatea poate fi organizată în grupuri mai mici, astfel încât toată lumea să aibă suficient timp pentru a participa.

SESIUNEA 3 – OBIECTIVELE MELE, VISELE MELE**Prezentare generală a sesiunii**

În cele două sesiuni anterioare, participanții au explorat ce pot face deja și ce puncte forte personale posedă. Această sesiune le îndreaptă atenția către viitor – unde vor să ajungă, ce vor să realizeze, să învețe, să creeze sau să schimbe și ce fel de persoană vor să devină.

A te gândi la viitor nu înseamnă că tinerii ar trebui să aibă deja un plan clar de viață sau profesional. Interesele, oportunitățile și prioritățile lor se pot schimba. Mai important este să recunoască ce contează pentru ei, ce îi motivează și cum o dorință sau un vis poate fi transformat treptat într-o direcție de acțiune.

Acest lucru este important și pentru dezvoltarea unei mentalități antreprenoriale. Viziunea ne ajută să ne imaginăm ceva ce nu există încă, un obiectiv ne oferă direcție, iar pașii concreți ne ajută să începem să ne îndreptăm către acesta. Pe parcurs, folosim abilitățile și punctele forte pe care le avem deja, recunoaștem oamenii și resursele care ne pot ajuta, depășim obstacolele și adaptăm planul atunci când este necesar.

Durată: 90 de minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți exemple legate de învățare, educație, hobby-uri, noi abilități și activități cu colegii.

19–24 ani: Includeți exemple legate de educație, muncă, independență, voluntariat, idei antreprenoriale și inițiative ale tinerilor.

25–29 ani: Conectați obiectivele cu dezvoltarea profesională, munca, antreprenoriatul, proiectele independente, leadershipul și activitățile comunitare.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să reflecteze asupra propriilor vise, obiective și aspirații și asupra felului de persoană care doresc să devină;
- să recunoască modul în care interesele, abilitățile și obiectivele lor se pot dezvolta și schimba în timp;
- să distingă între un vis sau o dorință și un obiectiv spre care pot face pași concreți;
- să conecteze unul dintre obiectivele lor cu abilitățile și punctele forte pe care le posedă deja;
- să recunoască persoanele și resursele care îi pot ajuta, precum și posibilele obstacole de pe parcurs;
- să identifice pași concreți care îi pot aduce mai aproape de obiectivul ales;
- să recunoască faptul că planurile pot fi adaptate pe baza noilor experiențe și informații.

Materiale necesare

Flipchart, markere, coli A4, pixuri și cinci fișe cu sarcini pregătite pentru activitatea de grup.

Pregătirea facilitatorului

Pregătiți cinci sarcini scurte de grup pentru activitatea „Spre scopul meu” și plasați-le în locuri diferite din cameră. Sarcinile ar trebui să necesite treptat mai multă colaborare, comunicare sau creativitate. Pentru activitatea „Harta obiectivului meu”, pregătiți un exemplu simplu pe un flipchart al unei căi care începe din „Acum” și duce spre „Scopul meu”, cu mai mulți pași pe parcurs și spațiu în jurul acesteia pentru ceea ce participantul are deja, sprijin și resurse, precum și pentru posibilele obstacole.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – De unde vin și unde vreau să ajung – 15 minute

Dați fiecărui participant o foaie de hârtie A4 și rugați-i să deseneze o cronologie simplă cu trei puncte: Acum cinci ani – Astăzi – Peste cinci ani. Explicați că scopul nu este de a face o predicție exactă despre viitorul lor, ci de a reflecta asupra cât de mult se pot schimba interesele, abilitățile și aspirațiile noastre în timp.

La primul punct, rugați-i să reflecteze: „Ce voiam să fac acum cinci ani? La ce eram bun? Ce era important pentru mine?” La al doilea: „Ce vreau să fac astăzi? Ce pot face astăzi ce nu puteam face atunci? Ce este important pentru mine acum?” La al treilea punct, rugați-i să încerce să se imagineze peste cinci ani: „Ce fel de persoană aș vrea să fiu? Ce aș vrea să pot face? Ce aș vrea să fac, să creez sau să realizez? Există ceva în jurul meu cu care aș vrea să contribui sau să schimb?”

Acordați-le câteva minute pentru lucru individual și apoi invitați mai mulți voluntari să împărtășească ceva din cronologia lor. Continuați cu întrebările: „Cât de mult v-ați schimbat în ultimii cinci ani? Puteți face astăzi ceva ce acum cinci ani nici nu v-ați imaginat că veți putea face? Ce ne spune asta despre ceea ce putem învăța, face sau realiza în următorii cinci ani?”

Explicați că abilitatea de a ne imagina ceva ce ne-ar plăcea să existe în viitor este legată de viziune. Viziunea nu este un plan fix sau o predicție, ci ne ajută să recunoaștem direcția în care am dori să ne mișcăm.

Partea a 2-a – Către obiectivul meu – 25 de minute

Împărțiți participanții în echipe de cinci până la șase persoane. Explicați că un capăt al camerei reprezintă locul în care se află acum, în timp ce celălalt reprezintă simbolic atingerea unui obiectiv. Pentru a atinge obiectivul, echipele trebuie să îndeplinească cinci sarcini scurte în secvență. Pot trece la următoarea sarcină doar după ce cea anterioară a fost finalizată.

Sarcinile pot fi, de exemplu:

- să se alinieze în funcție de luna nașterii, fără să vorbească;
- să găsească cinci lucruri pe care le au în comun;
- să creeze un slogan scurt pentru echipa lor;
- să construiască un avion de hârtie care zboară pe o distanță specificată;
- să mute împreună un obiect dintr-un punct în altul, conform unei reguli stabilite de facilitator.

Nu contează care echipă termină prima. Accentul se pune pe procesul prin care trec pentru a atinge obiectivul.

Când toată lumea a terminat, discutați experiența: „Care sarcină a fost cea mai ușoară și care a fost cea mai dificilă? Ce ați făcut când ceva nu a funcționat prima dată? A existat un moment în care a trebuit să vă schimbați abordarea? Ce abilități și puncte forte din cadrul echipei v-au ajutat? Au contribuit toți membrii în același mod? Ce v-a ajutat să ajungeți la final?”

Apoi, conectați activitatea cu obiective din viața reală și întrebați: „Ce poate face calea către un obiectiv mai dificilă? Ce putem face atunci când planul inițial nu funcționează? Cine sau ce ne poate ajuta?” Explicați că atingerea diferitelor obiective poate necesita resurse diferite, cum ar fi timp, informații, cunoștințe, abilități, oameni, contacte, spațiu, echipamente, instrumente digitale, sprijin și uneori bani.

Încheiați cu mesajul: „Rareori atingem un obiectiv într-o linie perfect dreaptă. Uneori trebuie să încercăm pe o cale diferită, să învățăm ceva nou, să cerem ajutor sau să adaptăm planul.”

Partea 3 – Harta obiectivului meu – 30 de minute

Explicați că în activitatea anterioară, participanții au văzut că drumul către un obiectiv constă de obicei în mai mulți pași și că pot apărea obstacole pe parcurs, dar pot exista și persoane, resurse și abilități care ne pot ajuta.

Acum, fiecare participant își va crea propria hartă a unui obiectiv. Dați-le coli A4 și rugați-i să scrie sau să deseneze ceva ce este important în prezent pentru ei și pe care ar dori să îl realizeze, să îl învețe, să îl creeze sau să îl schimbe. Obiectivul nu trebuie să fie profesional sau antreprenorial. Poate avea legătură cu educația, dezvoltarea personală, învățarea unei noi abilități, munca, o mai mare independență, crearea a ceva, începerea unei activități sau ceva la care ar dori să contribuie sau să schimbe. Mai întâi, rugați-i să reflecteze: „De ce este acest obiectiv important pentru mine?”

Apoi, rugați-i să deseneze o cale de la locul în care se află acum până la obiectivul ales și, de-a lungul căii, să marcheze câțiva pași pe care i-ar putea face pentru a se apropia treptat de aceasta. Explicați-le că nu trebuie să cunoască întreaga cale în avans și nici nu trebuie ca pașii să fie perfect planificați. Scopul este de a se gândi la modul în care o dorință sau o aspirație mai mare poate fi transformată în activități mai mici și mai concrete.

De exemplu, dacă cineva dorește să-și înființeze propriul serviciu într-o zi, pașii posibili ar putea include cercetarea necesității unui astfel de serviciu, discuția cu cineva cu experiență similară, învățarea unei abilități care îi lipsește și încercarea unei versiuni mai mici a serviciului. Dacă cineva dorește să contribuie la rezolvarea unei probleme din comunitatea sa, pașii posibili ar putea include discuția cu alți tineri, colectarea mai multor informații despre problemă, verificarea cine lucrează deja la această problemă și propunerea unei mici activități comune.

După ce au marcat calea, rugați-i să adauge trei elemente importante în jurul acesteia. La secțiunea „Ce am deja?”, rugați-i să revină la cele două sesiuni anterioare și să noteze abilitățile și punctele forte personale care îi pot ajuta. La secțiunea „Cine sau ce mă poate ajuta?”, rugați-i să se gândească la persoane, grupuri, informații, cunoștințe, timp, contacte, instrumente digitale, echipamente, spațiu, resurse financiare sau de altă natură de care ar putea avea nevoie. La secțiunea „Ce mi-ar putea sta în cale?”, rugați-i să identifice unul sau două posibile obstacole sau provocări și ce ar putea face dacă acestea apar.

Încurajați-i să se gândească la obstacole prin întrebări precum: „Pot găsi o altă cale? Îmi lipsesc informații sau o abilitate? Cine mă poate ajuta? Trebuie să schimb unul dintre pași?”

La final, rugați-i să se uite la întreaga hartă și să marcheze primul pas pe care îl pot începe în mod realist. Spuneți-le: „Nu trebuie să știți astăzi cum veți ajunge la final. Uitați-vă la obiectiv, la ceea ce aveți deja, la resurse și la posibilele obstacole și alegeți pasul cu care puteți începe.”

Partea 4 – Împărtășește, întreabă, îmbunătățește – 10 minute

Organizați participanții în perechi. Fiecare persoană poate, dacă dorește, să își împărtășească obiectivul și o parte din harta sa. Explicați că rolul partenerului nu este de a judeca dacă obiectivul este „bun” sau

de a-i spune celeilalte persoane ce ar trebui să facă, ci de a o ajuta să se gândească la întrebări precum: „Care dintre acești pași îl puteți începe cel mai ușor? Ce aveți deja care vă poate ajuta? Cine v-ar putea ajuta? Ce ați putea face dacă primul plan nu funcționează? Există o altă modalitate de a ne apropia de același obiectiv?”

După conversație, acordați-le puțin timp pentru a adăuga sau schimba ceva pe harta lor, dacă conversația le-a oferit o idee nouă. În acest fel, participanții învață unii de la alții punând întrebări, împărtășind perspective diferite și îmbunătățindu-și propriile idei.

Partea 5 – Reflecție și analiză finală – 10 minute

Aduceți participanții înapoi în cerc și discutați câteva întrebări: „Ce se schimbă atunci când descompunem ceva ce ne dorim în pași concreți? Trebuie să cunoaștem întreaga cale înainte de a începe? Ce din ceea ce aveți deja – abilitățile, punctele forte sau oamenii din jurul vostru – vă poate ajuta? Ce ne poate ajuta să mergem mai departe atunci când ceva nu merge conform planului? Este în regulă ca obiectivele noastre să se schimbe în timp?”

Încheiați cu mesajul: „Un vis ne ajută să ne imaginăm ce ne-am dori să fie posibil. Un obiectiv ne oferă direcție, iar pașii concreți ne ajută să începem. Nu trebuie să cunoaștem întreaga cale în avans. Putem începe cu ceea ce avem deja, să învățăm, să căutăm sprijin, să încercăm lucruri și să adaptăm calea pe măsură ce avansăm.”

Prin aceasta, reunește calea parcursă prin primele trei sesiuni: ce pot face → pe ce mă pot baza → unde vreau să ajung și cum pot începe. Participanții au acum trei puncte de plecare importante: abilitățile pe care le posedă deja, punctele forte personale pe care se pot baza și o direcție în care doresc să se îndrepte. În următorul modul, atenția se va muta treptat de la ei înșiși către mediul din jurul lor, nevoile și problemele pe care le observă și oportunitățile pe care le pot descoperi în cadrul acestuia.

Note pentru facilitator

Nu le cereți participanților să aibă un obiectiv „mare”, profesional sau antreprenorial și nu judecați dacă obiectivul cuiva este suficient de ambițios. Un obiectiv semnificativ poate fi legat de învățare, dezvoltare personală, o mai mare independență, muncă, antreprenariat sau contribuție la comunitate. Nu insistați ca participanții să își împărtășească obiectivele personale. În timpul lucrului în perechi, încurajați **întrebările mai degrabă decât sfaturile**. Reamintiți-le că schimbarea unui obiectiv sau a unui plan pe baza unor experiențe, informații sau oportunități noi nu înseamnă eșec, ci este o parte naturală a învățării și dezvoltării.

MODULUL 2 – LOCUL MEU ÎN COMUNITATE

Prezentare generală a modului

Abilitățile antreprenoriale nu se referă doar la capacitatea de a dezvolta și implementa propria idee, ci și la capacitatea **de a observa mediul, de a recunoaște nevoile și oportunitățile, de a lua inițiativa și de a crea valoare pentru ceilalți**. Comunitatea este un spațiu important în care tinerii pot recunoaște ce contează pentru ei, cum ar dori să fie diferiți și unde pot contribui.

După primul modul, în care participanții și-au explorat propriile abilități, puncte forte, obiective și aspirații, acest modul lărgeste perspectiva **de la individ la comunitate**. Participanții reflectă asupra a ceea ce înseamnă comunitatea pentru ei, asupra modului în care percep mediul în care trăiesc, asupra valorilor pe care le au în cadrul acestuia și asupra problemelor, nevoilor și provocărilor pe care le observă.

Comunitatea nu este văzută doar ca un loc unde există probleme. Ea are, de asemenea, **oameni, cunoștințe, relații, organizații, spații, inițiative și alte resurse** pe care se poate construi. Prin urmare, participanții sunt încurajați să observe mediul lor din perspective multiple – pentru a recunoaște ce funcționează deja, ce contează pentru oameni, ce lipsește și ce ar putea fi îmbunătățit. În acest fel, ei învață că recunoașterea oportunităților nu începe doar cu întrebarea „Care este problema?”, ci și cu întrebările „**Ce avem deja?**”, „**De ce au nevoie oamenii?**” și „**Unde există loc pentru a face ceva mai bine?**”.

Prin urmare, modulul începe prin explorarea **propriei comunități**. În prima sesiune, participanții reflectă asupra a ceea ce înseamnă comunitatea pentru ei, ce prețuiesc în ea, ce persoane și resurse recunosc și ce nevoi, probleme și provocări observă. Accentul se pune pe **observare, ascultare și înțelegere**, fără a trece imediat la propunerea de soluții. În a doua sesiune, accentul se mută de la „**Ce văd în comunitatea mea?**” la „**Care poate fi rolul meu?**”. Participanții explorează ce înseamnă să fii un factor de schimbare și diferitele moduri în care tinerii pot lua inițiativa, se pot conecta cu ceilalți și pot contribui la ceva care contează pentru ei.

În același timp, modulul subliniază importanța **diferitelor perspective în cadrul comunității**. Ceea ce o persoană resimte ca o problemă, o nevoie sau o oportunitate poate să nu fie perceput în același mod de către ceilalți. Prin conversații și schimburi de experiențe cu colegii, tinerii învață să nu se bazeze exclusiv pe propriile presupuneri, ci să asculte, să pună întrebări și să încerce să înțeleagă mai bine experiențele și nevoile celorlalți.

În acest fel, modulul conectează potențialul personal explorat în modulul anterior cu mediul înconjurător mai larg. Întrebarea nu mai este doar „**Ce pot face?**”, ci și „**Ce observ în jurul meu și cum poate ceea ce știu și pot face să devină o resursă pentru ceva ce contează pentru noi?**”

De ce este important acest subiect?

Dezvoltarea abilităților antreprenoriale necesită ca tinerii să învețe să privească **dincolo de propriile idei și experiențe** și să acorde atenție oamenilor și mediului din jurul lor. Capacitatea de a recunoaște o nevoie, o provocare sau o oportunitate este unul dintre fundamentele creării unei inițiative care este semnificativă și creează valoare pentru ceilalți.

Ideile de schimbare sunt mai semnificative atunci când apar din **experiențe, nevoi și probleme reale din cadrul comunității**, mai degrabă decât doar din presupuneri despre ceea ce au nevoie alții. Prin urmare, este important ca tinerii să dezvolte capacitatea de a observa, de a asculta perspective diferite și de a înțelege situația înainte de a începe să se gândească la ce s-ar putea face.

Constatările **evaluării nevoilor realizate în cadrul proiectului CYBER Change** subliniază necesitatea ca tinerii să aibă mai multe oportunități de învățare practică, participare activă, luare de inițiativă și dezvoltare a abilităților prin situații din viața reală. În același timp, barierele identificate, cum ar fi **lipsa încrederii în sine, teama de eșec, sprijinul limitat și incertitudinea cu privire la următorii pași**, indică faptul că este important ca tinerii să experimenteze treptat că pot avea un rol activ și că schimbarea poate începe cu pași mici, realizabili.

Prin urmare, acest modul creează o tranziție de la recunoașterea propriului potențial la **observarea mediului, înțelegerea a ceea ce contează pentru oameni și recunoașterea locurilor unde există spațiu pentru inițiativă și schimbare pozitivă**.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul modului, participanții vor fi capabili să:

- să reflecteze asupra diferitelor sensuri ale comunității și asupra locului lor în cadrul acesteia;
- să recunoască aspectele pozitive, resursele, nevoile și provocările din mediul în care trăiesc;
- să privească comunitatea din perspective diferite, nu doar prin propria experiență;
- să recunoască problemele și subiectele care sunt importante pentru ei și pentru alți tineri;
- să înțeleagă ce înseamnă să fii un factor de schimbare și să recunoască diferitele modalități în care tinerii pot contribui;
- să conecteze propria inițiativă și abilitățile antreprenoriale cu crearea de valoare și schimbare pozitivă în comunitate;
- să recunoască modul în care colaborarea și acțiunea comună pot contribui la schimbări pozitive.

Competențe antreprenoriale cheie

Modulul contribuie în special la dezvoltarea **recunoașterii oportunităților**, deoarece participanții învață să observe mai atent mediul înconjurător și să identifice nevoile, provocările, resursele și domeniile de îmbunătățire; la **dezvoltarea inițiativei**, prin recunoașterea faptului că ei înșiși pot iniția sau contribui la

o activitate; și la **dezvoltarea viziunii**, prin reflecția asupra a ceea ce și-ar dori să fie diferit în comunitatea lor.

În același timp, se dezvoltă **colaborarea și capacitatea de a mobiliza pe ceilalți**, deoarece crearea schimbării este rareori rezultatul acțiunilor unei singure persoane. Participanții încep să vadă comunitatea nu doar ca pe un loc în care există nevoi sau provocări, ci și ca pe o sursă de **oameni, idei, cunoștințe, relații și alte resurse cu care pot colabora**.

Aceste competențe stau la baza a ceea ce urmează în Manual. Atunci când tinerii sunt capabili să observe mai atent mediul înconjurător, să asculte perspective diferite și să recunoască nevoile, resursele și domeniile de îmbunătățire, ei pot avansa mai ușor către **o înțelegere mai profundă a nevoilor, recunoscând oportunitățile și dezvoltând idei care creează valoare pentru ceilalți**.

Cum învață participanții

Activitățile din cadrul modulului combină **observarea, reflecția individuală, lucrul în perechi și în grupuri mici, cartografierea, schimbul de experiențe și discuțiile de grup**. Participanții explorează comunitatea prin propriile experiențe, ascultând în același timp perspectivele colegilor lor și învățând că același mediu poate fi experimentat diferit de către persoane diferite.

Învățarea între egali este deosebit de importantă deoarece le permite tinerilor să exploreze comunitatea **împreună cu semenii lor, nu doar să se gândească la ei**. Prin schimbul de experiențe, adresarea de întrebări și reflecția împreună, aceștia pot recunoaște mai bine ce contează pentru diferiți tineri, ce resurse există deja și unde există loc de îmbunătățiri. În același timp, lucrul împreună îi ajută să recunoască faptul că schimbarea pozitivă nu trebuie să fie un proces individual, ci poate începe prin **conectare, colaborare și luarea de inițiative împreună**.

SESIUNEA 1 – COMUNITATEA MEA

Prezentare generală a sesiunii

Pentru a dezvolta idei și inițiative semnificative pentru ceilalți, tinerii trebuie să fie capabili să observe cu atenție mediul în care trăiesc și să recunoască ce există deja, ce contează pentru oameni, ce resurse sunt disponibile și unde există nevoi, provocări sau loc de îmbunătățire.

Această sesiune îi ajută pe participanți să privească comunitatea lor din perspective diferite. Ei explorează ce înseamnă comunitatea pentru ei, ce prețuiesc în ea, ce oameni, locuri, organizații și alte resurse recunosc, dar și ce le lipsește tinerilor, ce dificultăți se confruntă și ce ar putea fi îmbunătățit.

O parte importantă a sesiunii este recunoașterea faptului că nu toată lumea experimentează aceeași comunitate în același mod. Ceea ce este accesibil, util sau sigur pentru un tânăr poate să nu fie la fel pentru altul. Prin cartografiere, lucru în grupuri mici și compararea diferitelor perspective, participanții exersează observarea, ascultarea și evitarea presupunerilor bazate exclusiv pe propria experiență.

În contextul competențelor antreprenoriale, acesta este un pas important către recunoașterea oportunităților. În această etapă, însă, nu se așteaptă ca participanții să propună soluții sau să dezvolte idei concrete. Scopul este, în primul rând, de a înțelege mai bine mediul și de a recunoaște că nevoile, provocările și resursele subutilizate pot deveni ulterior un punct de plecare pentru crearea de valoare și luarea de inițiative.

Durată: 60 de minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Concentrare pe școală, cartier, locuri de socializare, sport, timp liber și probleme care îi afectează în mod direct pe tineri. **19–24 ani:** Includeți educația, munca, activitățile pentru tineri, spațiile culturale și publice și oportunitățile de participare. **25–29 ani:** De asemenea, conectați discuția cu ocuparea forței de muncă, servicii, inițiative locale, oportunități profesionale și participarea la dezvoltarea comunității.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să reflecteze asupra a ce înseamnă comunitatea pentru ei și unde își văd propriul loc în cadrul acesteia;
- să recunoască persoane, locuri, organizații și alte resurse care există în comunitatea lor;
- să identifice lucrurile pe care le prețuiesc, precum și nevoile, problemele și provocările pe care le observă;
- să recunoască faptul că persoane diferite pot percepe aceeași comunitate în mod diferit;
- să coreleze capacitatea de a observa și de a înțelege mediul în care trăiesc cu identificarea oportunităților de acțiune viitoare.

Materiale necesare

Foi mari de hârtie sau hârtie de flipchart pentru fiecare grup, markere, bilețele autoadezive și un flipchart pentru discuția comună.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – Ce este o comunitate? – 10 minute

Începeți cu întrebarea: „Când auziți cuvântul comunitate, care este primul lucru care vă vine în minte?”

Scrieți răspunsurile pe flipchart. Participanții pot menționa un cartier, un sat sau un oraș, o școală, prieteni, un grup de tineri, un club sportiv, o organizație, o comunitate online sau un alt grup din care simt că aparțin.

Folosind exemplele lor, explicați că o comunitate nu este doar un loc fizic. Poate fi un spațiu, un grup de oameni sau o rețea în care oamenii sunt conectați prin locul în care trăiesc, prin interese, experiențe sau activități comune.

Apoi, întrebați: „Toți tinerii trăiesc aceeași comunitate în același mod?”

Folosește mai multe răspunsuri pentru a sublinia faptul că ceea ce este accesibil, sigur, interesant sau util pentru un tânăr poate să nu fie la fel pentru altul. Vârsta, locul în care locuiește cineva, interesele, oportunitățile, abilitățile diferite și circumstanțele de viață pot influența modul în care cineva își percepe mediul. Prin urmare, atunci când încercăm să înțelegem o comunitate, este important să nu presupunem că experiența noastră personală este experiența tuturor.

Partea a 2-a – Harta comunității noastre – 25 de minute

Împărțiți participanții în grupuri mici de câte patru până la cinci persoane. Dați fiecărui grup o foaie mare de hârtie și markere.

Dacă participanții provin din comunități, cartiere, orașe sau sate diferite, organizați grupurile, acolo unde este posibil, astfel încât participanții din același mediu sau din medii similare să lucreze împreună. Dacă acest lucru nu este posibil, grupul poate alege o comunitate pe care mai mulți membri o cunosc bine sau poate crea o hartă comună care reflectă experiențele din mai multe comunități, marcând clar unde apar diferențele. În acest caz, subliniați că scopul nu este de a prezenta toate comunitățile ca fiind la fel, ci de a compara experiențele diferite ale tinerilor și de a recunoaște resursele, nevoile și provocările comune și specifice.

Explicați că, în următoarele 15 minute, fiecare grup va crea o hartă a comunității din perspectiva tinerilor. Harta nu trebuie să reprezinte orașul, cartierul sau satul cu acuratețe geografică. Scopul său este de a arăta ce recunosc participanții ca fiind important pentru viața tinerilor din comunitatea lor.

Acestea pot include locuri, persoane, instituții, organizații, grupuri, activități și alte resurse de pe hartă. Acestea pot include școli, parcuri, terenuri de sport, centre de tineret sau culturale, biblioteci, organizații locale, locuri unde tinerii socializează, spații online, inițiative locale sau persoane pe care tinerii le pot aborda.

Rugați-i să folosească harta pentru a reflecta asupra a patru întrebări: Ce prețuim în comunitatea noastră? Ce oameni, locuri și resurse sunt importante? Ce lipsește sau creează dificultăți pentru tineri? Ce ne-am dori să fie mai bun sau diferit?

Dacă în cadrul grupului sunt reprezentate mai multe comunități diferite, încurajați participanții să marcheze ce au în comun și ce este diferit. De exemplu, pot folosi diferite simboluri, marcaje sau secțiuni ale foii pentru a arăta că o anumită resursă, oportunitate sau problemă există doar în anumite comunități.

Pot folosi cuvinte, simboluri, desene, săgeți sau diferite marcaje. Nu există un singur mod corect în care ar trebui să arate harta.

În timp ce grupurile lucrează, încurajați-i cu întrebări precum: Unde își petrec tinerii timpul? Unde pot învăța ceva sau pot primi sprijin? Cine organizează activități pentru tineri? Unde își pot exprima tinerii opiniile? Ce funcționează bine? Ce lipsește? Există ceva util care nu este folosit suficient? Au toți tinerii acces egal la ceea ce există? Este același lucru în toate comunitățile din care proveniți? Unde observați cele mai mari diferențe?

În ultimele minute ale lucrului în grup, rugați participanții să analizeze întreaga hartă și să selecteze împreună două lucruri pe care le apreciază în mod deosebit în comunitate și două lucruri pe care le consideră a fi mai bune. Dacă lucrează cu mai multe comunități, pot selecta și un exemplu care apare în mai multe comunități și unul specific unui anumit mediu.

Partea 3 – Comunități diferite, perspective diferite – 15 minute

Afișați hărțile într-un loc vizibil. Acordați fiecărui grup două-trei minute pentru a prezenta pe scurt harta sa, concentrându-se în special pe lucrurile pe care le apreciază și pe cele pe care le consideră a fi îmbunătățite.

După ce toate grupurile au împărtășit experiența, priviți împreună hărțile și întrebați: „Ce apare pe mai multe hărți sau în mai multe comunități? Unde vedem experiențe sau perspective diferite? Am observat ceva în viața tinerilor la care nu ne-am gândit înainte? Ce resurse există deja, dar este posibil să nu fie utilizate suficient? Ce nevoi sau provocări apar în mai multe comunități și care sunt specifice unui anumit mediu?”

Nu încercați să ajungeți la un acord cu privire la care problemă este „cea mai importantă”. În schimb, folosiți diferențele dintre hărți și dintre comunități pentru a arăta că experiențele tinerilor depind de mediul în care trăiesc și că înțelegerea noastră asupra nevoilor, resurselor și oportunităților devine mai bună atunci când sunt reunite perspective multiple.

Partea 4 – De la observare la recunoașterea unei oportunități – 10 minute

Îndreptați atenția către lucrurile pe care grupurile le-au identificat ca lipsind, creând dificultăți sau având loc de îmbunătățiri. Întrebați: „Ce ne spune acest lucru când observăm că ceva lipsește, nu funcționează bine sau ar putea fi mai bun?”

Prin intermediul unei scurte discuții, introduceți ideea că astfel de observații pot fi un punct de plecare pentru recunoașterea unei oportunități. În gândirea antreprenorială, o oportunitate nu înseamnă neapărat doar o oportunitate de a câștiga bani. Poate fi o oportunitate de a răspunde unei nevoi, de a îmbunătăți ceva ce există deja, de a utiliza mai bine o resursă sau de a crea o nouă valoare pentru oameni și comunitate.

Reamintiți-le participanților și de lucrurile pozitive și resursele pe care le-au identificat. Recunoașterea oportunităților nu începe doar cu ceea ce lipsește. Uneori, o oportunitate apare atunci când observăm ceva ce există deja, dar ar putea fi folosit într-un mod nou sau mai bun.

Subliniați faptul că observarea unei nevoi sau a unei provocări nu înseamnă încă că o înțelegem pe deplin sau că cunoaștem imediat soluția. Înainte de a acționa, este important să ascultăm alte perspective, să punem întrebări și să înțelegem mai bine ce se întâmplă de fapt.

Încheiați cu întrebarea: „Dacă ceva din comunitatea noastră contează pentru noi și credem că ar putea fi mai bun – ce rol putem avea?”

Nu cereți răspunsuri detaliate. Lăsați întrebarea ca o tranziție către următoarea sesiune – „Fii un factor de schimbare”, în care accentul se va muta de la ceea ce observă tinerii în comunitatea lor la capacitatea lor de a lua inițiativă și de a contribui la o schimbare pozitivă.

Note pentru facilitator

Încurajați participanții să privească comunitatea și prin prisma resurselor și punctelor sale forte, nu doar prin prisma problemelor sale. Dacă discuția se concentrează exclusiv pe ceea ce nu funcționează, întrebați ce există deja, ce apreciază tinerii și ce persoane, locuri sau inițiative ar putea reprezenta o resursă.

Nu insistați ca toate grupurile să ajungă la aceleași concluzii. Hărți diferite și perspective diferite sunt o parte importantă a procesului de învățare. De asemenea, nu permiteți sesiunii să treacă prea repede la dezvoltarea de soluții. Dacă participanții propun imediat ce ar trebui făcut, luați la cunoștință ideile lor, dar amintiți-le că în această etapă exersează mai întâi observarea și înțelegerea, iar apoi acționează.

SESIUNEA 2 – FII UN FACTOR DE SCHIMBARE

Prezentare generală a sesiunii

Această sesiune continuă sesiunea precedentă, în care participanții au explorat comunitatea lor, resursele existente și aspectele pe care ar dori să le îmbunătățească sau să le schimbe. Accentul se mută acum treptat de la observare la acțiune - către întrebarea ce rol pot juca tinerii în crearea unei schimbări pozitive.

A fi un factor de schimbare nu înseamnă a rezolva probleme sociale majore în mod independent sau a avea multe resurse. Schimbarea poate începe prin a observa ceva ce contează pentru noi, a pune o întrebare, a aduna informații, a propune o abordare diferită, a ne conecta cu alte persoane sau a face un pas mic, dar concret.

Această logică este strâns legată de competențele antreprenoriale. Inițiativa, recunoașterea oportunităților, gândirea creativă, colaborarea și capacitatea de a transforma treptat ideile în acțiune sunt, de asemenea, importante atunci când tinerii doresc să creeze valoare pentru ceilalți sau să contribuie la schimbarea mediului lor.

Sesiunea nu le cere participanților să dezvolte un proiect sau o soluție completă la o problemă. În schimb, ei explorează unde pot contribui ei înșiși, ce au deja la dispoziție și când trebuie să implice alte persoane, organizații sau resurse. În acest fel, ei trec treptat de la „ceva trebuie să se schimbe” la „ce putem începe?”.

Durată: 70 de minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți exemple din școală, din cartier, din activități cu colegii, din sport, din timpul liber și din probleme care îi afectează direct pe tineri. **19–24 ani:** Includeți exemple legate de educație, voluntariat, participarea tinerilor, muncă și inițiative locale. **25–29 ani:** Conectați discuția cu munca, inițiativele profesionale și locale, serviciile, antreprenoriatul și contribuția la comunitate.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să explice ce înseamnă pentru ei să fie promotori ai schimbării;
- să recunoască diferitele modalități prin care tinerii pot contribui la o schimbare pozitivă;
- să recunoască faptul că inițiativa poate începe cu un pas mic și concret;
- să își conecteze propriile abilități, puncte forte și resurse disponibile cu oportunități de acțiune;
- să recunoască momentele în care pot începe ceva singuri și momentele în care este nevoie de colaborare sau sprijin din partea celorlalți;
- să coreleze inițiativa cu acțiunea antreprenorială și cu crearea de valoare pentru ceilalți și pentru comunitate.

Materiale necesare

Flipchart, markere, coli A4, pixuri și notițe autoadezive. Dacă este posibil, păstrați hărțile comunității create în timpul sesiunii anterioare, astfel încât să poată fi folosite din nou.

Pregătirea facilitatorului

Afișați hărțile din sesiunea anterioară unde participanții le pot revedea. Pe un flipchart, scrieți secvența „Observ → Contează pentru mine → Pot contribui → Iau inițiativa” și cele patru întrebări care vor ghida lucrul în grup: Ce vrem să fim mai buni? De ce contează pentru noi? Ce putem face? Cine altcineva se poate implica sau ajuta?

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – Cine poate crea schimbarea? – 10 minute

Începeți cu întrebarea: „Când spunem «agent de schimbare», ce fel de persoană vă imaginați?” Scrieți mai multe răspunsuri pe flipchart. Participanții pot menționa un activist, un lider, o persoană celebră, un politician, pe cineva care organizează oameni sau pe cineva care vorbește public despre o anumită problemă.

Apoi, întrebați: „Avem nevoie de o poziție oficială, de mulți bani, de o organizație mare sau de mulți susținători pentru a începe un fel de schimbare?”

Prin intermediul scurtei discuții, explicați că un factor de schimbare poate fi oricine observă ceva important pentru el și ia inițiativa de a face ceva în acest sens. Uneori, acest lucru poate duce la o inițiativă mai amplă, dar multe schimbări încep cu un pas simplu - discuția cu ceilalți, adresarea unei întrebări, strângerea de informații, împărtășirea unei idei, conectarea oamenilor sau organizarea unei mici activități.

Conectați acest lucru cu Modulul 1. Participanții au recunoscut deja diferitele **abilități și puncte forte** pe care le posedă. Nu trebuie să aibă aceleași abilități pentru a contribui. O persoană poate comunica bine, alta poate fi bună la organizare, în timp ce altcineva poate fi bun la cercetarea informațiilor, la crearea de conținut digital, la ascultare sau la conectarea oamenilor.

Partea a 2-a – De la „Ceva trebuie să se schimbe” la „Ce putem face?” – 15 minute

Reamintiți-le participanților de hărțile din sesiunea anterioară și de lucrurile pe care le-au identificat ca lipsind, care îi preocupă sau pe care ar dori să le îmbunătățească.

Împreună, alegeți un exemplu simplu. De exemplu: „Tinerii nu au suficiente informații despre oportunitățile de voluntariat și de participare la activități locale.” Apoi, întrebați: „Ce putem face cu aceste informații?”

Notează sugestiile fără a le evalua imediat. Printre idei se pot număra discuții cu alți tineri pentru a verifica dacă se confruntă cu aceeași problemă, colectarea de informații despre oportunitățile existente, discuții cu o organizație de tineret, crearea unei liste scurte online, crearea de conținut pentru rețelele sociale sau organizarea unei întâlniri informative.

Apoi, atrageți atenția asupra diferenței dintre „Cineva ar trebui să facă ceva” și „Iată ceva ce putem începe”. Explicați că trecerea către al doilea mod de gândire este o parte importantă a inițiativei. Aceasta nu înseamnă că tinerii ar trebui să rezolve singuri întreaga problemă, ci că ar trebui să recunoască unde pot contribui, ce pot începe și cine li se poate alătura.

Partea 3 – Noi, ca Actori ai Schimbării – 25 de minute

Împărțiți participanții în grupuri mici de câte patru până la cinci persoane. Rugați fiecare grup să se uite din nou la hărțile de la sesiunea anterioară și să aleagă un lucru pe care îl consideră mai bun.

Acordați-le aproximativ 12-15 minute pentru lucru în grup și rugați-i să discute acest lucru folosind cele patru întrebări de pe flipchart: Ce vrem să fim mai buni? De ce contează pentru noi? Ce putem face? Cine altcineva se poate implica sau ajuta?

Subliniați faptul că aceștia nu ar trebui să pregătească un proiect, un plan detaliat sau o „soluție perfectă”. Scopul este de a face o primă tranziție de la observare către mai multe modalități posibile de acțiune.

Încurajați-i, de asemenea, să se gândească la ceea ce au deja. Aceasta poate include abilitățile și punctele lor forte, cunoștințele, alți tineri, contactele, telefoanele și instrumentele digitale, rețelele sociale, spațiile pe care le pot folosi, școlile, organizațiile sau alte persoane din comunitate.

Reamintiți-le că nu orice nevoie sau problemă poate fi abordată direct de tineri. În unele situații, contribuția lor poate consta în colectarea de informații, creșterea vizibilității problemei, ascultarea opiniilor altora, conectarea oamenilor, propunerea unei idei sau solicitarea sprijinului cuiva care are o capacitate mai mare de acțiune.

După lucrul în grup, rugați fiecare grup să împărtășească pe scurt ce au selectat și una sau două posibile activități pe care tinerii le-ar putea iniția. După fiecare prezentare, întrebați: „Ce parte a acestui lucru ați putea iniția voi înșivă în mod realist și pentru ce ați avea nevoie de sprijin sau colaborare cu ceilalți?”

În acest fel, participanții încep să facă distincția între ceea ce pot întreprinde direct și ceea ce necesită colaboratori, organizații, instituții sau resurse suplimentare.

Partea 4 – Micul meu pas către schimbare – 10 minute

Dați fiecărui participant o foaie A4 sau un notițel autoadeziv și rugați-i să se gândească individual la ceva din comunitatea, școala, grupul sau mediul lor care este important pentru ei. Acest lucru poate proveni din munca de astăzi, din harta comunității sau din altceva ce au observat.

Rugați-i să completeze propozițiile: „Ceva ce aș vrea să fiu mai bun este... Acest lucru contează pentru mine deoarece... O abilitate sau un punct forte pe care îl am și care m-ar putea ajuta este... Un mic pas pe care l-aș putea face este... Cineva cu care aș putea face asta sau care m-ar putea ajuta este...”

Acordați-le câteva minute pentru lucru individual. Nu cereți participanților să dezvolte o inițiativă completă sau să se angajeze să o implementeze. Scopul este de a face o legătură personală între ceva ce contează pentru ei, resursele pe care le au deja și un posibil prim pas.

Partea 5 – Reflecție – 10 minute

Invitați participanții să reflecteze asupra întregii sesiuni și să pună câteva întrebări: „Ce v-a ajutat astăzi să gândiți diferit despre propriul rol în comunitate? Ați descoperit ceva ce ați putea începe în mod realist chiar și fără multe resurse? Ce vă poate ajuta atunci când nu puteți face ceva singuri? Cum pot deveni abilitățile și punctele voastre forte o resursă pentru ceva ce contează pentru voi?”

Încurajați mai multe contribuții voluntare. Subliniați faptul că a lua inițiativă nu înseamnă că tinerii ar trebui să rezolve singuri problemele comunității. Mai important este să recunoașteți unde pot contribui, când trebuie să colaboreze cu ceilalți și cum un mic pas poate fi începutul unei acțiuni mai ample.

Încheiați cu mesajul: „A fi un factor de schimbare înseamnă a observa ceva ce contează pentru noi, a recunoaște că putem contribui și a fi pregătiți să facem un prim pas. Uneori, acel pas este o activitate concretă, iar alteori este o întrebare, o conversație, colectarea de informații sau conectarea cu ceilalți.”

Folosiți acest lucru pentru a încheia modulul. În prima sesiune, participanții au explorat comunitatea, resursele, nevoile și provocările acesteia, în timp ce în această sesiune au reflectat asupra rolului lor și a modului în care pot trece de la observare la inițiativă. Aceasta creează fundația pentru următorul pas - explorarea mai profundă a nevoilor și oportunităților și dezvoltarea treptată a ideilor care pot crea valoare.

Note pentru facilitator

Nu creați impresia că tinerii sunt personal responsabili pentru rezolvarea problemelor din comunitate. Scopul este ca aceștia să recunoască unde au spațiu pentru a contribui și când trebuie să-i implice pe alții, în loc să își asume responsabilitatea pentru lucruri care sunt dincolo de puterea sau autoritatea lor.

Dacă grupurile se îndreaptă prea repede către o soluție „evidentă”, încurajați-le să ia în considerare mai multe modalități posibile de acțiune și dacă înțeleg suficient de bine nevoia. Reamintiți-le că uneori ascultarea, colectarea de informații, adresarea de întrebări sau conectarea cu ceilalți reprezintă un prim pas complet valid.

MODULUL 3 – DE LA IDEE LA PLAN

Prezentare generală a modulului

O idee este un punct de plecare important, dar pentru ca aceasta să fie transformată în acțiuni concrete, trebuie să **o înțelegem mai bine, să o testăm, să luăm în considerare ce este necesar pentru implementarea ei și să stabilim cum vom trece de la ceea ce ne imaginăm la ceea ce dorim să realizăm**. Capacitatea de a trece de la o idee la acțiune organizată este o parte importantă a procesului antreprenorial.

După ce și-au explorat propriile abilități, puncte forte, interese și valori în modulele anterioare și au învățat să recunoască nevoile, problemele și oportunitățile din mediul lor, în acest modul participanții continuă să lucreze cu **ideile care reies din aceste perspective**. Întrebarea centrală este: **Cum putem explora, testa și dezvolta o idee inițială într-un plan de acțiune realist?**

Ideile pe care le dezvoltă participanții pot lua diferite forme. Pentru unii, poate fi un produs sau un serviciu; pentru alții, o inițiativă a tinerilor sau civică, o activitate comunitară, o inițiativă socială sau o altă soluție la o nevoie sau o problemă identificată. Indiferent de formă, fiecare idee necesită întrebări

similare: **Ce vrem să facem? Pentru cine? Cărei nevoi, probleme sau oportunități răspundem? Ce valoare vrem să creăm? Ce avem deja, ce ne lipsește și ce trebuie să facem în mod specific pentru ca ideea să fie implementată?**

Prin urmare, modulul începe cu o **explorare și o dezvoltare mai detaliată a ideilor selectate**. Participanții examinează ideea din perspective diferite și verifică dacă înțeleg clar ce doresc să ofere, să creeze, să îmbunătățească sau să schimbe și pentru cine ar fi important. În loc să presupună imediat că prima versiune a ideii este și cea mai bună, ei învață să pună întrebări, să caute informații suplimentare, să asculte alte perspective și, atunci când este necesar, să adapteze ideea.

Apoi, printr-o **analiză SWOT**, participanții examinează punctele forte și punctele slabe legate de ideea lor, precum și oportunitățile și amenințările care pot apărea din mediu. În acest fel, ei învață că dezvoltarea unei idei implică nu doar entuziasm pentru ceea ce vrem să facem, ci și capacitatea **de a evalua realist ceea ce avem la dispoziție, ce ne poate ajuta, ce ne-ar putea lipsi și cu ce provocări ne-am putea confrunta**.

În același timp, participanții identifică resursele care îi pot ajuta să-și transforme ideea în acțiune. Ei se gândesc la **oameni, cunoștințe, abilități, informații, contacte, parteneriate, timp, spațiu, echipamente, materiale, instrumente digitale și resurse financiare** pe care le au deja sau pe care vor trebui să le obțină suplimentar. În acest fel, resursele nu se reduc doar la bani, ci sunt considerate într-un sens mai larg - ca tot ceea ce poate contribui la implementarea unei idei.

Următorul pas este transformarea ideii într-o **direcție clară de acțiune**. Participanții se gândesc la ce vor să realizeze pe termen scurt și lung și învață să formuleze obiective concrete și realiste. Prin abordarea SMART, își verifică obiectivele și învață că intențiile generale, cum ar fi „vrem să ajutăm”, „vrem să avem succes” sau „vrem ca mai mulți tineri să se implice”, trebuie transformate în obiective mai clare care să le poată ghida acțiunile.

Odată ce este mai clar **ce doresc să realizeze**, participanții trec la planificarea **modului în care vor realiza acest lucru**. Ei stabilesc activitățile și sarcinile care trebuie îndeplinite, iau în considerare cine va fi responsabil pentru acestea, ce resurse vor fi necesare, în ce ordine vor fi implementați pașii și cum sunt conectate diferitele activități la obiectivele stabilite.

În acest fel, pe parcursul modulului, participanții nu lucrează la exerciții izolate, ci **dezvoltă treptat aceeași idee**. Fiecare pas nou se bazează pe cel precedent: ideea este explorată, testată, analizată, îmbunătățită, conectată cu resursele necesare, transformată în obiective și apoi în activități și sarcini concrete. Până la final, ceea ce a început ca un concept inițial ia forma **unui plan de acțiune realist și structurat**.

Modulul nu are ca scop dezvoltarea unui plan de afaceri formal complex. Scopul său este ca tinerii să înțeleagă și să experimenteze practic logica trecerii **de la idee la implementare**. Acest proces este aplicabil indiferent dacă lucrează la o idee antreprenorială, un produs sau un serviciu, o inițiativă de tineret sau civică, o acțiune socială sau o altă soluție prin care doresc să creeze valoare.

De ce este important acest subiect?

Tinerii pot avea multe idei despre ce ar dori să creeze, să îmbunătățească sau să schimbe, dar **o idee în sine nu garantează că ceva se va întâmpla**. Una dintre principalele provocări este trecerea de la „Am o idee” la „Știu ce trebuie să fac pentru a o implementa”.

Constatările **evaluării nevoilor realizate în cadrul proiectului CYBER Change** indică faptul că, în rândul tinerilor, trecerea de la idei și interese la acțiuni concrete poate fi limitată de **lipsa de încredere în sine, teama de eșec și de judecată, lipsa de sprijin, motivația scăzută și incertitudinea cu privire la următorii pași**. Tocmai de aceea este important ca procesul de dezvoltare a unei idei să fie împărțit în etape mai mici și mai ușor de înțeles, prin care tinerii să o poată testa treptat și să o facă mai concretă.

Atunci când o idee este examinată din mai multe perspective, tinerii pot recunoaște mai ușor **ce funcționează deja, ce trebuie îmbunătățit, ce resurse au la dispoziție, de ce sprijin suplimentar au nevoie și ce obstacole trebuie să ia în considerare**. În loc ca incertitudinea să devină un motiv pentru a renunța la idee, aceasta devine ceva ce poate fi explorat și planificat. În acest fel, ei dezvoltă sentimentul că pot influența procesul și că implementarea nu depinde doar de o „idee bună” sau de noroc, ci și de capacitatea de a analiza, planifica, organiza, adapta și colabora.

Aceste abilități sunt aplicabile în contexte diferite. Ele pot ajuta tinerii atunci când își dezvoltă propriul produs sau serviciu, organizează o inițiativă comunitară, planifică o acțiune pentru tineri, implementează un proiect, rezolvă o problemă specifică sau ia inițiativă în educație și muncă. Ceea ce au în comun toate aceste situații este capacitatea **de a transforma o idee în ceva ce poate fi realizat în mod realist**.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul modulului, participanții vor fi capabili să:

- să exploreze și să clarifice ideea pe care doresc să o dezvolte;
- să explice cărei nevoi, probleme sau oportunități răspunde ideea lor și pentru cine creează valoare;
- să pună întrebări și să folosească feedbackul pentru a testa și a îmbunătăți ideea;
- să identifice punctele forte, punctele slabe, oportunitățile și amenințările legate de idee;
- să recunoască resursele de care dispun deja și pe cele de care vor avea nevoie în plus;
- să formuleze obiective clare și să le verifice folosind abordarea SMART;
- să transforme obiectivele în activități și sarcini concrete;
- să stabilească rolurile, responsabilitățile, resursele necesare și succesiunea activităților;
- să integreze diferitele elemente ale ideii într-un plan simplu și realist de implementare;
- să îmbunătățească ideea și planul pe baza analizei, discuțiilor și feedbackului.

Competențe antreprenoriale cheie

Modulul contribuie în special la dezvoltarea **recunoașterii oportunităților, a viziunii, a creativității și a evaluării ideilor**, deoarece participanții își explorează ideea, o examinează din perspective diferite și o îmbunătățesc pe baza analizei și a feedbackului.

Prin identificarea resurselor umane, materiale, informaționale, digitale și de altă natură necesare, participanții dezvoltă **mobilizarea resurselor**, în timp ce stabilirea obiectivelor, planificarea activităților și atribuirea rolurilor contribuie la **planificare și management, la colaborare și la luarea inițiativei**. În acest fel, participanții învață în practică ce este necesar pentru a transforma treptat o idee în acțiuni concrete.

Cum învață participanții

Activitățile combină **munca în echipă, sarcini practice, analize, discuții, cartografiere vizuală, prezentări și feedback între colegi**. Participanții lucrează în aceleași echipe și la aceleași idei pe parcursul modulului, astfel încât fiecare activitate nouă se bazează pe cea anterioară și dezvoltă treptat ideea într-un plan concret.

Facilitatorul ghidează procesul prin întrebări, exemple și încurajarea gândirii critice, în timp ce schimbul de replici și feedbackul din partea celorlalți participanți ajută echipele să-și reconsidere și să-și îmbunătățească ideile. În acest fel, învățarea are loc **prin aplicare practică, colaborare și transformarea treptată a unei idei într-un plan de acțiune**.

SESIUNEA 1 – DE LA NEVOIE LA IDEE

Prezentare generală a sesiunii

În modulul anterior, participanții au explorat comunitatea lor, au recunoscut ce contează pentru ei, ce există deja, ce lipsește sau ce ar putea fi îmbunătățit și au analizat ce rol pot juca ei înșiși în crearea unei schimbări pozitive. Accentul se mută acum de la recunoașterea spațiului pentru schimbare la generarea de idei despre ce se poate face concret.

Această sesiune îi ajută pe participanți să înțeleagă că o idee poate porni de la o nevoie, o provocare, o resursă subutilizată sau o oportunitate de a face ceva într-un mod nou sau mai bun. Aceștia generează diferite soluții posibile, le examinează din perspective multiple și trec treptat de la gândirea individuală la dezvoltarea unei idei comune în echipă.

Ideile nu trebuie să ia o formă anume. Ele pot fi o inițiativă a tinerilor sau civică, o activitate sau o campanie, un serviciu, un produs, o inițiativă socială sau o altă soluție practică care creează valoare pentru alții sau pentru comunitate.

La sfârșitul sesiunii, participanții vor forma echipe și vor selecta o idee comună pe care o vor explora, testa și dezvolta în continuare în sesiunile următoare.

Durată: 90 de minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți exemple din școală, din cartier, din timpul liber, din sport, din socializare, din spațiul digital și din nevoile cotidiene ale tinerilor.

19–24 ani: Includeți exemple legate de educație, voluntariat, participarea tinerilor, cultură, muncă, oportunități digitale și inițiative locale.

25–29 ani: De asemenea, corelați exemplele cu viața profesională, serviciile locale, inițiativele independente și alte oportunități de creare de valoare în comunitate.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să recunoască modul în care o idee de acțiune poate apărea dintr-o nevoie, o provocare, o resursă sau o oportunitate;
- să genereze mai multe idei posibile ca răspuns la o nevoie sau oportunitate identificată;
- să analizeze pentru cine este importantă ideea și ce valoare poate crea;
- să recunoască competențele antreprenoriale pe care le utilizează atunci când generează și dezvoltă idei;
- să colaboreze cu ceilalți în selectarea și conturarea inițială a unei idei comune;
- să selecteze o idee de echipă pe care o vor dezvolta în continuare în sesiunile următoare.

Materiale necesare

Hărți comunitare și alte materiale din modulul anterior, dacă sunt disponibile, hârtie de flipchart, markere, pixuri și notițe autoadezive sau coli mici de hârtie.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – De la ceea ce observăm la ceea ce putem face – 15 minute

Conectați sesiunea direct cu modulul anterior. Dacă este disponibil, afișați hărțile comunității într-un loc vizibil și reamintiți-le participanților că s-au gândit deja la ce prețuiesc în comunitatea lor, ce lipsește sau ce ar putea fi îmbunătățit și ce rol pot juca tinerii în crearea schimbării.

Scrieți pe flipchart:

Observ → Contează pentru mine → Ce putem face?

Spuneți: „În modulul anterior, ne-am gândit la ce observăm în comunitatea noastră și la rolul pe care îl putem avea în crearea schimbării. Acum vom merge cu un pas mai departe. Dacă ceva contează pentru noi și credem că ar putea fi mai bine – ce am putea face concret?”

Rugați participanții să analizeze din nou unele dintre nevoile, provocările, resursele subutilizate sau oportunitățile pe care le-au identificat. Dacă materialele din modulul anterior nu sunt disponibile, rugați-i să-și amintească pe scurt ceva ce au identificat ca fiind important.

Alegeți un exemplu și explorați-l împreună:

- Ce anume am observat?
- Pentru cine este important acest lucru?
- De ce este important?
- Ce ne-am dori să fie diferit?
- Ce s-ar putea face?

Subliniați faptul că în această etapă nu căutăm o singură soluție „corectă”. Aceeași nevoie sau oportunitate poate duce la mai multe idei diferite.

Partea a 2-a – O singură nevoie, multe idei posibile – 20 de minute

Alegeți o nevoie sau o oportunitate relevantă pentru tineri și plasați-o în centrul flipchartului.

De exemplu: „Tinerii nu au suficiente oportunități să-și exprime opiniile despre problemele care îi afectează.” Întrebați: „Ce s-ar putea face?”

Notează toate ideile fără a le evalua. De exemplu, ideile pot include un forum pentru tineri, un spațiu online pentru sugestii, o întâlnire cu instituțiile locale, o campanie, un consiliu al tinerilor, o discuție publică sau o altă activitate.

Apoi, întrebați: „Răspund toate aceste idei aceleiași nevoi? Trebuie ca soluția să fie întotdeauna aceeași? De ce am avut nevoie pentru a genera mai multe soluții posibile?”

Prin răspunsurile lor, introduceți sau identificați creativitatea, inițiativa, recunoașterea oportunităților, rezolvarea problemelor, comunicarea și colaborarea.

Explicați că acestea fac parte din competențele antreprenoriale. Nu sunt necesare doar pentru demararea unei afaceri. Le folosim ori de câte ori recunoaștem o oportunitate, generăm o idee, căutăm o soluție, implicăm și pe alții și încercăm să transformăm ceva în acțiuni concrete.

Partea 3 – De la o nevoie la ideea noastră – 40 de minute

Rugați participanții să revină la nevoile, provocările, oportunitățile și ideile pe care le-au identificat în Modulul 2 și să aleagă la care dintre ele ar dori cel mai mult să continue să lucreze.

Apoi, formați echipe de aproximativ 3-5 participanți, grupându-i în funcție de similaritatea subiectelor și ideilor la care doresc să lucreze. Citiți cu voce tare sau afișați diferitele subiecte și invitați participanții să se alăture celui care se potrivește cel mai bine cu interesul sau ideea lor.

Dacă un participant are o idee diferită, ajutați-l să recunoască de care dintre subiectele sau ideile existente este cea mai strâns legată și, acolo unde este posibil, includeți-l în grupul respectiv. Nu este necesar ca membrii grupului să aibă idei identice - este suficient ca ei să se refere la o nevoie, o provocare sau un domeniu de interes similar, deoarece în pasul următor, grupul va lua în considerare împreună diferite soluții posibile și va selecta o idee pentru a o dezvolta în continuare.

Explicați:

„Din acest moment încolo, veți lucra în echipe cu participanți interesați de un subiect sau o idee similară. Nu trebuie să începeți cu toții exact cu aceeași idee. Sarcina voastră este să luați în considerare diferitele propuneri din cadrul grupului și să selectați împreună o idee pe care doriți să o dezvoltați în continuare.”

Mai întâi, rugați-i să clarifice subiectul ales prin următoarele întrebări:

- Ce anume dorim să fie mai bine sau diferit?
- Pentru cine este important acest lucru?
- De ce este important?
- Ce există deja?
- Unde vedem loc pentru a face ceva?

Apoi, rugați fiecare echipă să genereze cel puțin trei idei posibile. Încurajați-i să gândească pe larg. Ideea poate fi o inițiativă, o activitate, o campanie, un serviciu, un produs, o soluție digitală, o acțiune socială sau o altă modalitate practică de a răspunde nevoii sau oportunității identificate.

Subliniați faptul că nu ar trebui să respingă ideile imediat. Scopul este mai întâi să genereze mai multe posibilități și apoi să facă o selecție.

După ce au mai multe idei, rugați-i să le analizeze prin intermediul următoarelor întrebări:

- Răspunde ideea la ceea ce dorim să îmbunătățim?
- Pentru cine creează valoare?
- Ce ar schimba sau ce ar face posibil?
- Ne interesează și ne motivează ca echipă?
- Vedem o oportunitate de a face ceva concret cu asta?

Pe baza discuției, fiecare echipă selectează o idee comună.

Rugați echipele să scrie **ideea/inițiativa selectată** pe hârtie de flipchart, folosind cinci puncte scurte:

- Nevoia, provocarea sau problema pe care dorim să o abordăm este:
- Persoanele/grupurile pentru care acest lucru este important sunt:
- Ideea/inițiativa noastră este:
- Prin inițiativa noastră, dorim să influențăm:
- Schimbarea pozitivă la care dorim să contribuim este:

Le poți da acest exemplu sau un alt exemplu potrivit ca ghid pentru gândirea lor.

- **Nevoie/provocare:** Tinerii sunt rareori implicați în procesul decizional din comunitate.
- **Pentru cine este important:** Tinerii din municipalitatea noastră.
- **Ideea/inițiativa noastră:** O campanie pentru tineret și o serie de întâlniri cu reprezentanți ai municipalității.
- **Dorim să influențăm:** O mai mare conștientizare și interes în rândul tinerilor pentru participarea la procesul decizional local.
- **Schimbarea pozitivă la care dorim să contribuim:** O participare mai mare și mai semnificativă a tinerilor la problemele care îi afectează.

Acordați fiecărei echipe două-trei minute pentru a-și prezenta ideea. După fiecare prezentare, ceilalți participanți pot pune o scurtă întrebare sau pot oferi o sugestie suplimentară.

Subliniați faptul că nu evaluăm sau ierarhizăm ideile. Feedback-ul este menit să ajute echipele să vadă dacă ideea lor este ușor de înțeles și dacă există ceva la care trebuie să se gândească în continuare.

Partea 4 – Ideea noastră este un punct de plecare, nu o soluție finalizată – 15 minute

Rugați echipele să analizeze din nou ideea aleasă și să discute trei întrebări:

- Ce știm deja despre ideea noastră?
- Ce nu știm încă sau ce trebuie să verificăm?
- Ce trebuie să înțelegem mai bine înainte de a începe să planificăm?

Apoi, rugați fiecare echipă să împărtășească un lucru pe care îl știu deja și un lucru pe care trebuie să îl exploreze sau să îl verifice în continuare.

Întrebați întregul grup: „Ce abilități ați folosit deja astăzi în timp ce ați generat și selectat ideea?” Conectați răspunsurile lor cu creativitatea, inițiativa, comunicarea, ascultarea, colaborarea, rezolvarea problemelor și luarea deciziilor.

Încheiați cu mesajul: „Astăzi nu am creat soluții finalizate. Pornind de la ceva ce am recunoscut ca fiind important, am ajuns la idei despre ce putem face. Următorul pas este să verificăm dacă înțelegem

suficient de bine ideea noastră, pentru cine este importantă și ce trebuie să știm înainte de a începe să o transformăm într-un plan.”

Explicați că echipele și ideile vor rămâne aceleași în sesiunile următoare. Fiecare activitate ulterioară va adăuga o nouă parte – ideea va fi explorată și testată, analizată prin SWOT, vor fi luate în considerare resursele, vor fi stabilite obiective SMART și va fi transformată treptat într-un plan de acțiune concret.

Note pentru facilitator

Accentul se pune pe competențele antreprenoriale ca abilități de luare a inițiativei și creare de valoare, mai degrabă decât pe dezvoltarea de către toți participanții a unei afaceri. Acceptați diferite forme de idei. O inițiativă a tinerilor, o campanie, o activitate comunitară, un serviciu, un produs sau o acțiune socială pot fi toate utilizate la fel de bine pe parcursul sesiunilor următoare.

Nu permiteți echipelor să petreacă prea mult timp căutând ideea „perfectă”. În această etapă, au nevoie de o idee suficient de clară pentru a putea continua să lucreze cu ea. Aceasta se poate schimba și îmbunătăți pe măsură ce primesc informații și feedback noi.

Acordați o atenție deosebită evitării repetării activității din Modulul 2. Participanții au învățat deja acolo să recunoască nevoile, provocările și resursele și că o oportunitate poate însemna răspunsul la o nevoie sau crearea de valoare pentru comunitate. În această sesiune, nu revenim la cartografierea detaliată a comunității - folosim aceste perspective ca punct de plecare pentru generarea unei idei concrete.

SESIUNEA 2 – HAI SĂ EXPLORĂM ȘI SĂ DEZVOLTĂM IDEEA NOASTRĂ

Prezentare generală a sesiunii

Odată ce apare o idee, următorul pas este să o examinăm mai atent înainte de a începe să o planificăm. O idee bună nu este pur și simplu ceva ce ni se pare interesant – este important să înțelegem cărei nevoi sau oportunități răspunde, pentru cine creează valoare, care sunt punctele sale forte și ce poate face implementarea ei mai ușoară sau mai dificilă.

Această sesiune îi ajută pe participanți să exploreze mai profund ideea comună selectată în sesiunea anterioară. În loc să treacă imediat la planificare, echipele testează mai întâi conceptul inițial, îl examinează din perspective diferite și identifică ceea ce știu deja și ceea ce mai trebuie să exploreze sau să îmbunătățească.

Prin analiza SWOT, participanții examinează punctele forte și punctele slabe ale ideii lor, precum și oportunitățile și amenințările din mediu. Apoi, ei analizează ce au nevoie pentru ca ideea să fie implementată și recunosc că resursele nu sunt doar resurse financiare, ci și oameni, abilități, cunoștințe, informații, contacte, parteneriate, timp, spațiu, echipamente și instrumente digitale.

În timpul sesiunii, participanții aplică abilități antreprenoriale importante – **evaluarea ideilor și oportunităților, gândirea critică, rezolvarea problemelor, colaborarea, luarea deciziilor și mobilizarea**

resurselor. Aceste abilități îi ajută să își vadă ideea mai realist și să stabilească ce trebuie să facă înainte de a trece la planificarea concretă.

Durață: 100 de minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți întrebări simple și concrete și ajutați participanții să facă distincția între ceea ce depinde de echipa lor și ceea ce se întâmplă în mediu. **19–24 ani:** Încurajați-i să se gândească mai detaliat la persoanele cărora le este destinată ideea, resursele disponibile, posibilitățile parteneri și condițiile în care ar implementa-o. **25–29 ani:** Încurajați o evaluare mai profundă a fezabilității ideii, a resurselor, a factorilor externi, a parteneriatelor și a posibilelor modalități de depășire a limitărilor.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să examineze ideea lor în raport cu nevoia sau oportunitatea la care răspunde și cu valoarea pe care o creează;
- să identifice ce știu deja despre idee și ce trebuie să verifice în continuare;
- să recunoască punctele forte, punctele slabe, oportunitățile și amenințările legate de idee;
- să identifice diferitele tipuri de resurse necesare pentru implementarea ideii;
- să evalueze resursele de care dispun deja și ce trebuie să asigure în plus;
- să recunoască ce trebuie să îmbunătățească, să exploreze sau să asigure înainte de a trece la planificarea concretă a ideii.

Materiale necesare

Hârtie de flipchart, markere, coli A4, pixuri, notițe autoadezive, fișă de lucru – **Analiză SWOT**

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – Ce știm și ce presupunem? – 25 de minute

Rugați participanții să se întoarcă la echipele formate în sesiunea anterioară și să analizeze ideea comună pe care au selectat-o. Reamintiți-le că au stabilit deja ce vor să îmbunătățească sau să schimbe, pentru cine este importantă ideea lor și ce valoare vor să creeze.

Explică faptul că următorul pas nu este să înceapă imediat planificarea, ci mai întâi să verifice cât de mult din ceea ce bazează ideea lor știu de fapt și cât de mult doar presupun.

Spuneți: „Când avem o idee, putem presupune cu ușurință că înțelegem bine problema, că știm de ce au nevoie oamenii sau că ideea noastră le va fi utilă. Dar înainte de a începe planificarea, este important să facem distincția între ceea ce știm și ceea ce mai trebuie să verificăm.”

Puneți întrebarea: „Ce trebuie să știm despre ideea noastră înainte de a începe să planificăm cum o vom implementa?”

Scriveți mai multe răspunsuri pe flipchart. Încurajați participanții să se gândească la nevoia sau problema pe care doresc să o abordeze, la persoanele cărora le este destinată ideea, la nevoile și interesele acestora, precum și la condițiile în care ideea ar fi implementată.

Scriveți următoarele întrebări pe flipchart și afișați-le într-un loc vizibil în sală:

- Ce știm deja despre nevoia, problema sau oportunitatea pe care dorim să o abordăm?
- Ce știm despre oamenii cărora le este destinată ideea/inițiativa noastră – ce contează pentru ei, de ce au nevoie și ce le-ar fi de folos?
- Ce presupunem în prezent, dar nu suntem încă siguri că este adevărat?
- Ce trebuie să verificăm sau să aflăm mai departe înainte de a continua să dezvoltăm ideea/inițiativa noastră?

Rugați echipele să continue să lucreze în grupuri și să discute întrebările. Fiecare grup ar trebui să își scrie răspunsurile pe hârtie de flipchart într-un mod care să distingă clar ce știu deja, ce presupun și ce mai trebuie să verifice sau să afle.

Acordați-le timp să lucreze și subliniați că nu este o problemă dacă nu au încă răspunsuri la anumite întrebări. Scopul este tocmai de a recunoaște ceea ce știu deja despre ideea/inițiativa lor și ce trebuie să exploreze în continuare înainte de a continua dezvoltarea acesteia.

Încurajați-i să fie specifici. De exemplu, dacă o echipă planifică o inițiativă de a crea un spațiu în care tinerii pot propune schimbări în comunitatea lor, ar putea presupune că tinerii ar dori să participe. Întrebați: „De unde știți asta? Ați vorbit cu alți tineri? Știți cum ar dori să participe? Ce ar trebui să verificați?”

Dacă o echipă dezvoltă un produs sau un serviciu, aceasta ar putea presupune că oamenii au nevoie de el. Întrebați: „De unde știți asta? Cine l-ar folosi? Ce știți deja despre acele persoane și ce trebuie să aflați în continuare?”

Rugați fiecare echipă să selecteze una sau două dintre cele mai importante presupuneri pe care trebuie să le verifice și să le împărtășească pe scurt cu ceilalți participanți. Ceilalți pot pune o întrebare sau pot sugera ce altceva ar putea fi util de aflat.

Subliniați că nu este nevoie să verifice toate aceste lucruri în timpul sesiunii. Scopul este ca ei să înțeleagă că dezvoltarea unei idei este un proces de explorare, învățare și adaptare, mai degrabă decât simpla elaborare a primului concept pe care l-au avut.

Încheiați cu mesajul: „O idee bună nu este una despre care credem că știm deja totul. O idee bună se dezvoltă atunci când punem întrebări, ne testăm presupunerile și suntem pregătiți să o îmbunătățim pe baza a ceea ce învățăm.”

Explicați că acum, după ce vor distinge mai clar între ceea ce știu și ceea ce trebuie să verifice, în partea următoare vor analiza ideea lor din mai multe perspective printr-o analiză SWOT – ce îi poate ajuta, ce le lipsește și ce factori din mediu pot face implementarea acesteia mai ușoară sau mai dificilă.

Partea a 2-a – Privirea ideii din perspective diferite – Analiza SWOT – 35 de minute

Explicați că, după definirea mai clară a ideii, următorul pas este să o privească din perspective diferite. Pentru a face acest lucru, vor folosi o **analiză SWOT**, un instrument simplu care ne ajută să recunoaștem punctele forte și punctele slabe ale ideii, precum și oportunitățile și amenințările care există în mediu.

Desenați patru secțiuni pe un flipchart și explicați:

- **Punctele forte** sunt lucruri pozitive legate de ideea în sine sau de echipa care poate ajuta la implementarea acesteia. Acestea pot include o idee bună, cunoștințe, abilități, experiență, o echipă motivată, contacte bune sau ceva care face ca ideea să fie diferită și utilă.
- **Punctele slabe** sunt limitări interne care pot îngreuna implementarea ideii, cum ar fi lipsa anumitor abilități, experiență, timp, informații sau alte resurse.
- **Oportunitățile** sunt condiții sau evoluții externe care pot ajuta la dezvoltarea ideii – interesul în rândul oamenilor, o nouă tendință, tehnologia disponibilă, o oportunitate de parteneriat, un program de sprijin sau o altă schimbare în mediu.
- **Amenințările** sunt factori externi care pot îngreuna implementarea ideii – concurența, interesul insuficient, schimbările condițiilor, sprijinul limitat, costurile ridicate sau alte obstacole pe care echipa nu le poate controla pe deplin.

Subliniați diferența dintre factorii interni – puncte forte și puncte slabe – și factorii externi – oportunități și amenințări. Dacă este necesar, dați un exemplu simplu: dacă nimeni din echipă nu știe cum să creeze un site web, aceasta poate fi o slăbiciune; dacă există un program gratuit prin care pot primi acest tip de sprijin, aceasta poate fi o oportunitate.

Distribuiți materialul informativ – Analiza SWOT și acordați participanților aproximativ 15 minute pentru a-și analiza ideea. Încurajați-i să nu încerce să completeze cât mai multe elemente posibil, ci să le identifice pe cele care pot influența cu adevărat ideea.

După ce au terminat, rugați fiecare echipă să analizeze întreaga analiză și să discute: „Ce ne spune acest lucru despre ideea noastră? Pe ce putem construi? Ce trebuie să îmbunătățim? Ce oportunitate am putea folosi? Pentru ce amenințare ar trebui să fim pregătiți?”

Rugați fiecare echipă să împărtășească întregului grup un lucru pe care l-au descoperit în urma analizei și pe care nu l-au luat suficient în considerare înainte.

Încheiați această parte cu întrebarea: „După analiza SWOT, observați ceva diferit în ideea dumneavoastră? Ați schimba, adăuga sau îmbunătăți ceva?”

Subliniați faptul că analiza SWOT nu are scopul de a arăta dacă ideea este „bună” sau „rea”. Scopul său este de a-i ajuta să perceapă ideea într-un mod mai realist și să ia decizii mai bune cu privire la dezvoltarea sa ulterioară.

Partea 3 – De ce avem nevoie și ce avem deja? – 30 de minute

Trecem la întrebarea: „Dacă decidem să continuăm să dezvoltăm această idee, de ce anume vom avea nevoie?”

Scriveți primele răspunsuri pe flipchart. Participanții vor menționa probabil bani, echipamente sau materiale. Explicați că acestea sunt importante, dar că resursele sunt mult mai ample decât resursele financiare. O idee poate necesita oameni și abilități, cunoștințe și informații, timp, spațiu, materiale și echipamente, contacte și parteneriate, instrumente digitale, sprijin din partea altor persoane sau organizații și resurse financiare.

Rugați echipele să continue să lucreze în grupuri și să creeze trei coloane pe hârtie de flipchart:

De ce avem nevoie?	Ce avem deja?	Cum sau de unde putem obține ceea ce ne lipsește?

Explicați că în prima coloană ar trebui să noteze resursele de care au nevoie pentru a-și implementa ideea/inițiativa, în a doua ar trebui să identifice pe care dintre aceste resurse le au deja, iar în a treia ar trebui să se gândească cum sau de unde ar putea obține resursele care le lipsesc.

Încurajați-i să se gândească în mod specific la propria idee. Dacă au nevoie de o anumită abilitate, cineva din echipă o are deja? Dacă au nevoie de informații, unde le pot găsi? Dacă au nevoie de un spațiu, trebuie să plătească pentru el sau ar putea folosi unul prin intermediul unei școli, centru de tineret, organizație sau partener? Dacă au nevoie de echipament, trebuie să îl cumpere sau l-ar putea împrumuta? Dacă trebuie să ajungă la anumite persoane care au deja contact cu ei?

Subliniați faptul că mobilizarea resurselor nu înseamnă doar să avem tot ce ne trebuie, ci și să recunoaștem ceea ce avem deja și să găsim modalități de a accesa ceea ce ne lipsește.

Când echipele au terminat, rugați-le să identifice două sau trei resurse pe care le au deja și pe care le pot folosi imediat, precum și două sau trei resurse importante care încă le lipsesc.

Discutați pe scurt despre persoanele și organizațiile care ar putea ajuta. Întrebați: „Cine ne-ar putea ajuta cu cunoștințe, un contact, spațiu, echipamente, acces la persoanele cărora le este destinată ideea sau o altă resursă care ne lipsește?” În acest fel, participanții recunosc treptat importanța colaborării, a parteneriatelor și a utilizării resurselor care există deja în mediul lor.

Partea 4 – Ce am învățat despre ideea noastră? – 10 minute

Rugați echipele să analizeze din nou ideea lor inițială și tot ceea ce au elaborat în timpul sesiunii. Puneți-le trei întrebări: „Ce vedem acum mai clar în ideea noastră? Ce trebuie să îmbunătățim sau să verificăm în continuare? Ce este cel mai important să asigurăm pentru a putea continua să mergem mai departe?”

Acordați-le câteva minute pentru a se pune de acord și rugați fiecare echipă să noteze trei scurte concluzii:

- Ceea ce vrem să păstrăm în ideea noastră este: _____
- Ceea ce trebuie să verificăm sau să îmbunătățim este: _____
- Ceea ce trebuie să asigurăm este: _____

Invitați echipele să împărtășească pe scurt una dintre concluziile lor.

Încheiați cu mesajul: „O idee bună nu trebuie să fie perfectă de la bun început. Ea se dezvoltă atunci când punem întrebări, verificăm ce știm, recunoaștem oportunitățile și limitele și ne gândim la ce avem nevoie pentru a merge mai departe. Gândirea antreprenorială înseamnă, de asemenea, să fii pregătit să îmbunătățești sau să adaptezi ideea pe baza a ceea ce învățăm.”

Conectați sesiunea cu următoarea. În sesiunea anterioară, participanții au generat și selectat o idee comună, iar astăzi au testat-o, au analizat-o din perspective diferite și au făcut o analiză inițială a resurselor de care au nevoie. În următoarea sesiune, vor folosi toate acestea pentru a transforma ideea într-un plan de acțiune mai clar și mai realist.

Note pentru facilitator

Nu folosiți analiza SWOT ca test pentru a arăta dacă echipa ar trebui să continue sau să renunțe la idee. Scopul acesteia este de a ajuta participanții să învețe să examineze ideea critic și din mai multe perspective. Dacă identifică o slăbiciune sau o amenințare semnificativă, întrebați-i ce ar putea face pentru a o reduce sau a o depăși, în loc să concluzionați imediat că ideea nu este bună.

Asigurați-vă că participanții nu confundă punctele slabe cu amenințările. Întrebarea „Este vorba de ceva legat de noi și de ideea noastră sau este ceva ce vine din mediul înconjurător?” este de obicei suficientă pentru a-i ajuta să distingă între cele două.

Când discutați despre resurse, evitați ca discuția să se reducă imediat la bani. Resursele financiare sunt doar un tip de resursă. În special, încurajați participanții să recunoască ceea ce au deja în cadrul echipei și în mediul lor – abilități, cunoștințe, timp, contacte, acces la spațiu, instrumente digitale, parteneriate și sprijin. Planificarea financiară detaliată va fi abordată într-o sesiune separată.

Dacă echipele lucrează la diferite tipuri de idei, folosiți aceeași logică de bază pentru toate: Cărei nevoi sau oportunități îi abordăm? Ce valoare creăm? Ce știm și ce trebuie să verificăm? Ce ne-ar putea ajuta sau împiedica? De ce avem nevoie și cum putem obține acel lucru? Această logică permite aplicarea

abilităților antreprenoriale la dezvoltarea diferitelor idei, fără ca toate ideile să fie neapărat de aceeași natură.

Fișă de lucru 1

ANALIZA SWOT A IDEII NOASTRE

Analiza SWOT te ajută să privești ideea ta din perspective diferite. Punctele forte și punctele slabe sunt legate de ideea în sine și de ceea ce are la dispoziție echipa ta, în timp ce oportunitățile și amenințările sunt legate de mediu și de factori care nu sunt în întregime sub controlul tău.

PUNCTE FORTE – Pe ce putem construi?

Gândește-te la ce este cel mai puternic punct forte al ideii tale și de ce ar putea fi utilă sau valoroasă pentru persoanele cărora le este destinată. Ce abilități, talente și aptitudini ai în cadrul echipei? Ce cunoștințe sau experiență ai deja în domeniul legat de idee? Ce resurse, contacte sau alte avantaje ai deja?

PUNCTE SLABE – Ce ne lipsește sau ce trebuie să îmbunătățim?

Gândește-te la ce nu este încă suficient de clar sau dezvoltat în ideea ta. Ce abilități, competențe sau cunoștințe ai nevoie, dar pe care nu le ai în prezent? Ți lipsește experiența într-un domeniu important? De ce resurse ai nevoie, dar nu ai încă? Care parte a ideii ar putea fi cea mai dificil de implementat?

OPORTUNITĂȚI – Ce ne poate ajuta în mediul înconjurător?

Gândește-te dacă există o nevoie sau un interes în ceea ce propui. Există persoane, organizații, instituții sau companii cu care ai putea colabora? Cunoști pe cineva cu cunoștințe sau experiență în acest domeniu care te-ar putea ajuta sau consilia? Există programe, oportunități de formare, mentori sau alte forme de sprijin pe care le-ai putea folosi? Te-ar putea ajuta noile tehnologii sau instrumentele digitale? Există o tendință sau o schimbare care face ideea ta mai relevantă sau deschide o nouă oportunitate? Există o oportunitate de a ajunge la mai mulți oameni sau de a dezvolta în continuare ideea?

AMENINȚĂRI – Ce elemente din mediu ar putea îngreuna implementarea ideii?

Gândește-te la ce ar putea merge diferit față de ceea ce ai planificat. Există și alte produse, servicii sau soluții care răspund deja aceluiași nevoi? Există riscul ca ideea ta să nu fie suficient de interesantă? Există condiții sau obstacole externe care ar putea îngreuna implementarea acesteia? Depinzi de oameni, resurse, parteneri sau alți factori pe care nu îi poți controla pe deplin? Ar putea o schimbare a mediului să afecteze negativ ideea ta?

Scrieți răspunsurile și concluziile cheie pe flipchart.

SESIUNEA 3 – CONSTRUIREA PLANULUI NOSTRU DE ACȚIUNE

Prezentare generală a sesiunii

În sesiunile anterioare, participanții au selectat o idee comună, au examinat-o din perspective diferite printr-o analiză SWOT și au luat în considerare resursele pe care le au la dispoziție și pe cele care le lipsesc. În această sesiune, vor face următorul pas - transformarea ideii într-un plan de acțiune clar și practic.

Mai întâi, echipele își vor finaliza pe scurt ideea și vor stabili ce doresc să realizeze cu aceasta. Apoi, vor formula obiective și le vor verifica folosind abordarea SMART. Odată ce știu unde vor să ajungă, vor stabili ce trebuie făcut în mod specific, în ce ordine, cine va fi responsabil, când vor fi implementate activitățile și de ce resurse vor avea nevoie.

Munca se va desfășura în cicluri scurte de lucru în echipă, partajare plenară, feedback și rafinare. În acest fel, participanții nu numai că își vor dezvolta planul, dar vor avea și oportunitatea de a-și testa ideile prin întrebări și perspective din partea altor participanți.

Accentul se pune pe dezvoltarea abilităților antreprenoriale pentru stabilirea obiectivelor, planificare, organizare, stabilirea priorităților, colaborare, comunicare și asumarea responsabilității. Aceste abilități pot fi aplicate la dezvoltarea diferitelor idei - de la un produs sau serviciu la diferite activități și inițiative.

Durată: 110 minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți exemple simple atunci când explicați diferența dintre o idee, un obiectiv și o activitate și ajutați participanții să transforme obiectivele mai ample în pași concreți și realiști.

19–24 ani: Încurajați echipele să își formuleze independent obiectivele, activitățile, responsabilitățile și calendarul.

25–29 ani: Încurajați o reflecție mai detaliată asupra fezabilității obiectivelor, priorităților, dependențelor dintre activități, alocării responsabilităților și resurselor necesare pentru implementare.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să își prezinte ideea într-un mod clar și concis;
- să distingă între o idee, un scop general, obiective specifice și activități;
- să formuleze obiective clare și realiste și să le verifice folosind abordarea SMART;

- să transforme un obiectiv în activități și sarcini concrete;
- să stabilească o succesiune logică și un calendar al activităților;
- să atribuie roluri și responsabilități în cadrul echipei;
- să coreleze activitățile cu resursele necesare pentru implementarea lor;
- să folosească întrebări și feedback pentru a-și îmbunătăți ideile și planurile;
- să elaboreze un plan de acțiune simplu și practic.

Materiale necesare

Hârtie de flipchart, markere, coli A4, pixuri, notițe autoadezive, materiale din sesiunea anterioară care conțin ideea selectată, analiza SWOT și cartografierea resurselor, fișă de lucru – De la idee la obiective și fișă de lucru – Planul nostru de acțiune.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – Ideea noastră pe scurt – 20 de minute

Rugați participanții să se întoarcă la echipele în care își dezvoltă ideea comună. Explicați că, înainte de a începe planificarea, este important ca toți membrii echipei să aibă o înțelegere comună a ceea ce doresc exact să dezvolte.

Rugați-i să analizeze ideea lor și concluziile din sesiunea anterioară și să răspundă la întrebările: Care este ideea noastră? Ce vrem să oferim, să creăm sau să facem? Cui i se adresează? Cărei nevoi, probleme sau oportunități răspunde? Ce valoare vrem să creăm?

Pentru a le arăta ce se așteaptă, dați un scurt exemplu. Dacă un grup de tineri a observat un spațiu public neglijat în cartierul lor, descrierea ar putea fi: „Împreună cu alți tineri și locuitori, dorim să îmbunătățim spațiul public neglijat și să creăm un loc care poate fi folosit pentru socializare și diferite activități.”

Explicați-le că ar trebui să pregătească acest tip de scurtă descriere pentru propria idee. Nu este nevoie să o dezvolte din nou de la început sau să scrie un text lung. Într-una sau două propoziții, ar trebui să fie posibil să se înțeleagă clar ce vor să facă, pentru cine și ce valoare vor să creeze. Dacă au decis să schimbe sau să adauge ceva ca urmare a analizei SWOT din sesiunea anterioară, ar trebui să o includă acum.

După ce echipele au terminat, rugați fiecare echipă să își prezinte ideea întregului grup într-una sau două propoziții. După fiecare prezentare, acordați timp pentru una sau două întrebări sau comentarii scurte din partea celorlalți participanți. Ghidați schimbul de replici cu următoarele întrebări: Am înțeles clar ce vrea să facă echipa? Cui îi este destinată ideea? Mai este ceva ce am dori să întrebăm sau să clarificăm?

Explicați că scopul nu este de a evalua dacă ideea este „bună” sau „rea”, ci ca echipa să verifice dacă a reușit să comunice ideea sa clar celorlalți. Dacă întrebările relevă că ceva nu este suficient de clar sau dacă primesc o sugestie utilă, își pot revizui descrierea înainte de a continua.

Partea a 2-a – De la idee la obiective – 30 de minute

După ce echipele și-au finalizat descrierea, întrebați: „Acum știm ce vrem să facem. Dar ce vrem să realizăm prin asta?”

Explicați pe scurt diferența dintre un obiectiv general și obiectivele specifice. Obiectivul general arată intenția mai largă - ceea ce dorim să realizăm sau la ce fel de schimbare dorim să contribuim. Obiectivele specifice arată mai precis ce trebuie să realizăm pentru a avansa către acel obiectiv mai larg.

Folosiți din nou același exemplu. În cazul spațiului public, obiectivul general ar putea fi: „Să contribuim la crearea unui spațiu public mai plăcut și mai util, pe care tinerii și alți locuitori îl pot folosi.”

Rugați echipele să discute întrebările: Ce dorim să obținem prin ideea noastră? Ce rezultat sau schimbare dorim să vedem? Apoi, rugați-i să își scrie obiectivul general într-o singură propoziție.

După ce au făcut acest lucru, explicați-le că obiectivul mai larg ne arată direcția, dar pentru a planifica, trebuie să definim mai precis ce anume vrem să realizăm.

De exemplu, în cazul spațiului public, am putea începe cu: „Dorim să îmbunătățim spațiul neglijat din cartier.”

Întrebați participanții: „Ne spun aceste obiective suficiente lucruri pentru a putea începe planificarea?”

În acest moment, introduceți **abordarea SMART**. Explicați că aceasta ne ajută să verificăm dacă un obiectiv este **specific, măsurabil, realizabil, relevant și limitat în timp**.

Demonstrați verificarea direct prin exemplu. Pentru obiectivul „Îmbunătățirea spațiului neglijat din cartier”, întrebați: Ce înseamnă exact „îmbunătăți”? Cum vom ști că am reușit? Ce putem face în mod realist? Până când? După verificare, obiectivul ar putea fi sunat astfel: „În termen de două luni, împreună cu cel puțin 20 de tineri și locuitori din cartier, organizați două acțiuni comune pentru curățarea și efectuarea de îmbunătățiri de bază ale spațiului public selectat.”

Distribuiți fișa de lucru – De la idee la obiective și spuneți-le: „Acum faceți același lucru cu ideea voastră. Formulați unul până la trei obiective specifice și verificați-le folosind întrebările SMART.”

Rugați-i să verifice: Este clar ce anume vrem să realizăm? Cum vom ști că am reușit? Este realist să realizăm acest lucru cu timpul și resursele pe care le avem la dispoziție? Este obiectivul relevant pentru ideea noastră? Până când vrem să îl realizăm? Dacă răspunsul la oricare dintre aceste întrebări este neclar, rugați-i să îmbunătățească formularea.

După ce echipele au terminat, rugați fiecare echipă să prezinte unul dintre obiectivele sale specifice. Rugați-i pe ceilalți participanți să asculte având în minte întrebările SMART și să pună o scurtă întrebare

sau să facă o sugestie: Este clar ce dorește să realizeze echipa? Cum vor ști că au reușit? Pare obiectivul realizabil? Este clar până când ar trebui atins?

Ghidați discuția către claritatea și fezabilitatea obiectivului, mai degrabă decât către faptul dacă ceilalți participanți apreciază ideea în sine. După schimb de replici, acordați echipelor puțin timp pentru a rafina obiectivul, dacă consideră util vreunul dintre comentarii.

Partea 3 – De la obiective la activități – 25 de minute

După ce echipele și-au formulat obiectivele, spuneți: „Acum știm ce vrem să realizăm. Următoarea întrebare este: Ce trebuie să facem exact pentru ca acest lucru să se întâmple?”

Rugați echipele să continue să lucreze în grupuri. Pe o foaie de flipchart, rugați-i să noteze toate activitățile și sarcinile pe care le consideră necesare pentru a atinge obiectivul stabilit.

Încurajați-i mai întâi să se gândească la toți pașii necesari, fără a-și face griji imediat cu privire la secvența exactă a acestora sau la cine va fi responsabil pentru ei. Explicați că în pasul următor vor examina activitățile mai detaliat și le vor organiza într-un plan realist pentru implementarea inițiativei lor.

Înainte de a începe, arătați-le ce înseamnă acest lucru prin intermediul unui exemplu. Dacă dorim să organizăm două acțiuni pentru îmbunătățirea spațiului public, probabil va trebui să colectăm opinii de la tineri și locuitori, să verificăm cine este responsabil pentru spațiu și ce se poate face, să contactăm instituțiile sau partenerii relevanți, să obținem materiale și sprijin, să invităm oamenii să participe și să organizăm acțiunile.

Spune-le: „Acum gândește-te la obiectivul tău în același mod. Imaginează-ți că trebuie să-l implementezi. Ce trebuie să faci de la început până la sfârșit?”

După ce au notat activitățile, rugați-i să verifice dacă există activități repetate, dacă există activități prea ample și trebuie împărțite în sarcini mai mici și dacă lipsește vreun pas important.

Apoi, rugați-i să organizeze activitățile într-o secvență logică. Ajutați-i cu un exemplu: nu am începe să îmbunătățim un spațiu public înainte de a verifica cine este responsabil pentru acesta și ce avem voie să facem.

Puneți următoarele întrebări: Ce trebuie să facem mai întâi? Ce urmează? Depinde vreo activitate de una anterioară? Ce se poate face în același timp? Contribuie toate activitățile cu adevărat la obiectivul nostru?

După ce echipele au stabilit secvența, rugați fiecare echipă să prezinte pe scurt pașii principali, fără a explica fiecare sarcină în detaliu. Ceilalți participanți pot pune o întrebare sau pot sugera ceva ce echipa ar fi putut trece cu vederea: Lipsește un pas important? Trebuie făcut ceva mai devreme? Pot avea loc unele activități în paralel?

Încurajați echipele să ia în considerare sugestiile primite, dar lăsați-le să decidă singure care dintre ele au sens pentru ideea lor. Dacă este necesar, pot ajusta secvența înainte de a continua.

Explicați că exact asta face planificarea – transformă o idee mai amplă în pași mai mici, concreți și fezabili.

Partea 4 – Planul nostru de acțiune – 35 de minute

După ce activitățile au fost puse în ordine, spuneți: „Acum știm ce trebuie să facem. Dar pentru a avea un plan real, trebuie să știm și cine o va face, când, de ce vom avea nevoie și ce așteptăm să obținem ca rezultat.”

Prezintă unul sau două exemple pe flipchart. Dacă activitatea este „Verifică cine este responsabil pentru spațiul public”, Marko ar putea verifica informațiile disponibile și contacta instituția responsabilă în prima săptămână. În plan, aceasta înseamnă: activitate – verificarea responsabilității pentru spațiu; persoana responsabilă – Marko; când – prima săptămână; resurse necesare – informații și contacte; rezultatul așteptat – responsabilitatea stabilită și informațiile obținute despre ce se poate face.

Distribuiți materialul informativ – Planul nostru de acțiune și spuneți-le: „Acum, luați activitățile pe care le-ați pus în ordine și, pentru fiecare dintre ele, stabiliți: Cine va fi responsabil? Când ar trebui implementate? De ce veți avea nevoie? Ce rezultat concret așteptați?”

Explică faptul că persoana responsabilă de o activitate nu trebuie să facă totul singură. Aceasta înseamnă că se va asigura că activitatea este organizată și implementată în coordonare cu ceilalți membri ai echipei.

Rugați-i să se refere la resursele pe care le-au identificat în sesiunea anterioară. De exemplu, pentru spațiul public, ar putea avea nevoie de instrumente, materiale, persoane care să le ajute, informații sau sprijin din partea altor părți interesate. Rugați-i să se gândească la ce anume au nevoie pentru fiecare dintre activitățile lor.

În această etapă, nu ar trebui să calculeze costurile financiare în detaliu. Dacă o activitate necesită resurse financiare, este suficient să se menționeze acest lucru ca resursă; costurile vor fi dezvoltate mai detaliat ulterior.

După ce au finalizat planul, rugați-i să îl analizeze în ansamblu și să verifice: Conduc activitățile cu adevărat la obiectivele noastre? Este clar cine este responsabil pentru ce? Este calendarul realist? Știm de ce avem nevoie pentru fiecare activitate? Lipsește ceva?

Apoi, rugați fiecare echipă să își prezinte pe scurt planul. În loc să citiți întregul tabel, rugați-i să explice care este obiectivul lor, care sunt principalele activități, care este primul pas și ce consideră deosebit de important pentru implementarea planului.

După fiecare prezentare, acordați puțin timp pentru întrebări, comentarii și sugestii din partea celorlalți participanți. Încurajați întrebările care vor ajuta echipa să gândească mai departe: „Aveți suficient timp pentru această activitate?”, „Ce veți face dacă nu puteți asigura resursa necesară?”, „Cine v-ar putea ajuta?”, „Omite vreun pas?”

După schimbul de discuții în plenară, acordați-le câteva minute pentru a se întoarce la echipele lor și, dacă consideră necesar, să facă modificările finale la plan pe baza întrebărilor și sugestiilor primite.

La final, întrebați: „Dacă ar trebui să începeți implementarea ideii voastre chiar mâine, care ar fi primul pas concret?”

Subliniați că procesul pe care l-au folosit poate fi aplicat diferitelor idei: idee → obiectiv → verificare SMART → activități → responsabilități, timp și resurse → plan. Abilitățile de stabilire a obiectivelor, planificare, organizare, mobilizare a resurselor, colaborare și utilizare a feedbackului ne ajută ori de câte ori dorim să transformăm o idee în acțiuni concrete.

Încheiați cu mesajul: „O idee bună este un punct de plecare. Pentru ca ea să devină realizabilă, trebuie să știm ce vrem să realizăm și ce pași ne vor duce acolo. Planificarea ne ajută să transformăm o idee măreață în activități concrete pe care le putem organiza, implementa și monitoriza.”

Note pentru facilitator

Folosește exemplele în momentul în care oferi instrucțiunea, nu ca o lecție separată. Este suficient să arăți pe scurt cum ar arăta pasul specific folosind exemplul sacilor de pânză sau al spațiului public și apoi să le ceri imediat participanților să aplice aceeași abordare propriei idei.

Scurtele sesiuni plenare de partajare nu ar trebui să devină prezentări lungi sau formale. Ele fac parte din procesul de dezvoltare a ideii și permit participanților să își explice ideea altora, să pună și să răspundă la întrebări, să audă perspective diferite și să folosească feedback pentru a îmbunătăți ceea ce dezvoltă. Încurajați comentariile constructive axate pe idee, obiective și plan, mai degrabă decât pe persoanele care le prezintă. Echipele nu trebuie să accepte fiecare sugestie - ceea ce contează este să o ia în considerare și să decidă singure dacă îi va ajuta să îmbunătățească ideea.

Asigurați-vă că participanții înțeleg diferența dintre un obiectiv și o activitate. O activitate descrie ceea ce vom face, în timp ce un obiectiv arată ceea ce dorim să realizăm. Folosiți abordarea SMART ca instrument practic de verificare, mai degrabă decât ca o lecție teoretică separată.

Nu repetați analiza SWOT și cartografierea resurselor. Încurajați echipele să utilizeze rezultatele sesiunii anterioare. În această sesiune, nu intrați în calcule detaliate ale costurilor.

Fișe de lucru

De la idee la obiective

Care este ideea noastră? Ce vrem să oferim, să creăm sau să facem? Cui i se adresează? Cărei nevoi, probleme sau oportunități răspunde? Ce valoare vrem să creăm?

Obiectivul nostru general

Ce dorim să obținem prin ideea noastră? Ce rezultat sau schimbare mai amplă dorim să obținem sau să încurajăm?

Obiectivele noastre specifice

Ce anume trebuie să realizăm pentru a ne îndrepta spre obiectivul nostru general? Ce rezultat concret dorim să vedem?

Verificați-vă obiectivele specifice folosind **abordarea SMART**:

S – Specific: Este clar ce anume dorim să realizăm?

M – Măsurabil: Cum vom ști că am atins obiectivul?

A – Realizabil: Putem realiza acest lucru în mod realist cu timpul, oportunitățile și resursele pe care le avem la dispoziție?

R – Relevant: Este obiectivul important pentru ideea noastră și pentru nevoia, problema sau oportunitatea pe care o abordăm?

T – Încadrat în timp: Până când dorim să atingem obiectivul?

Dacă este necesar, îmbunătățiți obiectivul pe baza verificării SMART.

Planul nostru de acțiune

Mai întâi, notează activitățile pe care le-ai identificat și le-ai pus în ordine. Apoi, pentru fiecare activitate, stabilește cine va fi responsabil, când va fi implementată, de ce vei avea nevoie și ce rezultat aștepti.

Activitate / Sarcină	Cine este responsabil?	Când?	De ce avem nevoie?	Rezultatul așteptat

După ce ați finalizat planul, verificați: Conduc activitățile către obiectivele noastre? Este clar cine este responsabil pentru ce? Este calendarul realist? Știm de ce resurse avem nevoie? Știm care este primul nostru pas concret?

MODULUL 4 – GESTIONAREA RESURSELOR ȘI A FINANȚELOR

Prezentare generală a modului

Pentru ca o idee să se transforme dintr-un plan în realitate, trebuie să știm nu doar **ce vrem să facem**, ci și **de ce avem nevoie, cât va costa, de unde putem obține fondurile și resursele necesare și cum să-i abordăm pe cei care ne pot sprijini**. Capacitatea de a evalua realist nevoile, de a planifica resursele și mijloacele financiare și de a mobiliza sprijin este o parte importantă a acțiunii antreprenoriale.

Resursele necesare pentru implementarea unei idei nu sunt doar financiare. Acestea pot include **materiale, echipamente, spațiu, tehnologie, timp, cunoștințe, abilități, informații, contacte, servicii și sprijin din partea altor persoane și organizații**. Unele dintre acestea pot exista deja în cadrul echipei sau

În împrejurimile acestora, altele pot fi obținute prin cooperare, împrumuturi, donații sau altă formă de sprijin, în timp ce altele vor necesita mijloace financiare. Prin urmare, o bună planificare financiară începe cu înțelegerea a ceea ce avem nevoie cu adevărat și recunoașterea resurselor pe care le avem deja.

Acest modul îi ghidează pe participanți prin procesul de **planificare și mobilizare a resurselor și mijloacelor financiare necesare pentru implementarea ideii pe care o dezvoltă**. Pe parcursul celor trei sesiuni, aceștia conectează mai întâi activitățile planificate cu resursele și costurile necesare și pregătesc un **buget simplu**. Apoi, explorează diferite **surse și modalități de obținere a fondurilor**, compară oportunitățile, condițiile și obligațiile lor și evaluează care dintre ele ar putea fi potrivite pentru ideea lor. În cele din urmă, își extind atenția de la finanțare la un sprijin mai larg și învață **cum să identifice potențialii susținători, ce să le ceară în mod specific și cum să explice clar de ce ideea lor merită sprijin**.

În acest fel, planificarea financiară din cadrul modulului nu este tratată ca un exercițiu izolat cu cifre, ci ca parte a unui proces mai amplu de transformare a unei idei în acțiuni realiste și realizabile. Participanții învață să conecteze **obiectivele, activitățile, resursele, costurile, fondurile disponibile și posibilele surse de sprijin**, să facă alegeri și să își adapteze planul atunci când resursele sunt limitate sau când apar noi oportunități.

În același timp, modulul dezvoltă ideea că **mobilizarea resurselor implică căutarea și crearea activă de oportunități**. În loc să pornească de la presupunerea că trebuie mai întâi să aibă toate fondurile necesare, participanții învață să recunoască ceea ce au deja, ce pot obține în alt mod, cu cine pot coopera și cum pot fi combinate diferite resurse și surse de sprijin pentru a face ideea realizabilă.

De ce este important acest subiect?

O idee bună și un plan bine pregătit nu sunt suficiente dacă nu există o imagine realistă a resurselor necesare pentru implementarea lor. Tinerii pot fi motivați și pot avea o idee clară despre ceea ce vor să facă, dar este posibil să nu știe **cum să estimeze cât va costa, ce resurse le sunt deja disponibile, unde pot solicita sprijin suplimentar sau cum să abordeze potențialii susținători**.

Dezvoltarea acestor abilități îi ajută să treacă de la o idee generală la o planificare mai realistă. Atunci când sunt capabili să identifice resursele necesare, să estimeze costurile și să pregătească un buget, pot evalua mai ușor ce este realizabil și ce trebuie adaptat. Atunci când sunt familiarizați cu diferite modalități de obținere a fondurilor și sprijinului, pot face o alegere mai informată, în loc să se bazeze doar pe o singură posibilitate.

În același timp, capacitatea de a mobiliza resurse consolidează **inițiativa și capacitatea de a coopera**. Tinerii învață că implementarea unei idei necesită adesea conectarea cu alte persoane, organizații, instituții, companii sau comunitatea, comunicarea clară a ceea ce au nevoie și construirea de relații în care diferite părți pot contribui la un obiectiv comun.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul modulului, participanții vor fi capabili să:

- să identifice resursele și mijloacele financiare necesare pentru implementarea activităților planificate;
- să facă distincția între resursele pe care le au deja și cele pe care trebuie să le obțină suplimentar;
- să estimeze costurile de bază și să pregătească un buget simplu legat de planul lor de acțiune;
- a recunoaște și a compara diferite surse și modalități de obținere a fondurilor și a lua în considerare condițiile și obligațiile aferente;
- să selecteze și să combine surse adecvate de finanțare și alte resurse în funcție de nevoile unei idei specifice;
- să identifice potențiali susținători și diferite forme de sprijin financiar și nefinanciar;
- să formuleze o cerere de sprijin clară și specifică și să o adapteze unui potențial susținător;
- să conecteze planificarea financiară, mobilizarea resurselor și cooperarea cu implementarea propriei idei.

Competențe antreprenoriale cheie

Modulul contribuie în special la dezvoltarea **mobilizării resurselor**, deoarece participanții învață să recunoască ceea ce au nevoie, ceea ce au deja și cum pot obține resurse financiare și nefinanciare suplimentare; **alfabetizare financiară și economică**, prin estimarea costurilor, pregătirea unui buget și familiarizarea cu diferite surse de finanțare; și **luarea inițiativei**, prin căutarea activă a oportunităților, abordarea potențialilor susținători și luarea de măsuri concrete pentru implementarea ideii.

Modulul contribuie, de asemenea, la **planificare și management**, deoarece participanții conectează continuu resursele și deciziile financiare cu obiectivele și activitățile pe care le-au planificat anterior, precum și la **colaborarea cu ceilalți**, prin identificarea partenerilor, susținătorilor și oportunităților de cooperare.

Aceste competențe îi ajută pe tineri să înțeleagă că transformarea unei idei în acțiune necesită mai mult decât intenții bune sau un plan inițial. Este necesar să se evalueze realist ceea ce este necesar, să se facă alegeri, să se utilizeze resursele disponibile și să se caute în mod activ modalități de a obține ceea ce lipsește.

Cum învață participanții

Activitățile din cadrul modulului combină **lucrul la ideea reală a echipei, calcule practice, analiza situațiilor concrete, discuții în grup, compararea diferitelor posibilități, simularea solicitării de sprijin și feedback reciproc**. Participanții nu lucrează cu concepte financiare doar la nivel teoretic, ci le aplică treptat ideii și planului dezvoltat în modulele anterioare.

Învățarea de la egal la egal este deosebit de importantă deoarece diferite echipe pot identifica diferite modalități de utilizare și obținere a resurselor. Prin partajarea bugetelor, selectarea surselor și exersarea solicitărilor de sprijin, participanții dobândesc idei noi unii de la alții, își reconsideră propriile alegeri și învață că **pot exista mai multe soluții pentru aceeași nevoie și că o bună gestionare a resurselor necesită flexibilitate, creativitate și cooperare.**

SESIUNEA 1 – DE LA RESURSE LA UN BUGET

Prezentare generală a sesiunii

Pentru ca o idee să fie implementată, nu este suficient să știm ce vrem să facem. Trebuie să ne gândim la ce avem nevoie pentru a o realiza, ce avem deja, ce trebuie să obținem suplimentar și cât va costa implementarea. Aici începe planificarea financiară.

În modulul anterior, participanții au lucrat în echipe la ideea comună, au definit obiective și activități și au pregătit un plan de acțiune. În această sesiune, ei continuă să lucreze în aceleași echipe și la aceeași idee, dar o examinează din perspectiva resurselor și a finanțelor necesare. Mai întâi, stabilesc ce au nevoie pentru a implementa activitățile planificate, apoi ce au deja sau ce pot folosi și ce trebuie să obțină sau să plătească și, în final, pregătesc un buget simplu.

Resursele nu sunt doar bani. Acestea pot include materiale, echipamente, spațiu, tehnologie, timp, cunoștințe, abilități, oameni, informații sau servicii. Unele dintre ele pot fi deja disponibile pentru noi sau pot fi obținute fără costuri suplimentare, în timp ce altele vor necesita mijloace financiare. În acest fel, participanții învață să facă distincția între ceea ce avem nevoie pentru a implementa ideea și ceea ce trebuie de fapt să plătim.

Prin acest proces, ei trec treptat de la resurse la costuri și de la costuri la un buget și învață că un buget nu este doar un tabel de numere, ci un plan financiar care derivă din ceea ce vrem să facem. Aceeași logică poate fi folosită atunci când planificăm o afacere, un produs sau un serviciu, precum și atunci când pregătim diferite activități și inițiative.

Durată: 115 minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți exemple simple și concrete și ajutați participanții să identifice resursele și să estimeze prețurile.

19–24 ani: Încurajați-i să identifice independent resursele, să verifice prețurile reale și să organizeze costurile într-un buget.

25–29 ani: Încurajați o analiză mai detaliată a resurselor și costurilor, verificarea prețurilor reale și reflecția asupra unei utilizări mai eficiente a resurselor disponibile.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să identifice resursele necesare pentru implementarea activităților planificate;
- să facă distincția între resursele pe care le au deja și cele pe care trebuie să le obțină suplimentar;
- să recunoască acele resurse necesare care generează un cost financiar;
- să înțeleagă conceptele de bază privind resursele, costurile și elaborarea bugetului;
- să facă o estimare aproximativă a cantității, prețului unitar și costului total;
- să înțeleagă cum rezultă bugetul din planul de acțiune;
- să pregătească un buget simplu pentru implementarea ideii lor;
- să revizuiască și să adapteze bugetul în funcție de plan și de resursele disponibile.

Materiale necesare

Planurile de acțiune ale echipelor din Modulul 3, rezultatele analizei SWOT și cartografierea anterioară a resurselor, flipchart, markere, coli A4, pixuri, calculatoare sau telefoane mobile, Fișa de lucru 1 – De la planul nostru la resursele de care avem nevoie, Fișa de lucru 2 – Bugetul nostru și Fișe cu concepte financiare.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – De ce avem nevoie pentru a implementa planul? – 20 de minute

Rugați participanții să se întoarcă la aceleași echipe în care și-au dezvoltat ideea în Modulul 3 și să își prezinte planul de acțiune. Explicați că nu vor crea un plan nou, ci vor continua să dezvolte ceea ce au planificat deja.

Puneți întrebarea: „Dacă ar trebui să începem implementarea planului mâine, de ce am avea nevoie?”

Distribuiți materialul informativ – „De la planul nostru la resursele de care avem nevoie”. Rugați echipele să analizeze activitățile din planul lor de acțiune și să le transfere în prima coloană. Pentru fiecare activitate, rugați-i să se gândească la ce anume au nevoie pentru a o implementa și în ce cantitate.

Apoi, rugați-i să analizeze fiecare resursă identificată una câte una și să stabilească dacă o au deja sau o pot utiliza fără costuri suplimentare sau dacă va trebui să o obțină sau să plătească pentru ea. Subliniați că în această etapă nu calculează încă prețurile. Scopul este mai întâi de a obține o imagine clară a ceea ce au nevoie și care dintre aceste resurse vor genera un cost financiar.

Explicați că o resursă este orice avem nevoie pentru a putea face ceva. Aceasta poate include materiale, echipamente, spațiu, tehnologie, transport, informații, cunoștințe, abilități, timp, oameni sau diferite servicii.

Folosiți exemplul din modulul anterior pentru a ilustra sarcina. Dacă echipa planifică o activitate de îmbunătățire a unui spațiu public, este posibil să aibă nevoie de unelte, mănuși, genți, materiale de îmbunătățire, transport, informații sau permise, persoane care să ajute și materiale pentru a informa comunitatea.

În această etapă, nu le cereți participanților să se gândească la prețuri. Scopul este mai întâi de a determina ce este cu adevărat necesar pentru implementarea fiecărei activități. Când echipele au terminat, rugați-le să se uite la ultima coloană – „Trebuie să obținem / să plătim pentru asta”. Explicați că aceste resurse vor forma baza pentru următorul pas – estimarea costurilor și pregătirea bugetului.

Partea a 2-a – Ce avem deja și ce trebuie să obținem? – 15 minute

După ce echipele au întocmit lista, întrebați: „Trebuie să cumpărăm tot ce ne trebuie?”

Încurajați-i să se gândească la ceea ce au deja în cadrul echipei și trimiteți-i înapoi la analiza SWOT și cartografierea resurselor din modulul anterior. Poate că un membru al echipei are deja o anumită abilitate, un computer, un instrument sau o altă resursă. Ceva poate fi împrumutat, partajat sau utilizat fără costuri suplimentare.

Rugați-i să stabilească pentru fiecare resursă: O avem deja sau este disponibilă pentru noi? O putem folosi fără costuri suplimentare? Trebuie să o obținem sau să plătim suplimentar pentru ea?

De exemplu, la îmbunătățirea spațiului public, unele unelte pot fi împrumutate, în timp ce anumite materiale vor trebui achiziționate.

Încheiați această parte cu mesajul că planificarea financiară nu începe cu întrebarea „De câți bani avem nevoie?”, ci cu întrebarea „De ce avem nevoie și ce avem deja?”.

Partea 3 – De la resurse la costuri – 20 de minute

Rugați echipele să identifice resursele pe care vor trebui să le plătească. Introduceți conceptul de cost/cheltuială și explicați că aceștia sunt banii pe care trebuie să îi plătim pentru materiale, produse, servicii și alte lucruri necesare pentru implementarea ideii.

Puneți întrebarea: „Cum putem determina cât ne va costa de fapt ceva?”

Distribuiți Fișa de lucru 2 – „Bugetul nostru”. Rugați echipele să se întoarcă la Fișa de lucru 1 și să transfere în buget resursele pe care au stabilit că trebuie să le obțină sau să le plătească. Pentru fiecare element, trebuie să introducă activitatea la care se referă, cantitatea necesară, prețul unitar estimat și costul total.

Reamintește-le că:

$\text{cantitate} \times \text{preț unitar} = \text{cost total}$.

Explicați că nu fiecare cost trebuie calculat în acest fel. Un anumit serviciu, de exemplu, poate avea un preț total. Important este ca aceștia să știe pentru ce plătesc, de cât au nevoie și cum au ajuns la suma estimată.

Dacă au acces la internet, încurajați-i să verifice prețurile reale. Dacă acest lucru nu este posibil, pot folosi estimări rezonabile. Nu se așteaptă ca prețurile să fie perfect corecte – scopul este de a învăța cum să facă o estimare realistă și justificată a costurilor.

După ce au introdus toate elementele, rugați-i să adune costurile totale și să calculeze bugetul total necesar pentru implementarea planului lor.

Partea 4 – Ce este un buget și cum îl planificăm? – 15 minute

Întrebați: „Când auziți cuvântul buget, ce înseamnă pentru dumneavoastră?” Scrieți mai multe răspunsuri pe flipchart și explicați că un buget este un plan financiar care ne ajută să estimăm în avans de câte fonduri vom avea nevoie, pentru ce vor fi necesare și cum le vom aloca.

Pe flipchart, arătați următoarea logică:

Plan → activități → resurse → buget

Subliniați faptul că bugetul ar trebui luat în considerare încă din etapa de planificare a unei inițiative. Chiar și o activitate care inițial necesită puține sau deloc resurse financiare poate genera ulterior costuri. Prin urmare, este important să se pregătească bugetul pentru o perioadă definită și să se țină cont de cantitățile și resursele care vor fi necesare în acea perioadă.

Subliniați faptul că bugetul ar trebui să decurgă din plan. Dacă există un cost în buget, ar trebui să putem explica de ce este necesar și de ce activitate este legat. În schimb, dacă o activitate necesită mijloace financiare, acestea ar trebui prevăzute în buget.

Explicați cei patru pași de bază:

1. mai întâi, stabilim ce vrem să facem;
2. în al doilea rând, identificăm resursele de care avem nevoie;
3. în al treilea rând, stabilim ce resurse trebuie să plătim și estimăm costurile;
4. În al patrulea rând, organizăm costurile într-un buget, calculăm suma totală și o comparăm din nou cu planul nostru.

Introduceți conceptul de fonduri disponibile – mijloacele financiare deja disponibile pentru implementarea planului. Subliniați faptul că resursele nu trebuie confundate cu mijloacele financiare: echipamentele împrumutate sau spațiul oferit gratuit sunt resurse, dar nu sunt venituri monetare.

Explicați că un buget este un plan și o estimare care se poate schimba. Dacă descoperim că ceva costă mai mult decât se așteaptă sau că o anumită resursă poate fi utilizată gratuit, este posibil să fie nevoie să adaptăm bugetul.

Pentru ideile care implică vânzarea unui produs sau serviciu, poate fi necesar să se ia în considerare suplimentar concepte precum costurile fixe și variabile, prețul de vânzare, veniturile, profitul, pierderea și pragul de rentabilitate.²

Partea 5 – Pregătirea bugetului nostru – 25 de minute

Distribuiți Fișa de lucru 2 – „Bugetul nostru” și rugați echipele să organizeze informațiile pe care le-au colectat deja. Explicați că nu pornesc de la un tabel gol – fiecare element bugetar ar trebui să provină din resursele și costurile identificate anterior.

În exemplul spațiului public, dacă uneltele pot fi împrumutate, acestea rămân o resursă, dar nu creează un cost. Dacă trebuie achiziționate 30 de perechi de mănuși, cantitatea, prețul unitar și costul total sunt introduse în buget.

² Concepte financiare suplimentare pentru idei care implică vânzarea unui produs sau serviciu

Dacă ideea implică **vânzarea unui produs sau serviciu**, pe lângă bugetare este important să înțelegem și alte câteva concepte financiare de bază. Acestea ne ajută să evaluăm cât ne costă ceea ce oferim, la ce preț îl putem oferi și dacă veniturile pe care le generăm acoperă costurile.

Costurile fixe sunt costuri care rămân aceleași sau similare pe o anumită perioadă, indiferent de numărul de produse sau servicii pe care le producem sau le vindem. Acestea pot include, de exemplu, chiria pentru spații, anumite abonamente sau alte costuri regulate.

Costurile variabile sunt costuri care se modifică în funcție de cantitatea de produse sau servicii pe care le producem sau le furnizăm. Acestea pot include materiale, ambalaje sau alte costuri asociate cu fiecare unitate suplimentară a unui produs sau serviciu.

Prețul de vânzare este suma la care un produs sau serviciu este oferit clienților. La stabilirea prețului, este important să se țină cont de costuri, dar și de valoarea pe care o oferim, de potențialii clienți și de prețurile unor produse sau servicii similare.

Venitul reprezintă banii încasați din vânzarea de produse sau servicii.

Profitul este suma rămasă după deducerea costurilor totale din veniturile totale.

Pierderea apare atunci când costurile totale sunt mai mari decât veniturile generate.

Pragul de rentabilitate este punctul în care veniturile totale sunt egale cu costurile totale. În acel moment, nu există nici profit, nici pierdere.

Exemplu: Echipa intenționează să producă și să vândă 50 de genți de pânză. Costurile totale de producere și vânzare a acestora se ridică la **1.500 EUR**. Dacă toate cele 50 de genți sunt vândute la un preț de **40 EUR**, venitul total va fi:

50 × 40 EUR = 2.000 EUR venit

Pentru a calcula profitul:

Venituri de 2.000 EUR – costuri de 1.500 EUR = profit de 500 EUR

Este important să ne amintim că **venitul nu este același lucru cu profitul**. Venitul arată câți bani am primit din vânzări, în timp ce profitul arată ce rămâne după ce toate costurile au fost acoperite.

Aceste concepte sunt deosebit de relevante pentru ideile care implică vânzarea de produse sau servicii. Pentru alte tipuri de idei și inițiative, planificarea financiară poate urma o logică diferită, dar este totuși important să se evalueze realist resursele necesare, costurile și fondurile disponibile.

După ce toate elementele au fost introduse, echipele calculează costurile totale ale implementării ideii lor.

Apoi, ei compară bugetul cu planul și verifică: Sunt incluse toate activitățile care necesită fonduri? Am uitat ceva? Sunt cantitățile și prețurile realiste? Am inclus un cost pentru ceva ce avem deja? Se poate organiza ceva mai eficient fără a reduce calitatea a ceea ce dorim să facem? Pentru ce perioadă planificăm acest buget și corespund cantitățile planificate duratei și domeniului de aplicare al activităților?

Dacă este necesar, echipele revizuiesc bugetul.

Partea a 6-a – Consolidarea conceptelor financiare

După ce echipele și-au finalizat bugetele, treceți la o scurtă trecere în revistă a conceptelor financiare de bază pe care le-au folosit în timpul exercițiului. Distribuiți participanților sau echipelor Fișele cu concepte financiare disponibile în materialele informative. Rugați-i să conecteze conceptele cu ceea ce tocmai au făcut în timp ce își pregăteau bugetul.

De exemplu, adresați întrebări precum: „Ce concept am folosit atunci când am stabilit cât costă un articol sau o unitate?” „Cum numim suma pe care o obținem atunci când înmulțim cantitatea cu prețul unitar?” „Ce reprezintă suma tuturor costurilor planificate?”

Participanții arată sau selectează apoi cartonașul potrivit și explică pe scurt cum a apărut conceptul în bugetul lor.

Partea 7 – Analiză și împărtășirea rezultatelor – 10 minute

Fiecare echipă își prezintă pe scurt bugetul. Nu ar trebui să citească fiecare element, ci să explice bugetul total estimat, cele mai semnificative costuri și dacă în timpul pregătirii au descoperit ceva ce i-a determinat să își adapteze planul inițial.

Ceilalți participanți pot pune întrebări și pot face sugestii scurte: dacă un cost ar putea lipsi, dacă o estimare ar trebui verificată din nou sau dacă o resursă ar putea fi obținută sau utilizată în alt mod.

Subliniați că scopul nu este de a determina care echipă are cel mai „mic” buget. Un buget bun este unul care arată realist ce este necesar pentru implementarea planului.

Încheiați cu mesajul că acum știu de ce au nevoie pentru a-și implementa ideea, ce resurse pot folosi fără costuri suplimentare și aproximativ de cât buget au nevoie. În următoarea sesiune, vor face următorul pas - vor examina diferite surse și modalități de obținere a fondurilor și vor lua în considerare care sunt cele mai potrivite pentru ideea lor.

Note pentru facilitator

Sesiunea ar trebui să se bazeze direct pe Modulul 3. Participanții continuă să lucreze în aceleași echipe, pe aceeași idee și cu planul pe care l-au pregătit deja. Nu le cereți să creeze idei noi doar pentru exercițiile financiare.

Acordați o atenție deosebită asigurării că nu echivalează resursele cu banii. Abilitățile, cunoștințele, timpul, oamenii, echipamentele, spațiul, informațiile și contactele pot fi resurse importante chiar dacă nu generează un cost financiar direct. În mod similar, spațiul oferit gratuit, echipamentele împrumutate sau contribuțiile voluntare nu ar trebui prezentate automat ca venit.

Nu solicitați prețuri perfect precise. Este mai important ca participanții să înțeleagă logica activitate → resursă → cost → buget și să învețe cum să facă o estimare financiară rezonabilă.

În această sesiune, nu deschideți o discuție detaliată despre proveniența fondurilor. Dacă participanții menționează propriile fonduri, o subvenție, o donație, un împrumut sau o altă sursă, explicați că această problemă va fi abordată ulterior. Este important de la bun început să se mențină distincția dintre resursele pe care le folosim, mijloacele financiare pe care le obținem și veniturile pe care le poate genera o anumită activitate comercială.

Fișe de lucru:

De la planul nostru la resursele de care avem nevoie

Analizați activitățile din planul vostru de acțiune și, pentru fiecare dintre ele, gândiți-vă de ce aveți nevoie pentru a o realiza.

Activitate	De ce avem nevoie?	De cât avem nevoie?	Îl avem / îl putem folosi fără costuri suplimentare	Trebuie să obținem / să plătim pentru asta

Bugetul nostru

Folosind resursele pe care trebuie să le obțineți sau pentru care trebuie să plătiți, pregătiți-vă bugetul.

Activitate	Element / cost bugetar	Cantitate	Preț unitar	Total

TOTAL				

La final, verificați: Corespunde bugetul planului nostru? Am inclus toate costurile necesare? Sunt cantitățile și prețurile realiste? Am uitat ceva? Avem deja vreuna dintre resurse sau le putem folosi fără costuri suplimentare? Trebuie să schimbăm ceva în plan sau în buget?

Fișe cu concepte financiare

Pregătiți un set de Fișe cu Concepte Financiare pentru această sesiune. Folosiți-le după ce participanții au lucrat cu conceptele în practică, astfel încât fișele să consolideze terminologia, nu să o introducă.

RESURSA – Orice avem nevoie pentru a implementa ideea sau activitatea: materiale, echipamente, spațiu, timp, cunoștințe, abilități, oameni, informații, servicii sau resurse financiare.

BUGET – Un plan financiar care arată de câte fonduri avem nevoie sau de care avem disponibile și cum intenționăm să le folosim pe o perioadă de timp definită.

COST / CHELTUIELI – Banii pe care îi plătim pentru materiale, produse, servicii și alte lucruri necesare pentru implementarea ideii.

PREȚ UNITAR – Prețul unei unități dintr-un produs, material sau serviciu pe care îl achiziționăm.

COST TOTAL – Suma totală pe care trebuie să o plătim pentru un anumit articol. La achiziționarea mai multor unități identice: **cantitate × preț unitar = cost total**.

SESIUNEA 2 – DE UNDE PUTEM OBȚINE FINANȚARE?

Prezentare generală a sesiunii

Pentru ca o idee să se transforme dintr-un plan în realitate, trebuie să știm nu doar ce vrem să facem și cât va costa, ci și cum vom obține fondurile de care avem nevoie. Capacitatea de a recunoaște diferite oportunități de finanțare, de a evalua care dintre ele sunt potrivite pentru ideea noastră și de a face o alegere realistă este o parte importantă a acțiunii antreprenoriale.

În sesiunea anterioară, participanții au identificat resursele și costurile aferente ideii pe care o dezvoltă și au pregătit un buget. În această sesiune, ei fac următorul pas: explorează de unde pot proveni fondurile necesare pentru implementarea ideii lor și cum funcționează diferite surse.

Prin situații concrete, discuții și lucru în grup, participanții se familiarizează cu propria contribuție, activități de strângere de fonduri, donații, sponsorizări, crowdfunding, granturi, venituri din produse sau servicii și alte forme de finanțare. Procedând astfel, ei învață că diferite surse implică oportunități, condiții și obligații diferite și că nu fiecare sursă este potrivită pentru fiecare idee. În final, ei aplică ceea ce au învățat direct ideii pe care o dezvoltă și își pregătesc propriul plan pentru obținerea fondurilor necesare implementării acesteia.

Durată: 90 de minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți exemple simple și familiare, cum ar fi activități pentru tineret, acțiuni locale, campanii și evenimente mici. Pentru împrumuturi, credite și microfinanțare, furnizați doar informații de bază ca parte a educației financiare.

19–24 ani: Includeți o gamă mai largă de surse și acordați o atenție sporită cerințelor de acces și obligațiilor care decurg din acestea.

25–29 ani: Încurajarea unei comparări mai detaliate a surselor, combinarea diferitelor surse și evaluarea condițiilor, riscurilor și sustenabilității.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să identifice diferite surse și modalități de obținere a fondurilor;
- să explice cum funcționează principalele forme de finanțare;
- să recunoască faptul că sursele diferite implică condiții și obligații diferite;
- să evalueze ce surse sunt mai potrivite pentru diferite idei și situații;
- să analizeze posibilitatea combinării mai multor surse;
- să selecteze surse realiste pentru ideea pe care o dezvoltă și să pregătească un plan de bază pentru obținerea fondurilor necesare.

Materiale necesare

Bugete din Sesiunea 1, flipchart, markere, pixuri, fișe de situație, fișe – Surse de fonduri și fișă de lucru – Plan de finanțare pentru ideea noastră.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – O idee, diferite posibilități – 10 minute

Începeți cu următoarea situație: „Un grup de tineri are o idee prin care doresc să abordeze o problemă sau o nevoie pe care au identificat-o în comunitatea lor. Echipa a pregătit deja un plan și un buget, dar a constatat că le lipsesc 500 EUR pentru a implementa ideea. Ce pot face?” Scrieți sugestiile pe flipchart fără a le clasifica sau evalua imediat. Participanții pot sugera să contribuie ei înșiși cu o parte din fonduri, să organizeze o activitate de strângere de fonduri, să solicite sprijin cetățenilor sau unei companii, să aplice pentru o cerere de finanțare, să organizeze o campanie online sau alte soluții.

După ce ați adunat mai multe idei, întrebați-vă: „Sunt toate aceste fonduri obținute în același mod? Ce trebuie să facem pentru a le obține? Implică toate aceleași condiții și obligații?”

Apoi, rugați echipele să analizeze pe scurt bugetul pe care l-au pregătit pentru propria idee în sesiunea anterioară. Explicați că, în timp ce explorează diferitele posibilități în următoarele părți ale sesiunii, ar trebui să țină cont în permanență de următoarea întrebare: „Ar putea funcționa și pentru ideea noastră?”

Partea a 2-a – Cum ar putea obține fondurile? – 20 de minute

Rugați participanții să continue să lucreze în aceleași echipe în care își dezvoltă ideea/inițiativa. Dați fiecărei echipe câte o Fișă Situațională și rugați-i să examineze cu atenție situația și să se gândească la posibilele modalități prin care ideea sau inițiativa prezentată în exemplu ar putea avansa. În această etapă, nu le oferiți denumiri și definiții predefinite ale diferitelor surse. Scopul este ca participanții să descopere mai întâi cât mai multe posibilități, prin intermediul situațiilor concrete.

Fișa 1: Un grup de tineri dorește să organizeze o serie de ateliere privind recunoașterea și prevenirea violenței digitale în rândul tinerilor. Au persoane care pot facilita activitățile, dar au nevoie de fonduri pentru materiale, promovare și organizare.

Fișa 2: Un grup de tineri dorește să îmbunătățească un spațiu neglijat din cartierul lor și să îl transforme într-un loc pe care tinerii îl pot folosi. Au nevoie de materiale, unelte și fonduri pentru a organiza activitățile.

Cartela 3: Un grup de tineri dorește să organizeze un eveniment cultural local prin care tinerii să își poată prezenta muzica, fotografiile, scurtmetrajele și alte lucrări creative. Au o locație, dar nu au fonduri suficiente pentru costurile rămase.

Cartela 4: O echipă de tineri dorește să producă genți de pânză cu propriul design și să folosească o parte din venituri pentru activități comunitare. Au o idee și potențiali clienți, dar nu au fonduri pentru prima serie.

Pentru situația lor, grupurile discută: De unde ar putea proveni fondurile? Cine ar putea susține această idee și de ce? Ce ar trebui să facă echipa pentru a obține fondurile? Ar trebui rambursate fondurile? Persoana sau organizația care le furnizează ar aștepta ceva în schimb? Ar fi mai bine să se utilizeze una sau mai multe surse?

După lucrul în grup, fiecare grup își prezintă pe scurt soluțiile. Ceilalți participanți pot pune o întrebare sau pot sugera o posibilitate suplimentară.

După prezentări, întrebați: „Ar putea fi vreuna dintre abordările pe care le-ați auzit relevantă pentru ideea pe care o dezvoltă echipa dumneavoastră?”

Partea 3 – Cunoașterea diferitelor surse – 20 de minute

Pe baza soluțiilor deja propuse de participanți, introduceți treptat diferitele surse de finanțare. Conectați fiecare concept nou cu exemplele pe care le-au oferit ei înșiși.

Contribuție proprie / fonduri proprii – fonduri pe care individul sau echipa decide să le investească în implementarea ideii.

Activități de strângere de fonduri – activități organizate cu scopul de a strânge fonduri pentru o idee sau un scop specific. Acestea pot include un bazar, un eveniment sportiv sau cultural, un concert, o vânzare sau o licitație de articole lucrate manual, o campanie locală de strângere de fonduri sau o altă activitate creativă. Este important ca oamenii să știe clar pentru ce sunt strânse fondurile.

Donație – sprijin financiar sau de altă natură oferit de o persoană, organizație sau alt susținător pentru un scop specific, fără obligația de rambursare a fondurilor.

Sponsorizare – sprijin, cel mai adesea din partea unei companii sau a unei alte entități, unde există de obicei un beneficiu convenit pentru sponsor, cum ar fi vizibilitatea, promovarea sau asocierea cu activitatea.

Crowdfunding – strângerea de sume mai mici de la un număr mai mare de persoane, cel mai adesea prin intermediul unei platforme online sau al unei campanii organizate. Pentru ca o campanie de crowdfunding să aibă succes, este necesar să explicăm clar ce dorim să facem, de ce este important, de câtă finanțare avem nevoie și la ce vor fi folosite fondurile. Fotografiile, un scurt videoclip sau alte materiale vizuale pot ajuta oamenii să înțeleagă mai bine inițiativa, în timp ce campania ar trebui distribuită activ prin intermediul rețelelor sociale, al susținătorilor și al altor contacte.³

³Exemple de platforme de crowdfunding includ <https://whydonate.com/>, <https://www.globalgiving.org/> și <https://www.gofundme.com/>, precum și alte platforme internaționale, regionale și locale. Nu toate platformele sunt disponibile în toate țările, iar condițiile de demarare a unei campanii, primirea și retragerea fondurilor, taxele și criteriile de eligibilitate pot diferi și se pot modifica. Prin urmare, înainte de a selecta o platformă, ar trebui întotdeauna verificate disponibilitatea acestora în țara specifică și termenii actuali de utilizare. De asemenea, este util să explorați platformele locale sau regionale de crowdfunding și alte oportunități de strângere de fonduri online disponibile în țara specifică.

Atunci când se partajează fotografii, videoclipuri și alte date cu caracter personal, este deosebit de important să se respecte intimitatea, demnitatea și protecția copiilor, minorilor și a altor persoane vulnerabile, în conformitate cu reglementările naționale aplicabile și standardele internaționale de protecție relevante. Datele cu caracter personal și conținutul prin care pot fi identificate persoanele fizice nu ar trebui publicate fără consimțământul corespunzător și fără aplicarea măsurilor de protecție necesare.

Grant – fonduri acordate pentru un scop specific, cel mai adesea printr-o cerere de propuneri sau un program și conform unor condiții predefinite. De obicei, este necesar să se depună o cerere și să se respecte regulile care reglementează utilizarea fondurilor.

Granturile pot fi acordate de municipalități, instituții de stat, fundații, companii, organizații ale societății civile, organizații internaționale și diverse programe naționale și internaționale. Apelurile de propuneri specifică, de obicei, cine poate aplica, ce activități pot fi sprijinite, ce finanțare este disponibilă, ce documente sunt necesare și termenul limită pentru depunerea cererii. Faptul că există un grant nu înseamnă că este potrivit pentru inițiativa noastră – trebuie mai întâi să verificăm dacă ideea, echipa și activitățile îndeplinesc cerințele apelului specific.

Venituri dintr-un produs sau serviciu – pentru ideile care implică un produs, un serviciu sau o altă activitate economică, o parte sau toate fondurile necesare pot fi generate prin activitatea în sine.

Împrumut / credit – fonduri care sunt împrumutate și trebuie rambursate conform termenilor conveniți, cel mai adesea cu dobândă sau alte costuri. Atunci când se utilizează un împrumut sau un credit, este important să se verifice cu atenție termenii, costurile totale și obligațiile de rambursare și să se obțină fonduri numai de la instituții financiare legale și autorizate în mod corespunzător sau de la alți furnizori care au dreptul să ofere acest tip de servicii financiare în conformitate cu reglementările naționale.

Microfinanțare / microcredit – împrumuturi mai mici sau alte servicii financiare care pot fi destinate persoanelor fizice și activităților antreprenoriale mici cu acces limitat la finanțarea bancară tradițională. Fondurile împrumutate trebuie rambursate conform termenilor conveniți.

După prezentarea diferitelor surse, distribuiți materialul de lucru – „**Surse de finanțare**”, care oferă scurte explicații pentru fiecare sursă. Explicați că materialul de lucru poate servi drept memento în timp ce participanții compară diferitele posibilități și, mai târziu, când selectează sursele potrivite pentru ideea lor.

Pe măsură ce revizuiți sursele, desenați un tabel simplu pe flipchart și completați-l împreună cu participanții.

Sursă	De unde provin fondurile?	Trebuie rambursate?	Ce condiții sau obligații se pot aplica?
-------	---------------------------	---------------------	--

Contribuție proprie	De la noi/echipă	Nu	Acoperim singuri o parte din costuri
Activități de strângere de fonduri	De la persoane care susțin cauza/activitatea	Nu	Trebuie să organizăm o activitate și să atragem sprijin
Donație	De la persoane fizice, organizații sau alți susținători	Nu	Sprijinul este utilizat în scopul specificat
Sponsorizare	Cel mai adesea de la companii	Nu	Poate fi așteptată asigurarea vizibilității sau a unui alt beneficiu convenit
Finanțare colectivă	De la un număr mai mare de persoane	De obicei nu	Trebuie să prezentăm clar ideea și să atragem susținători.
Grant	Dintr-un program, instituție, fundație etc.	Nu	Cerere de finanțare, destinație precizată și reguli
Împrumut / credit	De la o bancă sau de la un alt creditor legal	Da	Rambursarea conform termenilor conveniți
Microcredit	De la o instituție de microfinanțare	Da	Rambursarea conform termenilor conveniți

Explicați că aceasta este o prezentare generală simplificată în scopul exercițiului și că regulile și condițiile specifice depind de sursa respectivă.

În timp ce discutați fiecare sursă, rugați echipele să se gândească la propria idee și să marcheze lângă sursă: ✓ – ar putea fi relevantă pentru ideea noastră;? – poate că trebuie să o cercetăm mai amănunțit; x – probabil că nu este potrivită pentru ideea noastră.

Partea 4 – Nu orice sursă este potrivită pentru orice idee – 15 minute

Rugați grupurile să revină la situația din Partea 2. Acum, că sunt familiarizați cu diferitele surse, ar trebui să selecteze două sau trei opțiuni pe care le consideră cele mai potrivite pentru situația specifică.

Pentru fiecare alegere, ar trebui să răspundă: De ce este potrivită această sursă? Care este avantajul ei? Ce condiții sau obligații ar trebui să luăm în considerare?

Apoi, oferiți fiecărui grup o informație suplimentară care schimbă situația, de exemplu: „Aveți nevoie de fonduri în următoarele două săptămâni.” „Echipa nu dorește să își asume obligația de a rambursa fondurile.” „O companie locală și-a manifestat deja interesul pentru acest subiect.” „Un număr mare de oameni din comunitate susțin ideea.” „Aveți deja persoane care sunt interesate să achiziționeze produsul în avans.”

Întrebați: „Vă schimbă noile informații alegerea? De ce?”

Explicați că nu alegem o sursă pur și simplu pe baza a ceea ce este disponibil. Trebuie să luăm în considerare ce tip de idee este, de câtă finanțare avem nevoie, pentru ce avem nevoie de ea, cât timp avem la dispoziție și ce condiții sau obligații ne putem asuma.

Partea 5 – Planul de finanțare pentru ideea noastră – 20 de minute

Explicați că până acum participanții au lucrat cu diferite situații pentru a se familiariza cu și a compara posibilele surse de finanțare. Acum vor aplica ceea ce au învățat la ideea pe care echipa lor a dezvoltat-o pe parcursul modulelor anterioare.

Participanții se întorc în aceleași echipe și iau bugetul pe care l-au pregătit pentru ideea lor în Sesiunea 1. Pe baza acestuia, fiecare echipă ar trebui să pregătească un Plan de finanțare pentru ideea lor.

În primul rând, ar trebui să stabilească: Care este bugetul total pentru ideea noastră? Ce finanțare sau contribuție proprie avem deja disponibilă? De ce finanțare mai trebuie să obținem? Pentru ce activități sau costuri specifice avem nevoie de ea?

Apoi, rugați-i să analizeze sursele cu care s-au familiarizat în timpul sesiunii și să evalueze: Ce surse am putea folosi în mod realist pentru ideea noastră? De ce aceste surse anume? Care sursă este cea mai potrivită pentru fiecare nevoie în bugetul nostru? Este mai bine să folosim o singură sursă sau să combinăm mai multe surse? Ce condiții sau obligații ne-am asuma? Ce trebuie să facem în mod specific pentru a accesa fiecare sursă selectată?

Subliniați faptul că nu este necesar ca întregul buget să fie asigurat dintr-un singur loc. Echipa își poate combina propria contribuție cu diferite surse externe, dacă acest lucru are sens pentru ideea specifică. Subliniați faptul că obținerea de resurse nu trebuie să însemne întotdeauna strângerea de bani. Dacă un anumit cost poate fi acoperit printr-o donație de materiale, utilizarea gratuită a spațiului, echipamente împrumutate, un serviciu furnizat sau o altă contribuție nefinanciară, acest lucru poate reduce suma pe care echipa trebuie să o obțină financiar.

Fiecare echipă completează Fișa de lucru – Planul de finanțare pentru ideea noastră. Scopul este ca, până la final, să aibă o imagine concretă și cât mai realistă posibil despre cum ar acoperi bugetul deja pregătit.

Apoi, fiecare echipă își prezintă planul întregului grup: „Pentru a implementa ideea noastră, avem nevoie de ____ euro/altă monedă. Din această sumă, putem deja furniza _____. Intenționăm să obținem fondurile rămase prin _____. Am selectat aceste surse deoarece _____. Primul nostru pas va fi _____.”

După fiecare prezentare, ceilalți participanți pot pune întrebări, pot oferi comentarii sau pot sugera o posibilitate suplimentară. Echipa își poate revizui planul dacă primește o idee utilă în urma discuției.

Partea a 6-a – Sursa este doar începutul – 5 minute

Pentru reflecția finală, întrebați: „Ce a fost cel mai important atunci când ați selectat sursele pentru ideea dumneavoastră? V-ați schimbat alegerea inițială după ce ați luat în considerare condițiile? Ar putea fi o combinație a mai multor surse mai realistă decât să vă bazați doar pe una?”

Încheiați cu mesajul: „Obținerea de fonduri nu începe cu întrebarea «Cine ne poate da bani?»», ci cu o înțelegere clară a ceea ce dorim să implementăm, a ceea ce avem nevoie și a formei de finanțare care se potrivește cel mai bine ideii noastre. Inițiativa antreprenorială înseamnă, de asemenea, capacitatea de a recunoaște oportunitățile, de a mobiliza resursele de care avem nevoie și de a găsi o modalitate realistă de a transforma ideea în acțiune.”

Conectați sesiunea cu următoarea. Participanții știu acum de câtă finanțare au nevoie, ce surse ar putea utiliza și de unde ar putea proveni sprijinul. Următorul pas este să se gândească la cum să abordeze potențialii susținători și să explice clar și convingător ce vor să facă și ce fel de sprijin caută.

Note pentru facilitator

Nu prezentați sursele ca pe un meniu predefinit din care fiecare echipă trebuie să aleagă. Scopul este ca participanții să învețe să evalueze ce modalitate de obținere a fondurilor este potrivită pentru ideea specifică. Reveniți în mod constant la ideea pe care o dezvoltă și la bugetul pe care l-au pregătit deja.

Pentru ideile axate pe o nevoie sau o problemă specifică din comunitate, încurajați participanții să se gândească la cine ar putea fi interesat să sprijine ideea și de ce. Pentru ideile care implică un produs, un serviciu sau o altă activitate economică, introduceți și posibilitatea ca o parte din finanțare să poată fi generată prin activitatea în sine. În acest fel, participanții recunosc că abilitățile antreprenoriale legate de planificare, mobilizarea resurselor și luarea deciziilor pot fi aplicate la implementarea diferitelor tipuri de idei și inițiative.

Dacă participanții doresc să exploreze o anumită platformă de crowdfunding, încurajați-i să verifice dacă aceasta este disponibilă în țara lor, care sunt termenii de utilizare, dacă există taxe și cum sunt plătite fondurile strânse.

Tratați împrumuturile, creditele și microfinanțarea cu o atenție deosebită. Acestea sunt incluse pentru ca participanții să poată înțelege gama mai largă de posibilități și logica financiară de bază, și nu ca o recomandare de a se îndatora. Pentru participanții mai tineri, tratați-le în primul rând ca parte a educației financiare.

De asemenea, subliniați faptul că granturile, donațiile și sponsorizările nu ar trebui înțelese pur și simplu ca „bani gratis”. Acestea pot avea un scop, reguli, așteptări sau obligații specifice. Scopul principal este ca participanții să înțeleagă că obținerea de fonduri face parte din implementarea unei idei și necesită alegeri informate, planificare și inițiativă.

Surse de finanțare

Contribuție proprie / fonduri proprii – Fonduri pe care individul sau echipa decide să le investească în implementarea ideii.

Activități de strângere de fonduri – Activități organizate cu scopul de a strânge fonduri pentru o idee sau un scop specific.

Donație – Sprijin financiar sau de altă natură oferit pentru un scop specific, fără obligația de rambursare.

Sponsorizare – Sprijin acolo unde există, de obicei, un beneficiu sau o vizibilitate convenite pentru partea care îl oferă.

Crowdfunding – Strângerea de sume mai mici de la un număr mai mare de persoane, cel mai adesea prin intermediul unei platforme online sau al unei campanii organizate.

Grant – Fonduri acordate pentru un scop specific conform unor condiții predefinite, cel mai adesea prin intermediul unei cereri de propuneri sau al unui program.

Venituri dintr-un produs sau serviciu – Fonduri generate prin vânzarea unui produs sau serviciu.

Împrumut / Credit – Fonduri care sunt împrumutate și trebuie rambursate conform termenilor conveniți, cel mai adesea cu dobândă sau alte costuri.

Microfinanțare / Microcredit – Împrumuturi mai mici sau alte servicii financiare care pot fi disponibile persoanelor fizice sau activităților antreprenoriale de mici dimensiuni. Fondurile împrumutate trebuie rambursate conform termenilor conveniți.

Plan de finanțare pentru ideea/inițiativa noastră

Inițiativa noastră: _____

Buget total: _____

Fonduri pe care le avem deja sau le putem obține singuri:

Fonduri de care mai avem nevoie: _____

Pentru ce ne trebuie fondurile?	Suma necesară	Sursa din care intenționăm să obținem fondurile	De ce este această sursă potrivită pentru ideea noastră?	Ce trebuie să facem pentru a accesa această sursă?

După completarea tabelului, discutați în cadrul echipei: Sursele selectate acoperă împreună fondurile care ne lipsesc? Ce condiții sau obligații ar trebui să luăm în considerare? Ce alte surse am luat în considerare, dar am decis să nu le folosim și de ce? Ce vom face dacă nu reușim să obținem una dintre sursele planificate?

Primul nostru pas concret către asigurarea fondurilor va fi:

SESIUNEA 3 – MOBILIZAREA SPRIJINULUI PENTRU IDEEA NOASTRĂ

Prezentare generală a sesiunii

Asigurarea fondurilor și a altor resurse necesare nu se termină cu identificarea posibilelor surse. Pentru ca o idee să primească sprijin, trebuie să știm pe cine să abordăm, ce anume să cerem și cum să explicăm clar de ce ideea noastră este importantă și merită susținută.

În sesiunea anterioară, participanții au explorat diferite surse de finanțare și au pregătit un plan de finanțare pentru ideea pe care o dezvoltă. În această sesiune, fac următorul pas: identifică potențialii susținători, iau în considerare ce ar putea cere de la aceștia și pregătesc o abordare concretă pentru solicitarea de sprijin.

Sprijinul nu trebuie să fie întotdeauna financiar. Spațiul, materialele, echipamentele, serviciile, cunoștințele, contactele, promovarea sau timpul pot fi la fel de importante pentru implementarea unei idei. Prin urmare, participanții sunt încurajați să se gândească mai pe larg la resursele disponibile în comunitatea lor și la modalitățile prin care le pot mobiliza.

Sesiunea conectează capacitatea de mobilizare a resurselor cu comunicarea, inițiativa și construirea cooperării. Până la final, fiecare echipă pregătește și pune în practică o cerere concretă de sprijin pentru propria idee.

Durată: 90 de minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți potențiali susținători cu care sunt familiarizați și ușor de înțeles – o școală, un centru de tineret, o organizație locală, o afacere locală, o municipalitate sau persoane din comunitate. Concentrați-vă pe o solicitare simplă și concretă.

19–24 ani: Includeți diferite tipuri de organizații, instituții, companii și programe și încurajați participanții să își adapteze abordarea la diferiți susținători.

25–29 ani: Acordați o atenție sporită construirii de parteneriate, interesului reciproc, negocierii și combinării diferitelor tipuri de sprijin.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să identifice diferiți potențiali susținători pentru implementarea unei idei;
- să analizeze formele de sprijin financiar și nefinanciar;

- să evalueze care susținător este cel mai potrivit pentru o anumită nevoie;
- să formuleze o cerere de sprijin clară și concretă;
- să explice de ce ideea este importantă și de ce un potențial susținător ar fi interesat să contribuie;
- să adapteze o solicitare la diferiți potențiali susținători;
- să pregătească și să exerseze o cerere de sprijin pentru ideea pe care o dezvoltă.

Materiale necesare

Planuri de finanțare din sesiunea 2, bugete de echipă, flipchart, markere, coli A4, pixuri, cartonașe – potențiali susținători și material informativ – cererea noastră de sprijin.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – Sprijinul nu înseamnă doar bani – 10 minute

Scrieți pe flipchart: „De ce am putea avea nevoie pentru a implementa o idee, în afară de bani?”

Încurajați o discuție rapidă. Participanții pot menționa spațiul, echipamentele, materialele, transportul, cunoștințele, expertiza, voluntarii, contactele, permisele, promovarea, accesul la un public, instrumentele digitale sau alte resurse.

Apoi, întrebați: „Dacă cineva ne poate oferi gratuit un spațiu care costă 150 EUR în bugetul nostru, ne ajută asta să reducem suma pe care trebuie să o asigurăm?”

Conectați discuția cu sesiunile anterioare. Explicați că bugetul ne arată de ce avem nevoie și cât costă, dar asta nu înseamnă că trebuie să cumpărăm fiecare resursă. Uneori o putem obține prin cooperare, donații, împrumuturi, partajarea resurselor sau o altă formă de sprijin.

Rugați echipele să analizeze pe scurt propriul buget și să selecteze un cost sau o resursă pe care ar putea-o obține fără a o plăti direct. Luați câteva exemple în plen.

Partea a 2-a – Cine ne poate sprijini și de ce? – 15 minute

Scrieți pe flipchart: „Cine ar putea fi interesat să susțină ideea noastră?”

Rugați participanții să identifice cât mai mulți potențiali susținători: persoane fizice, afaceri și companii locale, organizații, școli sau universități, centre de tineret, municipalitatea sau alte instituții, fundații, mass-media, profesioniști, grupuri locale și alți actori relevanți.

Apoi puneți întrebarea mai importantă: „De ce ar vrea vreunul dintre ei să ne susțină?”

Discutați cum diferiți susținători pot avea motive diferite. Cineva poate împărtăși scopul inițiativei, o companie poate dori să contribuie la comunitatea locală sau să câștige vizibilitate, o instituție poate lucra la aceeași problemă, în timp ce o organizație poate avea obiective similare.

Subliniați faptul că o cerere bună de sprijin nu începe doar cu „De ce avem nevoie?”, ci și cu întrebarea „De ce ar putea fi interesat acest susținător anume?”.

Partea 3 – Aceași cerere, un susținător diferit – 20 de minute

Explicați că modul în care solicităm sprijin trebuie să țină cont și de persoana căreia ne adresăm.

Dați un exemplu comun: Un grup de tineri dorește să organizeze o serie de activități pentru a îmbunătăți un spațiu public neglijat și a-l folosi pentru activități pentru tineri. Aceștia au nevoie de materiale, spațiu pentru întâlniri pregătitoare, promovare și ajutor din partea unor persoane cu cunoștințe practice specifice.

Împărțiți participanții în grupuri mici și dați fiecărui grup un potențial susținător diferit: o companie locală, o municipalitate, o organizație locală a societății civile, o instituție media locală sau un profesionist cu cunoștințe și abilități relevante.

Fiecare grup ar trebui să ia în considerare următoarele întrebări: Ce anume i-am cere acestui susținător? De ce anume acestui susținător? Ce le-am spune despre această idee? De ce ar putea fi interesați să ajute?

După scurta activitate în grup, grupurile își prezintă propunerile. Comparați răspunsurile și demonstrați că aceeași idee poate necesita diferite tipuri de sprijin din partea unor persoane și organizații diferite.

De exemplu, ar putea solicita companiei materiale sau sprijin financiar, municipalității utilizarea spațiului sau alt sprijin instituțional, organizației expertiză sau voluntari și mass-media pentru promovare.

Partea 4 – Ce ar trebui să includă o solicitare de sprijin bine formulată? – 15 minute

Întrebați participanții: „Dacă cineva v-ar ruga să-i susțineți ideea, ce ați dori să știți înainte de a decide dacă îi ajutați?”

Notează răspunsurile lor și folosește-le pentru a construi treptat structura unei cereri simple de sprijin:

- Cine suntem noi?
- Ce vrem să facem?
- Cărei nevoi sau probleme răspunde ideea?
- Cine va beneficia și ce schimbare dorim să realizăm?
- Ce avem deja sau ce facem noi înșine?
- De ce anume avem nevoie?
- De ce abordăm acest susținător anume?
- Cum va contribui sprijinul lor la implementarea ideii?

Subliniați cuvântul specific. „Sprijiniți-ne” este mult mai puțin clar decât „Avem nevoie de materiale în valoare de 130 EUR pentru trei ateliere” sau „Solicităm să folosim sala gratuit timp de două săptămâni”.

De asemenea, explică faptul că solicitarea nu ar trebui să fie lungă. Susținătorul ar trebui să înțeleagă rapid ce vrei să faci, de ce este important și ce îi ceri.

Partea 5 – Pregătirea unei cereri de sprijin pentru ideea noastră – 20 de minute

Explicați că până acum au lucrat cu un exemplu comun pentru a înțelege logica abordării diferiților susținători. Acum vor aplica ceea ce au învățat direct ideii pe care echipa lor a dezvoltat-o pe parcursul modulelor anterioare.

Participanții se întorc în aceleași echipe și își iau bugetul și Planul de finanțare din sesiunea anterioară.

În primul rând, ar trebui să selecteze o nevoie specifică din planul lor și un potențial susținător realist pe care l-ar putea aborda.

Nu trebuie să ceară bani. Pot solicita sprijin financiar, materiale, echipamente, spațiu, un serviciu, expertiză, promovare sau o altă resursă de care au cu adevărat nevoie.

Apoi, ei completează Fișa de lucru – Cererea noastră de sprijin, răspunzând la întrebările: Pe cine abordăm? Ce știm despre ei? De ce credem că ar putea fi interesați de ideea noastră? Ce le cerem în mod specific? Ce trebuie să știe despre ideea noastră? Ce am făcut deja sau ce am obținut? Cum ne va ajuta sprijinul lor? Cum îi vom aborda?

Pe baza răspunsurilor lor, echipa pregătește o scurtă cerere orală de sprijin, de aproximativ una până la două minute.

Subliniați că aceasta nu este o abordare nouă a întregii idei. De data aceasta, sarcina este diferită: să faceți o cerere concretă unui anumit susținător.

Partea 6 – Solicită, răspunde, îmbunătățește – 10 minute

Fiecare echipă își prezintă cererea. Facilitatorul sau un alt participant preia rolul potențialului susținător.

După solicitare, „susținătorul” pune una sau două întrebări, de exemplu: „De ce ne contactați în mod special?”, „La ce anume veți folosi sprijinul?”, „Ce ați obținut deja?”, „De unde știți că este necesară această activitate?”, „Ce se întâmplă dacă nu puteți asigura resursele rămase?”

Ceilalți participanți pot oferi un scurt feedback: Ce a fost clar? Ce ar fi putut fi mai specific? Am înțeles exact ce cerea echipa? A fost clar de ce se adresau acelui susținător anume?

După ce primesc feedback, echipele pot completa sau revizui pe scurt solicitarea lor.

Încheiați cu mesajul: „Mobilizarea resurselor nu înseamnă doar a cere bani. Înseamnă să recunoaștem de ce avem nevoie, cine poate contribui și cum putem construi cooperarea în jurul ideii pe care dorim să o implementăm. Cu cât suntem mai specifici în ceea ce privește ceea ce cerem și de ce, cu atât este mai probabil ca și alții să înțeleagă cum ne pot sprijini.”

Reamintiți-le participanților că, pe parcursul celor trei sesiuni ale modulului, au trecut printr-un proces interconectat: au identificat resursele și costurile și au pregătit un buget, au explorat diferite surse de finanțare și apoi au învățat cum să abordeze concret și să solicite sprijin pentru propria idee.

Note pentru facilitator

Conectați continuu sesiunea cu ideile, bugetele și planurile de finanțare reale pe care echipele le-au dezvoltat deja. Exemplele comune servesc la predarea metodei, dar sarcina principală este ca fiecare echipă să pregătească o cerere concretă pentru propria idee.

Încurajați participanții să gândească dincolo de sprijinul financiar. Dacă o resursă poate fi obținută sub formă de donație, serviciu, utilizare a spațiului, expertiză sau parteneriat, acest lucru poate reduce în mod direct suma care trebuie asigurată în bani.

Asigurați-vă că solicitarea nu se transformă doar într-o explicație a cât de bună este ideea. Rezultatul cheie este ca participanții să precizeze clar ce anume cer, de la cine și de ce anume cer acel susținător. De asemenea, evitați să creați impresia că potențialul susținător este obligat să ajute. O parte a acțiunii antreprenoriale este și capacitatea de a asculta răspunsul, de a răspunde la întrebări, de a adapta abordarea și, dacă este necesar, de a căuta o altă oportunitate de sprijin.

Fișe de lucru:

Potențiali susținători

Companie/afacere locală – Poate oferi sprijin financiar, materiale, produse, servicii, echipamente, spațiu, expertiză sau promovare.

Municipalitate / instituție publică – În funcție de idee și de oportunitățile disponibile, aceasta poate oferi spațiu, sprijin logistic sau instituțional, informații, contacte sau alte resurse.

Societatea civilă sau organizația de tineret – Poate contribui cu cunoștințe, experiență, spațiu, contacte, mentorat, voluntari sau alt tip de sprijin.

Fundație / program – Poate oferi sprijin financiar sau de altă natură dacă ideea este aliniată cu obiectivele și condițiile sale.

Persoane fizice și persoane din comunitate – Pot contribui cu fonduri, timp, cunoștințe, materiale, contacte sau pot participa la activități de strângere de fonduri sau crowdfunding.

Media / media online – Poate ajuta ideea să ajungă la mai mulți oameni și la potențiali susținători.

Profesionist / expert – Poate contribui cu cunoștințe, sfaturi, mentorat sau un serviciu profesional specific.

Cererea noastră de sprijin

Ideea noastră: _____

De ce anume avem nevoie? _____

Cui vrem să cerem sprijin? _____

De ce abordăm această persoană/organizație anume?

Ce vrem să știe ei despre ideea noastră? _____

Ce nevoie sau problemă abordează ideea noastră și cine va beneficia de pe urma ei?

Ce avem deja, ce facem sau ce asigurăm prin forțe proprii?

Ce anume îi cerem susținătorului? _____

Cum va contribui sprijinul lor la implementarea ideii?

Cum îi vom aborda? _____

La final, pregătește-ți cererea în câteva propoziții:

„Suntem _____. Lucrăm la o idee prin care dorim să

_____. Acest lucru este important deoarece

_____. Până acum, am

_____ deja. Am dori să vă rugăm să

_____. Sprijinul dumneavoastră ne va ajuta să

_____.”

MODULUL 5 – COMUNICAREA IDEII TALE

Prezentare generală a modului

Dezvoltarea unei idei bune este doar o parte a procesului de transformare a ideilor în acțiune. Pentru ca o idee sau o inițiativă să fie înțeleasă, să intereseze alte persoane și să câștige sprijin, este important să **explicăm clar ce se propune, de ce este important și ce dorim să realizăm**. Capacitatea de a comunica o idee este o abilitate antreprenorială importantă, dar și o abilitate pe care tinerii o pot folosi în inițiativele tinerilor, activismul social, educația, munca și viața de zi cu zi.

În modulele anterioare, participanții și-au dezvoltat treptat ideile/inițiativele – de la identificarea unei nevoi, provocări sau oportunități, trecând prin dezvoltarea ideii și planificarea unor activități concrete, până la luarea în considerare a resurselor, a bugetului și a posibilităților de asigurare a sprijinului. În acest modul, ei își folosesc toată munca anterioară pentru a învăța **cum să transforme esența inițiativei lor într-un mesaj scurt, clar și convingător**.

Modulul se concentrează pe **prezentare – o prezentare scurtă și concisă a unei idei sau inițiative către un public specific**. O prezentare bună nu înseamnă să spunem tot ce știm despre idee. Dimpotrivă, necesită identificarea a ceea ce este cel mai important, organizarea informațiilor într-un flux logic și clarificarea publicului **ce nevoie sau provocare am identificat, ce ne propunem să facem, pentru cine este importantă și la ce schimbare pozitivă dorim să contribuim**.

Aceeași inițiativă poate fi prezentată unor persoane diferite – colegi, cetățeni, organizații, instituții, potențiali parteneri, susținători sau donatori. Prin urmare, participanții învață că o bună comunicare nu depinde doar de **ceea ce vrem să spunem**, ci și de **cine ne adresăm, de ce contează pentru acel public și de ce vrem ca aceștia să înțeleagă, să-și amintească sau să facă după prezentarea noastră**.

Totuși, un mesaj clar este doar o parte a unei prezentări reușite. Modul în care vorbim, tonul și volumul vocii noastre, ritmul, contactul cu publicul, postura corpului și expresia facială pot influența modul în care ceilalți percep mesajul nostru. Prin urmare, participanții explorează în practică modul în care **comunicarea verbală și non-verbală** poate ajuta o idee să fie prezentată mai clar și mai încrezător.

Se acordă o atenție deosebită și capacității **de a asculta și de a răspunde la ceilalți**. Prezentarea unei idei nu este o comunicare unidirecțională. Ceilalți pot pune întrebări, pot solicita explicații suplimentare, pot observa ceva ce echipa nu a luat în considerare sau pot oferi o perspectivă diferită. Prin urmare, participanții învață să răspundă la întrebări, să primească feedback constructiv și să îl folosească pentru a-și îmbunătăți mesajul și prezentarea.

Modulul se încheie cu o prezentare practică a inițiativelor pe care echipele le-au dezvoltat pe parcursul modulelor anterioare. În loc de competiție și selectarea celei mai bune idei sau prezentări, accentul se pune pe **practică, învățare de la egal la egal și îmbunătățire**. Participanții își testează prezentarea, primesc întrebări și feedback, reflectă asupra a ceea ce pot îmbunătăți și își prezintă din nou inițiativa.

În acest fel, modulul conectează capacitatea **de a dezvolta o idee cu capacitatea de a comunica acea idee și de a mobiliza alte persoane în jurul ei**. Participanții învață că o prezentare convingătoare nu înseamnă „a vinde” ideea cu orice preț, ci mai degrabă a fi capabili să demonstreze clar **ce vor să facă, de ce contează și de ce alții ar putea fi interesați de inițiativă, s-ar putea implica sau ar putea sprijini-o**.

De ce este important acest subiect?

Constatările **evaluării nevoilor realizate în cadrul proiectului CYBER Change** arată că tinerii se pot confrunta cu **o lipsă de încredere în sine, teama de judecată și eșec, lipsa de sprijin și incertitudine cu privire la modul de a trece de la o idee la acțiune concretă**. Capacitatea de a-și explica ideea și de a o discuta cu ceilalți poate fi o parte importantă a depășirii acestor bariere.

Atunci când tinerii sunt capabili să explice clar **ce propun, de ce ideea lor este importantă și ce doresc să realizeze**, pot implica mai ușor alte persoane, pot căuta sprijin, pot stabili cooperare și pot pleda pentru problemele care contează pentru ei. În același timp, exercițiile practice de prezentare le permit să dezvolte treptat o mai mare încredere în propria capacitate de a-și exprima și susține ideile.

Aceste abilități pot fi aplicate în diferite situații – atunci când se prezintă o inițiativă a tinerilor sau civică, se discută cu o instituție sau o organizație, se caută parteneriate sau sprijin, dar și în educație, muncă și antreprenariat. Prin urmare, capacitatea **de a comunica clar o idee, de a asculta pe ceilalți și de a adapta propriul mesaj** este o parte importantă a implicării antreprenoriale și civice active.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul modulului, participanții vor fi capabili să:

- să identifice cele mai importante informații pentru a-și prezenta ideea/inițiativa pe scurt și clar;
- structurați o prezentare care să conecteze clar nevoia sau provocarea, inițiativa propusă, persoanele pentru care este importantă și schimbarea pozitivă la care doresc să contribuie;
- să își adapteze mesajul la diferite publicuri și obiective de comunicare;
- să recunoască modul în care comunicarea verbală și nonverbală influențează modul în care este recepționat mesajul lor;
- să își prezinte inițiativa pe scurt, clar și convingător;
- să răspundă la întrebări și să clarifice diferite aspecte ale inițiativei lor;
- să ofere și să primească feedback constructiv de la colegi;
- să folosească feedbackul și reacțiile publicului pentru a-și îmbunătăți prezentarea.

Competențe antreprenoriale cheie

Modulul contribuie în special la dezvoltarea **mobilizării celorlalți**, deoarece participanții învață cum să își comunice clar ideea și să genereze interes pentru aceasta; **conștientizarea de sine și autoeficacitatea**, prin prezentări practice și dezvoltarea unei încrederi sporite în exprimarea propriilor idei; și **învățarea prin experiență**, prin practică, feedback și îmbunătățirea treptată a prezentării.

Aceste competențe îi ajută pe tineri nu doar să aibă idei, ci și **să le împărtășească cu ceilalți, să genereze interes, să construiască cooperare și să mobilizeze oamenii și să ofere sprijin pentru a le transforma în acțiune.**

Cum învață participanții

Activitățile din cadrul modulului combină **lucrul în grupuri mici, exerciții practice de comunicare, prezentări, jocuri de rol, întrebări și răspunsuri și feedback între colegi**. Participanții continuă să lucreze la inițiativele pe care le-au dezvoltat în modulele anterioare și trec treptat de la structurarea mesajului lor la prezentarea acestuia în practică.

Învățarea de la egal la egal joacă un rol important deoarece, ascultându-i pe ceilalți, punând întrebări și schimbând feedback, participanții pot recunoaște **ce este clar și convingător în mesajul lor, ce trebuie să explice în continuare și cum pot îmbunătăți modul în care își prezintă inițiativa.**

SESIUNEA 1 – DE LA IDEE LA UN MESAJ CLAR

Prezentare generală a sesiunii

Când avem o idee sau o inițiativă pe care o cunoaștem bine, adesea vrem să explicăm mai multe lucruri deodată – cum a apărut, ce problemă abordează, ce plănuim să facem, cine va fi implicat și ce rezultate așteptăm. Cu toate acestea, atunci când o prezentăm altora, nu este întotdeauna necesar sau posibil să oferim toate detaliile. Este important să putem identifica esența și să o transformăm într-un mesaj scurt, clar și ușor de înțeles.

Această sesiune îi ajută pe participanți să revină la ideea/inițiativa dezvoltată în modulele anterioare și să identifice informațiile cele mai importante pentru prezentarea acesteia. Ei iau în considerare ce vor ca ceilalți să înțeleagă și să-și amintească, cu cine vorbesc și ce vor să realizeze prin comunicarea lor.

Se acordă o atenție deosebită publicului. Aceeași inițiativă poate fi prezentată colegilor, cetățenilor, organizațiilor, instituțiilor, potențialilor parteneri sau susținători, dar nu trebuie să fie întotdeauna prezentată în același mod. Participanții învață că esența inițiativei rămâne aceeași, dar informațiile pe care le subliniază și modul în care structurează mesajul pot fi adaptate publicului și scopului comunicării.

Sesiunea reprezintă primul pas către pregătirea unui pitch – o prezentare scurtă și concisă a unei idei sau inițiative către un public specific. În această etapă, accentul nu se pune pe stilul de prezentare sau pe prezentarea „perfectă”, ci pe faptul că participanții știu ce este cel mai important de spus și cum să conecteze aceste informații într-un mesaj clar și logic.

Întrebarea călăuzitoare a sesiunii este: Cum putem explica clar, într-un timp scurt, care este inițiativa noastră, de ce este importantă și ce dorim să realizăm?

Durată: 90 de minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți exemple simple și ușor de înțeles din școală, activități pentru tineri, inițiative între egali și activități din comunitatea locală. Ajutați participanții să își scurteze mesajul și să evite includerea a prea multe informații deodată.

19–24 ani: Încurajați-i să se gândească la cum ar prezenta aceeași inițiativă unor publicuri diferite – altor tineri, unei organizații, unei instituții locale, unui partener sau unui potențial susținător – și ce ar sublinia în fiecare caz.

25–29 ani: Includeți situații mai complexe în care inițiativa trebuie prezentată diferitelor părți interesate și încurajați participanții să determine mai independent ce informații sunt cele mai relevante pentru publicul și scopul specific.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să identifice cele mai importante informații despre ideea/inițiativa lor;
- să recunoască ce este important ca publicul să înțeleagă și să rețină;
- să adapteze conținutul mesajului la public și la scopul comunicării;
- să organizeze cele mai importante informații într-o structură scurtă și logică;
- să pregătească o primă versiune a unui scurt mesaj despre inițiativa lor.

Materiale necesare

Hârtie de flipchart, markere, materiale elaborate anterior de echipe pentru inițiativele lor și un ceas sau un cronometru.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – Poți explica într-un minut? – 15 minute

Începeți cu întrebarea: „Dacă ați întâlni acum pe cineva care nu știe nimic despre inițiativa dumneavoastră și ați avea la dispoziție doar un minut să-i explicați ce vreți să faceți – ce i-ați spune?”

Rugați doi sau trei voluntari să încerce să explice pe scurt o idee, o activitate sau o inițiativă familiară. În această etapă, nu este nevoie să prezinte inițiativa echipei lor. Scopul este de a deschide o discuție despre ce face ca un mesaj să fie ușor sau dificil de înțeles.

După fiecare scurtă prezentare, întrebați-i pe ceilalți:

- Ce ai înțeles?
- Ce ți-a rămas cel mai mult în memorie?
- A lipsit vreo informație de care aveai nevoie pentru a înțelege ideea?
- A existat vreo informație care nu a fost necesară într-o prezentare atât de scurtă?

Scrieți răspunsurile cheie pe flipchart.

Explicați că atunci când cunoaștem bine un subiect, adesea vrem să spunem prea multe – cum a apărut ideea, ce am cercetat, ce activități am planificat, de câte resurse avem nevoie și multe alte detalii. Însă publicul nu trebuie să știe toate aceste informații imediat.

Subliniați: „O prezentare scurtă nu înseamnă să spunem totul despre inițiativa noastră într-un timp mai scurt. Înseamnă să alegem ceea ce este cel mai important, astfel încât cealaltă persoană să înțeleagă ce vrem să facem și de ce contează.”

Introduceți conceptul de „pitch” și explicați că este o prezentare scurtă și intenționată a unei idei sau inițiative adresată unui public specific. Scopul său poate fi de a genera interes, de a deschide o conversație, de a atrage oamenii către inițiativă sau de a crea o oportunitate pentru o cooperare și un sprijin suplimentar.

Partea a 2-a – Cui ne adresăm și ce dorim să realizăm? – 20 de minute

Spuneți: „Înainte de a decide ce vom spune, trebuie să știm cui ne adresăm și ce vrem să obținem prin mesajul nostru.”

Dați un exemplu simplu. Imaginați-vă o inițiativă prin care tinerii doresc să încurajeze o mai mare participare a tinerilor la procesul decizional din municipalitatea lor.

Întrebați: „Ați prezenta această inițiativă în același mod și altor tineri și unui reprezentant al municipalității?”

Încurajați-i să recunoască faptul că, atunci când vorbesc cu tinerii, ar putea sublinia de ce este importantă participarea lor și cum se pot implica, în timp ce, atunci când vorbesc cu un reprezentant al municipalității, ar putea sublinia ce lipsește în prezent, ce propun și de ce este important ca instituția să se implice. Explicați că esența inițiativei nu se schimbă, dar ceea ce subliniem și modul în care o prezentăm se pot schimba.

Rugați participanții să se întoarcă la echipele în care își dezvoltă inițiativa. Pe o foaie de flipchart, rugați-i să răspundă la trei întrebări:

- Cui dorim să prezentăm inițiativa noastră?
- Ce este cel mai important ca acest public să înțeleagă sau să-și amintească?
- Ce vrem să se întâmple după prezentarea noastră – la ce vrem să facă publicul, la ce să se gândească sau de ce să devină interesat?

Explicați-le că nu trebuie să-și aleagă „cel mai important public” pentru totdeauna. Pentru acest exercițiu, ar trebui să selecteze un anumit public căruia să-i îndrepte prezentarea.

După lucrul în grup, rugați fiecare echipă să spună pe scurt ce public a selectat și ce doresc să realizeze cu mesajul lor. Ceilalți participanți pot pune o scurtă întrebare sau pot oferi o sugestie suplimentară.

Partea 3 – Ce trebuie să știe cineva despre inițiativa noastră? – 25 de minute

Spuneți: „Acum știm cu cine vorbim și ce vrem să obținem. Următoarea întrebare este: Ce trebuie să spunem cu adevărat pentru ca cineva să înțeleagă inițiativa noastră?”

Rugați echipele să analizeze materialele pe care le-au dezvoltat în modulele anterioare. Subliniați faptul că nu ar trebui să dezvolte din nou inițiativa. Această muncă a fost deja făcută. Acum, din toate informațiile pe care le au, trebuie să identifice esența.

Scrieți următoarele întrebări pe flipchart:

- Ce am observat? – Ce nevoie, problemă, provocare sau oportunitate este punctul de plecare al inițiativei noastre?
- Pentru cine este important? – Ce persoane sau grupuri sunt afectate și de ce este această problemă importantă pentru ele?
- Ce propunem? – Care este inițiativa noastră și ce dorim să facem în mod concret?
- La ce vrem să contribuim? – Ce vrem să influențăm și ce schimbare pozitivă vrem să încurajăm?
- De ce merită să ne acordăm atenție inițiativei noastre? – Ce o face importantă, relevantă sau valoroasă pentru publicul căruia ne adresăm?

Rugați echipele să își scrie răspunsurile pe hârtie de flipchart. Subliniați faptul că răspunsurile ar trebui să fie scurte și specifice, nu paragrafe întregi.

Continuați cu același exemplu:

- Ce am observat? Tinerii au rareori ocazia să își împărtășească direct propunerile cu instituțiile locale.
- Pentru cine este important? Tinerii din municipalitate, în special cei care vor să se implice, dar nu știu cum.
- Ce propunem? Să organizăm o serie de întâlniri cu tinerii, la care aceștia își vor formula propunerile și le vor discuta cu reprezentanții municipalității.
- La ce vrem să contribuim? La o mai mare conștientizare, implicare și participare a tinerilor în problemele care îi afectează.
- De ce este important? Deoarece deciziile privind tinerii sunt mai bune atunci când experiențele și opiniile lor sunt ascultate.

După ce echipele au terminat, rugați-le să se uite la ce au scris și să se întrebe: „Dacă putem spune doar câteva lucruri, ce anume trebuie să rămână din asta?”

Subliniați că aceasta este esența prezentării: alegerea între ceea ce este important și ceea ce poate fi explicat ulterior dacă publicul manifestă interes sau pune o întrebare.

Partea a 4-a – Cum să ne punem cap la cap mesajul – 25 de minute

Explicați că echipele vor conecta acum informațiile selectate în prima versiune scurtă a prezentării lor.

Scrieți următoarea structură pe flipchart:

- Am observat că...
- Acest lucru este important pentru...
- Prin urmare, propunem...
- Prin aceasta, dorim să influențăm/contribuim la...
- Acest lucru este important deoarece...

Subliniați că acesta nu este un text pe care trebuie să îl citească mecanic sau să îl memoreze. Structura servește drept instrument care îi ajută să verifice dacă mesajul lor are o logică. Rugați echipele să-și construiască mesajul și apoi rugați un membru al echipei să-l citească cu voce tare celorlalți membri.

Pune-le trei întrebări pentru a verifica:

- Este imediat clar ce vrem să facem?
- Este clar de ce este important acest lucru?
- Există ceva ce putem elimina fără a pierde esența?

Rugați echipele să scurteze și să îmbunătățească mesajul, dacă este necesar. Reamintiți-le că scopul nu este de a crea o „prezentare perfectă” în această sesiune. În sesiunile următoare, vor lucra la modul în care transmit mesajul, îl vor testa în fața unui public, vor primi întrebări și feedback și îl vor îmbunătăți din nou.

Partea 5 – Reflecție și încheiere – 5 minute

Reunește participanții în plen și întreabă:

- Ce a fost mai dificil – să decizi ce să spui sau ce să omiți?
- Ce s-a schimbat când ai început să te gândești cui îi transmiți mesajul?
- Ce crezi că face ca un mesaj scurt să fie clar și ușor de reținut?

Încheiați cu mesajul: „O prezentare bună nu începe cu întrebarea: Cum putem spune totul despre inițiativa noastră? Începe cu întrebarea: Ce este cel mai important ca acest public să înțeleagă și să-și amintească?”

Explicați că în următoarea sesiune vor trece de la ceea ce spunem la cum o spunem și vor explora modul în care vocea, ritmul, limbajul corpului, contactul cu publicul și modul de prezentare pot consolida mesajul lor.

SESIUNEA 2 – SPUNE-O CA ALȚII SĂ TE ASCULTE

Prezentare generală a sesiunii

Un mesaj clar și bine structurat este o bază importantă pentru prezentarea cu succes a unei idei sau inițiative, dar modul în care transmitem mesajul influențează și modul în care acesta va fi auzit și înțeles. Vocea, ritmul de vorbire, pauzele, contactul cu publicul, postura corpului, mișcările și expresiile faciale pot consolida mesajul, dar pot și distrage atenția de la acesta.

Pornind de la mesajul scurt pe care l-au pregătit în sesiunea anterioară, participanții își mută acum atenția de la ceea ce spun la modul în care îl spun. Prin activități practice, ei explorează modul în care același mesaj poate fi perceput diferit în funcție de modul în care este prezentat și cum poate fi aliniată comunicarea verbală și nonverbală pentru a face mesajul mai clar și mai ușor de urmărit.

Sesiunea le permite, de asemenea, să reflecteze asupra tracului și nesiguranței atunci când vorbesc în fața altora și să încerce abordări simple care îi pot ajuta în prezentare. Scopul nu este de a stabili un stil „corect” de vorbire în public sau ca toți participanții să prezinte în același mod. Dimpotrivă, aceștia sunt încurajați să dezvolte o modalitate de comunicare care este naturală, clară și potrivită pentru ei, ajutând în același timp publicul să urmărească și să înțeleagă mesajul.

Prin practică și feedback reciproc, participanții au ocazia să recunoască ce funcționează deja bine în modul în care prezintă și ce pot îmbunătăți în continuare. În acest fel, sesiunea îi pregătește pentru următorul pas - prezentarea completă a inițiativei lor unui public, răspunsul la întrebări și îmbunătățirea acestora.

Întrebarea călăuzitoare a sesiunii este: Cum influențează modul în care ne transmitem mesajul modul în care ceilalți îl aud și îl înțeleg?

Durată: 90 de minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Folosiți exerciții scurte, simple și distractive pentru voce, ritm și limbaj corporal și creați spațiu pentru ca participanții să exerseze mai întâi în grupuri mai mici. Evitați să puneți presiune pe fiecare participant pentru a prezenta individual în fața întregului grup.

19–24 ani: Conectați exercițiile cu situații în care tinerii își pot prezenta ideile colegilor, organizațiilor de tineret, instituțiilor locale, partenerilor sau potențialilor susținători. Încurajați-i să experimenteze diferite modalități de prezentare și să recunoască care li se pare cea mai naturală.

25–29 ani: Includeți situații mai apropiate de contextele profesionale, civice și antreprenoriale și acordați o atenție sporită adaptării modului de comunicare la diferite publicuri și situații.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să recunoască modul în care vocea, ritmul și pauzele influențează claritatea unui mesaj;
- să recunoască modul în care limbajul corpului și contactul cu publicul influențează o prezentare;
- să armonizeze comunicarea verbală și nonverbală;
- să identifice modalități simple de a gestiona tracul și nesiguranța în timpul prezentării;
- să încerce diferite modalități de a prezenta mesajul despre inițiativa lor;
- să ofere și să folosească feedback constructiv de la colegi privind stilul prezentării.

Materiale necesare

Hârtie de flipchart, markere, mesajele scurte pe care echipele le-au pregătit în sesiunea anterioară și un ceas sau un cronometru.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – Aceleași cuvinte, mesaj diferit – 15 minute

Începeți cu o scurtă demonstrație. Alegeți o propoziție simplă, de exemplu: „Avem o idee care i-ar putea ajuta pe tineri să se implice mai mult în comunitatea lor.”

Rostește aceeași propoziție de mai multe ori în moduri diferite: foarte încet, prea repede, monoton și fără să privești publicul, apoi clar, într-un ritm adecvat și cu contact cu publicul.

Întrebați: „Au fost aceleași cuvinte?”, „Ați perceput mesajul în același mod de fiecare dată?”, „Ce s-a schimbat?”

Scriveți răspunsurile pe flipchart. Ghidați discuția în funcție de voce, ritm, pauze, contact cu publicul, postura corpului, mișcări și expresie facială.

Explicați: „În sesiunea anterioară, am lucrat la ceea ce vrem să spunem, iar acum vom lucra la modul în care îl spunem. Chiar și un mesaj foarte bun poate fi dificil de urmărit dacă îl spunem prea repede, prea încet sau fără a contacta persoanele cărora ne adresăm.”

Subliniați că scopul nu este ca toată lumea să vorbească sau să se miște în același mod. Persoane diferite au stiluri de comunicare diferite. Important este ca modul de prezentare să îi ajute pe ceilalți să urmărească și să înțeleagă cu ușurință mesajul.

Partea a 2-a – Ce spun cuvintele și ce spune corpul? – 20 de minute

Explică faptul că atunci când comunicăm, publicul nu ascultă doar cuvintele noastre. De asemenea, observă felul în care ne poziționăm, locul în care privim, cum ne folosim vocea, ce facem cu mâinile și cum este expresia feței noastre.

Cereți doi voluntari. Instruiți-i în liniște pe unul dintre ei să spună o scurtă propoziție pozitivă, de exemplu: „Mă bucur foarte mult să fiu aici astăzi”, dar să o spună închis, fără contact cu publicul și pe un ton neinteresat.

Rugați-l pe celălalt voluntar să spună aceeași propoziție în mod natural, cu un ton adecvat și o postură deschisă.

Întrebați grupul: „În cine ați crezut mai mult?”, „Ce a făcut diferența dacă cuvintele au fost aceleași?”, „Ce se întâmplă când cuvintele spun un lucru, dar vocea sau corpul spune altceva?”

Apoi scrieți pe flipchart:

Voce: volum, claritate, ritm, ton, pauze.

Corp: postură, mișcări, gesturi, expresie facială.

Contactul cu publicul: contact vizual, atenție la reacții, prezență.

Încurajați o scurtă discuție despre fiecare element. În loc să oferiți reguli stricte despre „cum trebuie să stați” sau „unde trebuie să priviți”, întrebați: „Ce îl ajută pe ascultător să vă urmărească?”, „Ce poate distrage atenția de la mesaj?”, „Cum putem arăta că ne adresăm publicului în loc să recităm pur și simplu un text memorat?”

Subliniați faptul că o bună comunicare nonverbală ar trebui să fie naturală și aliniată cu mesajul, mai degrabă decât exersată până la punctul în care pare nefirească.

Partea 3 – Cum sună mesajul nostru? – 25 de minute

Rugați participanții să se întoarcă la echipele lor și să preia scurtul mesaj despre inițiativa lor pe care l-au pregătit în sesiunea anterioară.

Explică faptul că nu vor mai schimba conținutul în acest moment, ci vor experimenta cu modul în care îl prezintă.

Rugați un membru al echipei să prezinte mesajul celorlalți membri. Apoi, rugați echipa să discute:

- A fost discursul suficient de clar și tare?
- Ritmul a făcut mesajul ușor de urmărit?
- Unde ar ajuta o scurtă pauză?
- A avut prezentatorul contact cu ascultătorii?
- Limbajul corpului a susținut mesajul sau a distras atenția de la acesta?
- Ce te-a făcut să-l ascuți pe prezentator cu cea mai mare atenție?

Apoi, rugați un alt membru al echipei să prezinte același mesaj. Rugați echipele să observe cum același conținut poate suna diferit atunci când este prezentat de persoane diferite.

Dacă timpul permite, permiteți mai multor membri ai echipei să încerce.

Subliniați: „Nu căutăm o singură modalitate corectă de prezentare. Căutăm o modalitate prin care mesajul dumneavoastră să fie clar, natural și ușor de urmărit.”

Partea 4 – Ce facem când avem emoții? – 15 minute

Întrebați grupul: „Ce se întâmplă de obicei când trebuie să vorbim în fața altor persoane, mai ales când este important pentru noi să ne prezentăm bine?”

Permiteți participanților să împărtășească exemple: vorbirea prea rapidă, uitarea a ceea ce voiau să spună, vorbirea în șoaptă, privirea în podea, rigiditatea, mișcările nervoase sau sentimentul că „nu vor reuși”.

Subliniați că tracul este o reacție frecventă la vorbitul în public. Scopul nu este neapărat să dispară complet, ci să învățăm să continuăm să comunicăm chiar și atunci când avem emoții.

Puneți întrebarea: „Ce ne poate ajuta?”

Scriveți sugestiile pe flipchart și adăugați acolo unde este necesar: să știm bine ce vrem să spunem; să exersăm mesajul cu voce tare; să nu memorăm un text întreg; să folosim câteva cuvinte cheie ca memento-uri; să vorbim puțin mai încet; să facem o scurtă pauză atunci când este nevoie; să respirăm calm înainte de a începe; să ne concentrăm atenția asupra mesajului și a publicului, mai degrabă decât asupra faptului dacă suntem „perfecti”.

Întrebați: „Ce se întâmplă dacă uităm o propoziție?”

Subliniați faptul că, de obicei, publicul nu știe exact ce am plănuit să spunem. Dacă prezentatorul cunoaște esența mesajului, poate continua cu propriile cuvinte.

Încheiați această parte cu: „Scopul nu este să sunăm ca și cum am memorat un text. Scopul este să înțelegem suficient de bine inițiativa noastră pentru a putea vorbi despre ea în mod natural.”

Partea 5 – Încearcă, Ascultă feedbackul, Încearcă din nou – 10 minute

Rugați echipele să selecteze un membru care va prezenta din nou mesajul scurt al echipei.

De data aceasta, cereți-le celorlalți să ofere feedback prin intermediul a două întrebări:

- Ce anume din modul de prezentare a contribuit la claritatea și puterea de convingere a mesajului?
- Ce s-ar putea face puțin diferit data viitoare?

Reamintește-le că feedbackul trebuie să fie specific și util. În loc de „a fost bun” sau „nu a fost suficient de convingător”, ar putea spune, de exemplu:

„Când vorbeai mai încet, puteam urmări ideea mai ușor.”

sau:

„Când ai citit întregul text, ai avut mai puțin contact cu noi; poate data viitoare folosește doar câteva cuvinte cheie.”

După feedback, rugați prezentatorul să transmită din nou mesajul, încercând să aplice una sau două sugestii specifice.

Subliniați că acesta este modul în care se dezvoltă încrederea în prezentare: prin încercări, primirea de feedback și încercarea din nou, în loc să vă așteptați ca prima încercare să fie perfectă.

Partea a 6-a – Reflecție și încheiere – 5 minute

Reuniți participanții în plen și întrebați:

- Ce a avut cea mai mare influență asupra modului în care a fost recepționat mesajul?
- Ce ai observat la tine când ai rostit mesajul cu voce tare?
- Care este un lucru pe care vrei să-l ții minte data viitoare când prezinți?

Încheiați cu mesajul: „Oamenii nu numai că aud ideea noastră, ci experimentează și modul în care o împărtășim. Când știm ce vrem să spunem, vorbim clar și natural și rămânem conectați cu publicul, ajutăm mesajul nostru să ajungă la ceilalți.”

Explicați că în următoarea sesiune, echipele vor face legătura între conținutul prezentării și modul în care aceasta este prezentată: își vor prezenta inițiativa celorlalți, vor răspunde la întrebări, vor primi feedback de la colegi și își vor îmbunătăți prezentarea înainte de a o prezenta din nou.

SESIUNEA 3 – PREZENTARE, ÎNTREBĂRI, ÎMBUNĂTĂȚIRE

Prezentare generală a sesiunii

Prezentarea unei idei sau a unei inițiative nu se încheie odată cu transmiterea mesajului pregătit. Când vorbim în fața altor persoane, acestea pot pune întrebări, pot solicita explicații suplimentare sau pot observa ceva ce ne-a fost clar, dar nu a fost comunicat suficient de clar publicului. Aceste reacții ne pot ajuta să înțelegem mai bine propriul mesaj și să îmbunătățim modul în care îl prezentăm.

Această sesiune conectează cunoștințele și abilitățile dezvoltate în cele două sesiuni anterioare. Participanții folosesc structura mesajului pe care au pregătit-o în prima sesiune și principiile comunicării verbale și non-verbale pe care le-au exersat în a doua pentru a prezenta în practică inițiativa pe care au dezvoltat-o pe parcursul manualului.

Echipele își prezintă scurta prezentare celorlalți participanți, apoi răspund la întrebări și primesc feedback constructiv din partea colegilor. Întrebările nu au scopul de a „testa” echipa sau de a căuta greșeli, ci de a arăta ce a înțeles publicul, ce a găsit interesant și ce necesită clarificări suplimentare. În același timp, participanții exersează ascultarea atentă, răspunsul la întrebări și explicarea raționamentului din spatele alegerilor lor.

O parte importantă a sesiunii este îmbunătățirea prin experiență. După prima prezentare, echipele analizează întrebările și feedbackul primit, decid ce ar fi util de schimbat și pregătesc o versiune îmbunătățită a prezentării lor. În acest fel, echipele trec direct prin procesul de încercare – ascultare – reflecție – îmbunătățire – încercare din nou.

Accentul nu se pune pe competiție, clasament sau selectarea celei mai bune inițiative sau prezentări. În schimb, fiecare echipă își urmărește propriul progres între prima versiune și cea îmbunătățită a prezentării, în timp ce participanții învață unii de la alții punând întrebări, observând diferite stiluri de prezentare și schimbând feedback constructiv.

Întrebarea călăuzitoare a sesiunii este: Putem prezenta și explica clar și convingător inițiativa noastră atunci când alții încep să pună întrebări?

Durată: 90 de minute

Dimensiunea recomandată a grupului: 12–25 de participanți

Vârsta recomandată: 15–29 ani

Adaptare în funcție de vârstă

15–18 ani: Creați o atmosferă de susținere și subliniați faptul că întrebările și feedbackul sunt menite să ajute la îmbunătățirea prezentării, nu să o evalueze. Folosiți întrebări mai simple și acordați echipelor suficient timp pentru a conveni asupra modului în care vor răspunde. Dacă este necesar, prezentarea poate fi realizată de mai mulți membri împreună.

19–24 ani: Încurajați participanții să pună întrebări din perspectiva unor publicuri diferite – alți tineri, cetățeni, organizații, instituții, parteneri sau potențiali susținători – și să analizeze modul în care întrebările și reacțiile lor pot contribui la îmbunătățirea prezentării.

25–29 ani: Includeți situații mai realiste care implică prezentări către diferite părți interesate și încurajați participanții să răspundă mai independent la întrebări mai critice sau neașteptate, să își explice alegerile și să decidă ce feedback este relevant pentru îmbunătățirea prezentării lor.

Rezultate ale învățării

Până la sfârșitul sesiunii, participanții vor putea:

- să pregătească și să susțină o prezentare scurtă și structurată a ideii sau inițiativei lor;
- să aplice principiile comunicării verbale și nonverbale clare;
- să asculte, să înțeleagă și să răspundă la întrebările publicului;
- să recunoască care părți ale mesajului lor sunt clare și care necesită clarificări suplimentare;
- să ofere și să primească feedback concret și constructiv de la colegi;
- să evalueze ce feedback este util pentru îmbunătățirea prezentării;

- să își îmbunătățească prezentarea pe baza întrebărilor, reacțiilor și feedbackului din partea publicului;
- să își prezinte și să explice inițiativa celorlalți cu mai multă încredere.

Materiale necesare

Hârtie de flipchart, markere, materiale pregătite de echipe în sesiunile anterioare, hârtie și pixuri pentru notițe și un ceas sau un cronometru.

Desfășurarea sesiunii

Partea 1 – Pregătirea pentru prima prezentare – 15 minute

Reamintiți-le participanților că, în cele două sesiuni anterioare, au lucrat mai întâi la conținutul mesajului, apoi la modul de prezentare. În această sesiune, vor îmbina cele două aspecte și își vor testa prezentarea în fața unui public real.

Spuneți: „Până acum ați avut timp să decideți ce este cel mai important de spus și să exersați cum veți spune acel lucru. Dar atunci când prezentăm inițiativa noastră altor persoane, nu putem ști dinainte cum o vor înțelege și despre ce vor dori să afle mai multe. De aceea, vom testa acum prezentarea noastră în fața unui public.”

Rugați echipele să revină la prezentarea pe care au dezvoltat-o în sesiunile anterioare și să facă o ultimă verificare scurtă.

Scrieți pe flipchart:

- Este clar ce nevoie, problemă sau provocare am identificat?
- Este clar pentru cine este important acest lucru?
- Este clar ce ne propunem să facem?
- Este clar ce vrem să influențăm și la ce schimbare pozitivă vrem să contribuim?
- Este clar de ce inițiativa noastră este importantă pentru publicul căruia ne adresăm?

Rugați echipele să decidă cine va susține prezentarea. Subliniați că aceasta poate fi realizată de unul sau mai mulți membri, dar trebuie să transmită un mesaj unitar, nu să pară o succesiune de părți separate.

Stabiliți o durată de aproximativ 2 minute pentru fiecare prezentare.

Subliniați faptul că nu ar trebui să memoreze un text întreg. Pot folosi câteva cuvinte cheie ca memento-uri, dar scopul este de a vorbi cu publicul, mai degrabă decât de a le citi un text.

Partea a 2-a – Prima rundă: Prezentare și întrebări – 25 de minute

Explicați că fiecare echipă va avea la dispoziție până la 2 minute pentru prezentare, urmate de aproximativ 2-3 minute pentru întrebări din partea publicului. Invitați prima echipă să își prezinte inițiativa. După prezentare, deschideți cuvântul pentru întrebări din partea celorlalți participanți.

Încurajați-i să pună întrebări pe care publicul căruia i se adresează echipa le-ar putea pune cu sinceritate, de exemplu:

- De ce crezi că este important acest lucru?
- De unde știi că există această nevoie?
- Cine va fi implicat în mod specific?
- Ce anume plănuiești să faci?
- Cum credeți că va afecta acest lucru persoanele cărora le este destinată inițiativa?
- Cine altcineva te-ar putea ajuta?
- Ce ai face dacă ceva nu ar merge conform planului?

Explicați că scopul întrebărilor nu este de a-i „prinde” pe prezentatori când greșesc, ci de a-i ajuta să vadă ce vrea publicul să înțeleagă mai bine.

Încurajați membrii echipei să asculte cu atenție întrebarea înainte de a răspunde. Dacă nu o înțeleg, pot cere clarificări.

De asemenea, subliniați că nu este nevoie să aibă un răspuns la fiecare întrebare. Dacă există ceva ce nu știu încă, este perfect acceptabil să spună:

„Trebuie să verificăm încă acest lucru.” sau: „Nu avem încă un răspuns definitiv la această întrebare, dar este o întrebare importantă pe care trebuie să o analizăm în continuare.”

Continuați până când toate echipele au susținut prima prezentare.

Partea 3 – Ce am auzit? Feedback de la colegi – 15 minute

După prima rundă, explicați că fiecare echipă va primi acum un scurt feedback de la ceilalți participanți.

Scrieți trei întrebări pe flipchart:

- Ce a fost cel mai clar și mai convingător în prezentare?
- Ce am vrut noi, ca public, să înțelegem mai bine?
- Ce schimbare specifică ar putea face prezentarea și mai clară sau mai convingătoare?

Reamintiți-le participanților că feedbackul trebuie să fie specific, constructiv și axat pe mesaj și prezentare, mai degrabă decât pe persoana care prezintă.

De exemplu, în loc de: „Nu a fost suficient de interesant”, ar putea spune: „Nu mi-a fost complet clar ce anume vei face; ar fi util dacă ai explica asta mai devreme în prezentare”.

În loc de: „Ai prezentat bine”, ar putea spune: „La început, ai explicat imediat problema și asta m-a ajutat să înțeleg de ce este importantă inițiativa”.

Subliniați faptul că întrebările primite reprezintă și o formă de feedback. Dacă mai multe persoane au pus o întrebare similară, acesta ar putea fi un semn că o anumită parte a prezentării trebuie să fie mai clară.

Partea 4 – Îmbunătățirea prezentării – 15 minute

Rugați echipele să se reunească și să analizeze întrebările și feedbackul primit.

Scrieți pe flipchart:

- Ce vom păstra?
- Ce trebuie să clarificăm?
- Ce putem scurta sau omite?
- Ce trebuie să subliniem mai mult?
- Ce vom schimba în modul în care prezentăm?

Explică-le că nu ar trebui să accepte automat fiecare sugestie. Feedback-ul este o informație pe care trebuie să o ia în considerare și să decidă dacă și cum îi poate ajuta să își comunice mai bine mesajul.

Încurajați-i să facă doar schimbările care îmbunătățesc cu adevărat claritatea și logica prezentării.

Spuneți: „Scopul nu este ca a doua prezentare să fie complet nouă. Scopul este ca aceasta să fie o versiune mai bună a aceleiași prezentări.”

Acordați-le timp să facă modificările și să exerseze pe scurt noua versiune în cadrul echipei.

Partea 5 – Runda a doua: Din nou prezentarea propunerii – 15 minute

Invitați echipele să își prezinte din nou prezentarea. Încă o dată, limitați timpul la aproximativ 2 minute per echipă. De data aceasta, nu este necesar să aveți o altă rundă completă de întrebări după fiecare prezentare. În schimb, după prezentare, adresați publicului o scurtă întrebare: „Ce a fost mai clar sau mai puternic de data aceasta?”

Încurajați participanții să observe ce s-a schimbat între prima și a doua versiune – în ceea ce privește structura, alegerea informațiilor, claritatea, modul de exprimare sau contactul cu publicul. Nu comparați echipele între ele și nu clasificați prezentările. Accentul se pune pe progresul fiecărei echipe în raport cu propria primă versiune.

Partea a 6-a – Reflecție și încheiere – 5 minute

Reuniți participanții în plen și întrebați:

- Ce ai învățat din întrebările pe care ți le-a pus publicul?
- Ce ai schimbat după feedback și de ce?
- A fost a doua încercare mai ușoară pentru tine decât prima?
- Ce ai face diferit dacă mâine ar trebui să prezinți inițiativa unui partener real, unei instituții sau unui grup de tineri?

Reamintiți-le că o prezentare de proiect nu este ceva ce se scrie o singură dată și apoi rămâne neschimbată. Se poate schimba în funcție de public, situație, timpul pe care îl avem la dispoziție și ceea ce aflăm despre inițiativa noastră.

Încheiați cu mesajul: „O prezentare bună nu este una care nu se schimbă niciodată. Devine mai bună atunci când o încercăm, ascultăm întrebările altor persoane, învățăm din reacțiile lor și ne îmbunătățim mesajul. A putea prezenta o idee clar este important, dar este la fel de important să fim capabili să ascultăm, să clarificăm și să răspundem atunci când alții vor să afle mai multe.”

REFERINȚE

Elaborarea acestui Manual a fost fundamentată și s-a bazat pe o serie de materiale de formare, programe de învățământ și resurse practice existente în domeniile educației antreprenoriale, educației sociale și financiare, învățării reciproce și activității pentru tineret. Principalele resurse consultate în timpul elaborării Manualului sunt enumerate mai jos.

- CYBER Change – Tineri competenți care construiesc schimbarea: antreprenoriat, reziliență și competențe digitale pentru schimbare. (2026). *Raport de evaluare a nevoilor CYBER Change*. Document intern al proiectului.
- ACT4ROM – Acțiune pentru implicarea, antreprenoriatul, ocuparea forței de muncă și emanciparea romilor. (2021). *Curriculum pentru educație socială, media și financiară*. https://act4rom.ioskole.net/wp-content/uploads/2022/12/Curriculum-for-social-media-and-financial-education_IO2_final_EN.pdf
- ACT4ROM – Acțiuni pentru implicarea, antreprenoriatul, ocuparea forței de muncă și emanciparea romilor. *Manual de formare de la egal la egal*. https://act4rom.ioskole.net/wp-content/uploads/2022/11/Curriculum_Peer-Training.pdf
- Aflatoun International, Pomoc Deci & Partnerë pentru Fëmijët. (2019). *Programul Aflateen + pentru fete din Serbia și Albania*. Dezvoltat în cadrul proiectului GIRLACT – Împuternicirea fetelor să fie actori puternici din punct de vedere social și financiar. [https://www.girlact.eu/images/documents/Aflateen Programme for Girls for Serbia and Albania.pdf](https://www.girlact.eu/images/documents/Aflateen_Programme_for_Girls_for_Serbia_and_Albania.pdf)

- AGREE! – Acțiune pentru Drepturile Fetelor la Egalitate și Emancipare. (2026). *Manual de Educație Socială și Financiară*. Pomoc deci și partenerii de proiect.
- AGREE! – Acțiune pentru Drepturile Fetelor la Egalitate și Emancipare. (2026). *Manual de Formare pentru Consolidarea Capacităților OSC-urilor*. Pomoc deci și partenerii de proiect.
- Pomoc deci. (f.a.). *Manual de educație de la egal la egal (Priručnik za vršnjačku edukaciju)*. Elaborat cu sprijinul proiectului regional SMART Balkans – Societate civilă pentru o societate comună în Balcanii de Vest.
https://www.pomocdeci.org/images/pdf/aktivnosti/smartbalkan/Manual_Peer_Education_SRB.pdf
- SaFE pentru Triple E. *Trusa de instrumente pentru formator în educație socială și financiară*. Dezvoltat în cadrul proiectului Erasmus+ „Educație socială și financiară pentru implicare, antreprenariat și ocupare a forței de muncă – SaFE pentru Triple E”.
[https://www.pomocdeci.org/images/pdf/prirucnici/O1%20Trainer's%20toolkit%20\(Serbian\).pdf?utm_source=pomocdeci&utm_medium=web&utm_campaign=trainerSerbian](https://www.pomocdeci.org/images/pdf/prirucnici/O1%20Trainer's%20toolkit%20(Serbian).pdf?utm_source=pomocdeci&utm_medium=web&utm_campaign=trainerSerbian)
- SaFE pentru Triple E. *Trusă de educație socială și financiară pentru profesori, asociați profesioniști și formatori*. Dezvoltat în cadrul proiectului Erasmus+ „Educație socială și financiară pentru implicare, antreprenariat și ocupare a forței de muncă – SaFE pentru Triple E”.
[https://www.pomocdeci.org/images/pdf/prirucnici/O2%20Teacher's%20toolkit%20\(Serbian\).pdf?utm_source=pomocdeci&utm_medium=web&utm_campaign=teacherSerbian](https://www.pomocdeci.org/images/pdf/prirucnici/O2%20Teacher's%20toolkit%20(Serbian).pdf?utm_source=pomocdeci&utm_medium=web&utm_campaign=teacherSerbian)
- MakerEDU. (2023). *Catalog de cerințe pentru un Makerspace în regiunile rurale cu Concept de utilizare*. Rezultatul proiectului 2. Autori: Chantal Goes, Eva-Maria König, Katarína Panikova, Miroslav Sklenka, Katarína Teplanová, Mike van de Geijn & Ljiljana Vasic.
https://makeredu.info/wp-content/uploads/2023/11/PR2_Requirements-Catalogue_for_a_makerspace_in_rural_regions_with_utilisation_concept.pdf