



Education and Culture DG

Lifelong Learning Programme



Generowanie ducha przedsiębiorczości u młodych dorosłych Europejczyków

Projekt partnerski Programu Grundtvig

Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa
im. prof. Edwarda Lipińskiego w Kielcach

Kielce 2010

Zespół redakcyjny

Zbigniew Szczepańczyk
Zdobysław Kuleszyński
Katarzyna Lipska
Luis Ochoa Siguencia

Redaktor techniczny

Włodzimierz Chłopek

© Copyright by Wyższa Szkoła Ekonomii i Prawa
im. prof. Edwarda Lipińskiego w Kielcach

ISBN 978-83-60056-54-7

Wydawca: Kieleckie Towarzystwo Edukacji Ekonomicznej
na zlecenie Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa im. prof. Edwarda Lipińskiego
w Kielcach

Projekt okładki

Tomasz Bochenek

Przygotowanie do druku

Tomasz Bochenek

Druk

Drukarnia COMPUS; compus@e.pl

Spis treści

Wstęp	5
1. Motywy i analiza metodologii – <i>Generowanie ducha przedsiębiorczości u młodych dorosłych Europejczyków – GESPEN</i>	7
2. Program edukacyjny <i>Generowanie ducha przedsiębiorczości u młodych dorosłych Europejczyków</i>	13
3. Materiały metodologiczne	19
3.1. Materiał metodologiczny dla rozwoju zdolności interpersonalnych	19
3.2. Materiał metodologiczny dla rozwoju zdolności komunikacyjnych	32
3.2.1. Jak się prezentować	33
3.2.2. Jak rozmawiać z klientem?	36
3.2.3. Jak rozpoznać klienta?	37
3.2.4. Jak skutecznie się sprzeciwiać?	38
3.2.5. Jak zbierać informacje?	39
3.2.6. Zajęcia praktyczne. Poznanie samego siebie, ocena przedsiębiorczości i potencjału	41
3.3. Wskazówki dla osób poszukujących pracy. Jak nie zgubić się na zmiennym rynku pracy	44
3.3.1. Techniki poszukiwania pracy	44
3.3.2. Podstawowe zasady i wymagania w poszukiwaniu pracy	54
3.3.3. Opcje zawodowe	56
3.3.4. Poszukiwanie opcji zawodowych	57
3.3.5. Ocena własnych zdolności	60
3.3.6. Wskazówki na rozmowę kwalifikacyjną	62
3.3.7. Praca praktyczna. Pisanie CV i wypełnianie innych dokumentów	64
3.4. Trening podstawowych umiejętności komputerowych	70
3.4.1. Obsługa komputera	70
3.4.2. Aplikacja tekstowa	72
3.4.3. Komunikacja i komputery	74
3.5. Ocena warunków prowadzenia działalności gospodarczej dla celów założenia i rozwoju działalności	78
3.5.1. Sukces w biznesie	78
3.5.2. Praca kontraktowa i samo zatrudnienie	80
3.5.3. Pomysły na biznes i partnerzy	82
3.5.4. Koncepcja projektu biznesowego	84

3.5.5. Podstawowa część projektu biznesowego i jego istota	87
3.5.6. Wymagania dla opracowania projektu biznesowego	88
3.5.7. Treść projektu biznesowego	90
3.5.8. Przygotowanie i prezentacja niewielkiego projektu	93
3.6. Materiał metodologiczny dla konkursu biznesplanów	93

Wstęp

Wg danych Biura Statystycznego UE, wskaźnik bezrobocia w Unii wynosi w przypadku osób do 25 roku życia 17,1%, podczas gdy wskaźnik ten dla osób w wieku 25 lat i starszych wynosi 7%. Z oficjalnych danych wynika, że bezrobocie wśród młodzieży staje się coraz poważniejszym problemem społecznym. Jego negatywne konsekwencje są długotrwałe, gdyż dotyczy osób na początku samodzielnego życia; osoby nim dotknięte cierpią nie tylko na brak dochodów, ale także tracą szanse na rozwój swych umiejętności. Bezrobociu młodzieży często towarzyszy wzrost przestępczości i pojawienie się *underclass* – „specyficznej, niejednorodnej podklasy społecznej, skupiającej ludzi trwale pozostawionych poza nawiasem społeczeństwa” (*Wikipedia*), charakteryzującej się specyficzną subkulturą i zasadami postępowania.

Projekt „Budzenie ducha przedsiębiorczości wśród młodych, dorosłych Europejczyków” ma na celu generowanie/wzmacnianie postaw przedsiębiorczych wśród młodych, dorosłych osób. Projekt zmierza do stworzenia nowoczesnej formy przyciągania, kształcenia i doradzania młodym ludziom, zwłaszcza pochodzącym z zagrożonych grup społecznych i marginalizowanych. Metodologia została wypróbowana w różnych krajach i stanowi uogólnienie doświadczeń różnorodnych społeczności.

Projekt został zrealizowany dzięki wsparciu Komisji Europejskiej, w ramach programu Grundtvig, w latach 2008-2010. Partnerami projektu byli:

- Elektrėnų profesinio mokymo centras – Litwa (lider projektu)
- Wyższa Szkoła Ekonomii i Administracji z siedzibą w Bytomiu – Polska
- Wyższa Szkoła Ekonomii i Prawa w Kielcach – Polska
- Asociación de servicios a empresas y actividades diversas de Madrid – Hiszpania
- Office for Vocational Education – Grecja
- Kahramanmaraş Anatolian Technical vocational High School (KATEM) – Turcja
- Arber Enterprises Ltd. – Wielka Brytania
- Eurogems Aps – Włochy
- Alta Diferença, Formação Profissional e Consultoria Organizacional, Crl – Portugalia

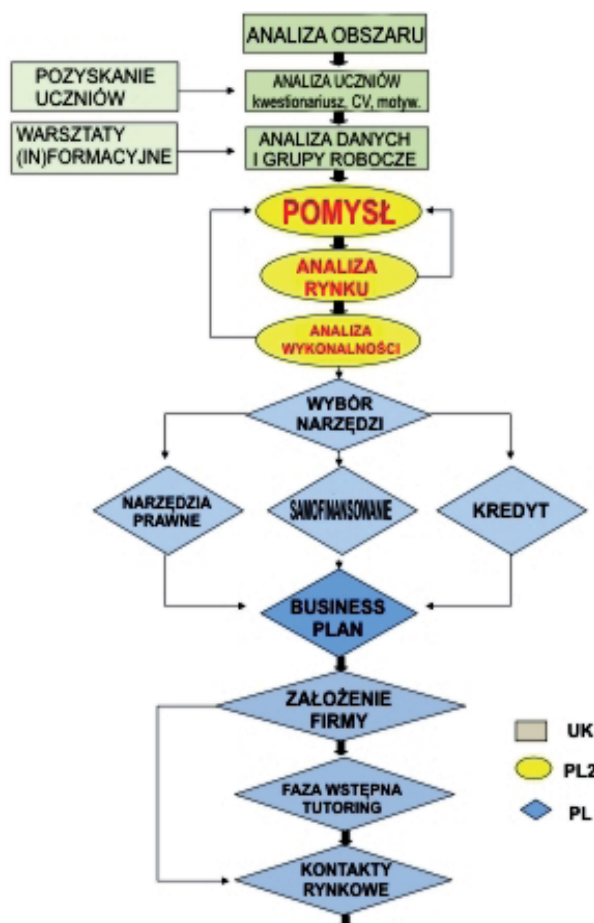
Koordynatorką projektu była p. Bronė Vilutienė.

1. Motywy i analiza metodologii – *Generowanie ducha przedsiębiorczości u młodych dorosłych Europejczyków* – GESPEN

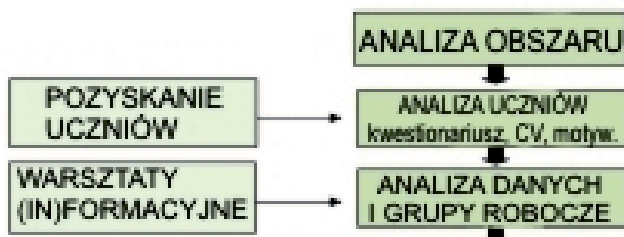
„Generowanie ducha przedsiębiorczości u młodych dorosłych Europejczyków” to projekt, który polega na partnerstwie różnorodnych i niehomogenicznych organizacji. Organizacje partnerskie mają różnorodne doświadczenia w różnych dziedzinach. Podczas gdy szkoły mogą, rzecz jasna, pominąć etap rekrutacji beneficjentów, jako że są już oni związani z tymi instytucjami, inne organizacje partnerskie, takie jak organizacje pozarządowe czy podmioty prywatne, będą potrzebowały procedur i/lub kryteriów w celu skontaktowania się z ostatecznymi użytkownikami projektu. W związku z tym wszyscy ci, którzy będą musieli rekrutować beneficjentów z zewnątrz, mogą posłużyć się lokalną analizą, oficjalnymi i nieoficjalnymi źródłami informacji lub przeprowadzić końcową analizę SWOT.

Ponadto każdy etap poniższej procedury może być uznany za opcjonalny i tym samym, pominięty. Procedury te stanowią jedynie przykład tego, jak poszczególne metodologie mogą być powiązane. Każda z instytucji partnerskich zapewne wykorzysta najbardziej odpowiednią część procedur, zgodnie z własnymi wymaganiami i potrzebami projektowymi.

Na poniższym diagramie przedstawiono ścieżkę metodologii projektu. Może on posłużyć jako użyteczny i sensowny wzór, jak nauczać i rozwijać umiejętności młodych dorosłych Europejczyków, którzy zamierzają podjąć samodzielną działalność gospodarczą, równocześnie przekazując różne pomysły na samozatrudnienie. Metodologia ta została opracowana z udziałem i pod kierownictwem każdego z dotychczasowych partnerów projektu.

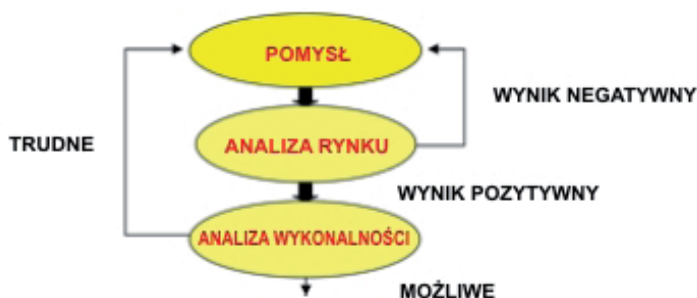


1. Etap pierwszy: jak zainteresować i zaangażować ostatecznych użytkowników i beneficjentów projektu (opcjonalne)



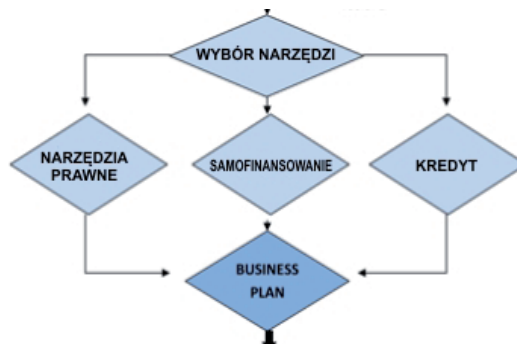
Opis zadań	Narzędzia
Pierwszym etapem projektu, który każda organizacja musi przedsięwziąć przed rozpoczęciem właściwej pracy, jest zrozumienie informacji i danych otrzymanych za pośrednictwem oficjalnych i nieoficjalnych źródeł informacji. Można to zrobić zarówno poprzez analizę oficjalnych statystyk publikowanych przez lokalne urzędy (np. izby handlowe), jak i poprzez zbieranie informacji i danych od potencjalnych kandydatów za pomocą ankiet i wywiadów, w celu porównania obu źródeł informacji – opcjonalne	oficjalne dane publiczne badania rynku lub wywiady ankiety
Następnie można przetworzyć informacje używając różnych technik – opcjonalne	analiza SWOT
Po ustaleniu planu działań można rozpocząć rekrutację promując projekt w wybranej grupie docelowej młodych, potencjalnych przedsiębiorców za pomocą różnych technik i kanałów reklamy – opcjonalne	• ogłoszenia w gazetach • broszury • ulotki • bannery w sieci • ogłoszenia w urzędach publicznych (np. urzędach pracy) • wyższe uczelnie – szkoły
Po zebraniu wszystkich kandydatów do projektu, w celu wyłonienia osób wyróżniających się najsilniejszą motywacją, można zastosować proces selekcji – opcjonalne	• ankiety • cv • pochodzenie/wykształcenie/doświadczenie • seminaria aspiracyjne • seminaria motywacyjne • seminaria IT • testy zdolności przedsiębiorczych
Analiza danych i grupy robocze; utworzenie grup roboczych (studia przypadku - PL) - opcjonalne	• przetwarzanie danych • statystyki i wykresy • analiza danych • synteza danych
Po stworzeniu grup(y) organizowane są warsztaty. Warsztaty powinny przekazać uczestnikom podstawy metodologii biznesowej oraz szerszy obraz tego, z czym się wiąże założenie spółki - począwszy od projektu lub pomysłu - opcjonalne	warsztaty mogą być prowadzone w mniejszych grupach wyłonionych z grupy głównej, a dyskusje powinny toczyć się podczas zajęć prowadzonych przez wykwalifikowanych nauczycieli; istotne kwestie do przedyskutowania to m.in.: • rozwój umiejętności komunikacji i współpracy • przykłady sukcesów w biznesie • praca kontraktowa a samozatrudnienie • pomysły na biznes i partnerzy • część główna projektu biznesowego, wymagania dot. biznesplanu • treść projektu biznesowego

2. Etap drugi: jak przetwarzać działania na warsztatach (opcjonalne)



Opis zadań	Narzędzia
Pomysł na przedsięwzięcie lub działalność gospodarczą Na tym etapie uczestnicy zajęć poznają różne sposoby na to, jak rozwinąć działalność gospodarczą zaczynając od pomysłu, czy to nowatorskiego, czy też wcześniej sprawdzonego – opcjonalne	Warsztaty: • metodologia studiów przypadku • opracowanie, określenie i analiza pomysłu • ćwiczenia ze studiów przypadku • zajęcia ze studiów przypadku • zajęcia podsumowujące
Analiza rynku Uczestnikom zostaną następnie przedstawione przykłady wdrożenia pomysłów na działalność gospodarczą: jak były one przeprowadzane, jakimi narzędziami się posługiwano, by osiągnąć cel rynkowy – opcjonalne	• metodologia studiów przypadku (PL) • analiza rynku • analiza klientów • analiza potencjalnych konkurentów
Studium wykonalności Na tym etapie przeprowadzone zostaną studia wykonalności pomysłów uczestników warsztatów. Szczególną wagę przykładą się do analizy ekonomicznej i finansowej – opcjonalne	• studium wykonalności pomysłów: – techniczna analiza wykonalności – ekonomiczna analiza wykonalności – finansowa analiza wykonalności

3. Etap trzeci: przedstawienie uczestnikom warsztatów realistycznego ekonomicznego planu działań, który będzie mógł być zastosowany do zrealizowania biznesplanu (opcjonalne)



Opis zadań	Narzędzia
Wybór narzędzi Zadanie będzie polegało na przeprowadzeniu symulacji właściwej działalności gospodarczej oraz najprostszych i najbardziej odpowiednich form prawnych i ekonomicznych – opcjonalne	Laboratoria z udziałem ekspertów W warsztatach wezmą udział specjaliści, którzy będą mogli posłużyć uczestnikom wsparciem w takich kwestiach, jak: • podmioty prawne • finansowanie ze środków własnych • finansowanie zewnętrzne – kwestie dostępności kredytu
Co się dotyczy wsparcia w kwestii narzędzi prawnych, to będą one wpięty przedstawione, a następnie dopasowywane do pomysłu na działalność gospodarczą, w celu przewidzenia możliwych rezultatów i wszelkich sytuacji, które mogą wystąpić – opcjonalne	Laboratoria z udziałem ekspertów • wybór formy prawnej (spółka, spółdzielnia, działalność jednoosobowa, itd.) • stosunki pomiędzy członkami zarządu (zarządzanie zasobami pracy) • prawa, zasady i regulaminy
W podobny sposób, jak opisano powyżej, pomysły sprawdzone zostaną pod względem źródeł finansowania – opcjonalne	Laboratoria z udziałem ekspertów Finansowanie ze środków własnych • ocena własnych środków • ocena finansowania ze środków własnych Finansowanie z kredytu • źródła finansowania dostępne lokalnie • źródła finansowania dostępne dla danego pomysłu • dostępność źródeł finansowania • poręczenia
Pod koniec piątego dnia laboratoriów z udziałem ekspertów zaproponowany przez uczestników zajęć pomysł na działalność gospodarczą powinien być gotowy na to, by przerobić go na konkretny biznesplan – opcjonalne	Laboratoria z udziałem ekspertów • strona tytułowa • opis działalności gospodarczej • opis zasobów • opis lokalizacji przedsiębiorstwa • plan marketingowy • przygotowanie i prezentacja projektu biznesowego

4. Etap czwarty: zakładanie działalności gospodarczej (opcjonalne)



Opis zadań	Narzędzia
Staże i nauka zawodu Przed założeniem swojego przedsiębiorstwa uczestnicy zajęć potrzebują okresu praktyki zawodowej w rzeczywistej, dobrze prosperującej firmie, działającej w branży najbardziej zbliżonej do tej, w której nowe przedsiębiorstwo będzie funkcjonowało – opcjonalne	Staże zawodowe organizowane przez firmy • staże/nauka zawodu • opiekunowie/nauka zawodu
Założenie przedsiębiorstwa Na tym etapie operacyjnym uczestnicy zajęć nauczą się rzeczywistych zasad funkcjonowania przedsiębiorstwa. Cały czas będą mogli liczyć na wsparcie osób prowadzących zajęcia – opcjonalne	Laboratoria z udziałem ekspertów • planowanie strategiczne • strategia operacyjna • organizacja produkcji • organizacja zarządzania zasobami ludzkimi • weryfikacja ekonomicznej i finansowej wykonalności • analiza wskaźników ekonomicznych i finansowych
Konsolidacja przedsiębiorstwa Uczestnicy zajęć będą zarządzali swym nowym przedsiębiorstwem od początku, dowiadując się co należy zrobić, aby rozwinąć swój pomysł na działalność gospodarczą wykorzystując wiedzę i praktykę, jaką otrzymali w trakcie zajęć – opcjonalne	Laboratoria z udziałem ekspertów – Prawdziwy świat • rozpoczęcie działalności • konsolidacja przedsiębiorstwa

2. Program edukacyjny *Generowanie ducha przedsiębiorczości u młodych dorosłych Europejczyków*

Uzasadnienie i analiza Programu

W stale się zmieniających warunkach ekonomicznych, politycznych i technologicznych nauka umiejętności przedsiębiorczych jest ważniejsza niż kiedykolwiek. Gospodarka rynkowa stawia przed ludźmi wysokie wymagania: powinni oni przejawiać inicjatywę, konkurować na rynku pracy, wiedzieć jak założyć własną firmę i przystosowywać się do stale zmieniających się warunków. Przedsiębiorczość pozwala ludziom na adaptację do szybko zmieniającego się świata.

Kraje Zachodu przechodzą obecnie okres poważnego kryzysu finansowego i zapaści gospodarczej. Recesja wpływa na życie ludzi w wielu różnych krajach. Ekonomiści twierdzą, że wyjście z trudnej sytuacji będzie wymagało nowych pomysłów i innowacyjnych rozwiązań biznesowych. Patrząc z tego punktu widzenia obecny okres może być korzystny dla młodych ludzi, którzy są bardziej kreatywni, innowacyjni, odważni i elastyczni w działaniu. Jednak statystyki pokazują, że młodzi ludzie, pomimo swego potencjału, ponoszą największe konsekwencje kryzysu gospodarczego. Z danych Europejskiego Urzędu Statystycznego wynika, że bezrobocie wśród młodzieży niemal trzykrotnie przekracza wartość tego wskaźnika dla starszych grup wiekowych. W wielu przypadkach młodzi nie mają szansy, by wykorzystać swoją kreatywność i elastyczność. Tym ważniejsze jest podjęcie działań pobudzających ich przedsiębiorczość, ułatwiających zdobywanie kwalifikacji i umiejętności, by mogli stać się pracownikami poszukiwanymi przez pracodawców, innowacyjnymi, umiającymi rozwiązywać problemy, komunikować się itd., ale także zdolnymi do tworzenia nowych miejsc pracy poprzez założenie własnego przedsiębiorstwa.

Rozwój przedsiębiorczości polega na inwestowaniu w człowieka i zwiększaniu jego potencjału. Jest to coraz ważniejsze w procesie wzrostu gospodarczej działalności społeczeństwa oraz jest koniecznym warunkiem powstawania i rozwoju MŚP. Ani bogactwa naturalne, ani kapitał materialny, ani praca fizyczna nie wystarczą, żeby stworzyć sprawną, innowacyjną gospodarkę. W gospodarce rynkowej przedsiębiorczość staje się jedną z najważniejszych funkcji systemu podnoszenia kwalifikacji zawodowych.

Definicja Programu

Program rozwoju przedsiębiorczości został opracowany z myślą o nieformalnej edukacji ludzi dorosłych – w celu rozwoju zdolności przedsiębiorczych u młodych, dorosłych ludzi

Zgodnie z programem, rozwój przedsiębiorczości jest skupiony na rozwoju indywidualnych zdolności uczestników zajęć. Każdy potrzebuje zdolności przedsiębiorczych, aby mógł pomyślnie kierować swoim życiem, wykorzystywać środki, którymi dysponuje w najlepszy możliwy sposób, znaleźć zatrudnienie na konkurencyjnym rynku pracy lub zachować obecną pracę.

Przedsiębiorczość oznacza wrodzone i nabyte umiejętności człowieka, tj. m.in.:

- 1) wiarę we własny sukces i ciągłe starania, aby osiągnąć zamierzone cele. Aby rozwinąć tę cechę należy wykształcić człowieka zorientowanego na przyszłość, optymistę, starającego się wykonywać zadania, pewnego siebie, wytrwałego i oddanego pracy;
- 2) pragnienie niezależności. Realizuje się poprzez samodzielne podejmowanie decyzji, wyrażanie opinii, samodzielną pracę i podejmowanie niekonwencjonalnych działań;
- 3) motywację i zawziętość. Jest to zdolność wykorzystywania pojawiających się szans, przekonanie o własnych możliwościach, odnoszenia sukcesów na własną rękę i przekonanie, że jest się panem swojego losu.

Zgodnie z opisywanym programem, rozwój przedsiębiorczości jest oparty na aktywnej, niezależnej pracy uczestnika zajęć – pracy, która skłania do przemyśleń i odpowiednich działań.

Cele Programu GESPEN

- Wykształcić postawę przedsiębiorczą u uczestników: niezależność, kreatywność, inicjatywę, dążenie do wskazanych celów i wiarę we własny sukces.
- Przygotować osoby biorące udział w programie do oceny ich umiejętności i dokonania wyboru: uczestniczyć w działalności przedsiębiorstwa (w charakterze pracownika), czy założyć własną firmę.

Zadania Programu GESPEN

- Pomóc uczestnikom rozpoznać własne zdolności i możliwości ich rozwijania.
- Nauczyć poprawnej autoprezentacji.
- Pomóc w określeniu własnych potrzeb życiowych.
- Wzbogacić o wiedzę i praktyczne umiejętności konieczne dla zdobycia zatrudnienia.
- Otworzyć na nowe kanały komunikacji.
- Ułatwić uczestnikom nawiązywanie kontaktów i pozyskiwanie informacji, aby mogli stawiać czoło przeszkodom.
- Pokazać w jaki sposób technologie komputerowe i informacyjne mogą pomóc rozwiązać wiele życiowych problemów.

- Nauczyć przygotowywania dokumentów dla pracodawcy.
- Nauczyć poprawnej komunikacji i współpracy.
- Wykształcić umiejętność pracy w grupie.
- Nauczyć przygotowania biznesplanu oraz jego prezentacji (na cele konkursu).

Plan nauki (treść programu) – *Generowanie ducha przedsiębiorczości u młodych dorosłych Europejczyków*

Rozdziały i tematy	Liczba godzin – razem	Liczba godzin – teoria	Liczba godzin – praktyka
1. Rozwój zdolności interpersonalnych	8	4	4
1.1. Cechy psychiczne osoby i ich przejawy w życiu i działalności zawodowej 1.2. Czym jest przedsiębiorczość? Dlaczego opłaca się być przedsiębiorczym? 1.3. Sformułowanie samoevaluacji 1.4. Wsparcie pewności siebie 1.5. Kamienie milowe rozwoju własnej osobowości			
2. Rozwój umiejętności komunikacji i współpracy	8	4	4
2.1. Jak siebie zaprezentować innym? 2.2. Jak rozmawiać z klientem? 2.3. Jak rozpoznać klienta? 2.4. Jak skutecznie się sprzeciwiać? 2.5. Jak zbierać informacje? 2.6. Praktyka. Poznanie samego siebie, ocena przedsiębiorczości i potencjału			
3. Trening w używaniu technologii informacyjnych i komunikacyjnych (program nauki podstawowych umiejętności komputerowych)	14	4	10
3.1. Używanie komputera 3.1.1. Włączanie i wyłączanie komputera 3.1.2. Pulpit 3.1.3. Test 3.2. Aplikacja tekstowa 3.2.1. Otwieranie aplikacji tekstowej 3.2.2. Formatowanie tekstu przy użyciu paska zadań 3.2.3. Zapisywanie plików 3.2.4. Tworzenie nowego folderu przy zapisywaniu 3.2.5 Otwieranie istniejącego pliku 3.3. Komunikacja i komputery 3.3.1. Napisz wiadomość e-mail – wyślij teraz 3.3.2. Napisz wiadomość e-mail – wyślij później 3.3.3. Wyślij e-mail w pośpiechu 3.3.4. Połącz plik do wiadomości e-mail			

4. Wskazówki dla osób poszukujących pracy. Jak nie zagubić się na zmiennym rynku pracy	10	4	6
4.1. Sposoby na znalezienie zatrudnienia 4.2. Główne zasady i wymagania przy poszukiwaniu pracy 4.3. Wskazówki na rozmowę kwalifikacyjną 4.4. Praktyka. Tworzenie CV i wypełnianie innych dokumentów			
5. Ocena warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Założenie i rozwój przedsiębiorstwa	12	4	8
5.1. Sukces przedsiębiorstwa 5.2. Główne różnice – praca kontraktowa a samozatrudnienie 5.3. Wykształcenie umiejętności pracy w grupie 5.4. Poszukiwanie pomysłów na biznes oraz partnerów 5.5. Koncepcja projektu biznesowego 5.6. Część główna projektu biznesowego i jego znaczenie 5.7. Główne wymagania przy pisaniu projektu biznesowego 5.8. Treść projektu biznesowego 5.9. Praktyka: przygotowanie i prezentacja niewielkiego projektu, ocena własnych umiejętności przedsiębiorczych			
6. Konkurs biznesplanów	8	-	8
Razem:	60	20	40

Ewaluacja, spodziewane rezultaty Programu

Po zakończeniu kursu samorozwoju, uczestnik potrafi:

- ocenić swoje potrzeby i możliwości;
- zaprezentować się;
- skutecznie poszukiwać nowych możliwości zatrudnienia;
- wypełnić wymagane dokumenty związane z pracą;
- ocenić możliwości założenia przedsiębiorstwa;
- analizować warunki prowadzenia działalności gospodarczej;
- poprawnie się komunikować i współpracować;
- badać warunki rynkowe;
- przygotować i zaprezentować biznesplan.

Kwalifikacja kursu

- skoroszyt ze zbiorem samodzielnej pracy;
- prezentacja biznesplanu;
- konkurs biznesplanów.

Każdy uczestnik, który ukończy kurs rozwoju przedsiębiorczości otrzyma certyfikat.

Wymagane zasoby materialne

1. Pokój zarządu
2. Sprzęt techniczny i środki edukacyjne:
 - dyktafon

- projektor multimedialny
- nagrywarka/odtwarzacz
- 3. Materiały do samodzielnej nauki
- 4. Indywidualne zadania
- 5. Testy
- 6. Karty wykresów i diagramów

3. Materiały metodologiczne

3.1. Materiał metodologiczny dla rozwoju zdolności interpersonalnych

Ogólne zadania:

- wykształcić samoświadomość oraz umożliwić rozwój osobisty i społeczny uczestników w celu nabycia cech charakteryzujących profil behawioralny przedsiębiorcy;
- odbyć praktyczny trening w kształtowaniu i tworzeniu projektu;
- umożliwić rozwój cech osobowych, koniecznych dla rozwoju każdego przedsiębiorstwa;
- wykształcić umiejętność samoewaluacji i poprawić wiedzę o samym sobie, efektywnie poprawiając zdolność nawiązywania i utrzymywania udanych związków z innymi;
- pomóc uczestnikom wzmocnić pewność siebie i poczucie własnej wartości (dwie kwestie o podstawowym znaczeniu przy nawiązywaniu udanych i wartościowych relacji).

Czynnik ludzki

„Nie ma takiego człowieka – biednego, czy bogatego – który by sam sobie nie pomógł stać się tym, kim jest” (niemieckie przysłowie).

Czy kiedykolwiek zastanawiałeś się, dlaczego są na świecie błogosławieni ludzie, którzy zdają się być chronieni przez boską duszę? Co mają ci ludzie, czego nie mają inni? Czy to jest jakiś mistyczny urok, czy też coś zwykłego, przyziemnego?

Skąd czerpać wiedzę o tym kim jesteś i czego chcesz od życia?

Oto klucz do sukcesu aspirującego biznesmena – czy potrafisz przewidzieć, jak zareagujesz na stres i sukces? Większość odnoszących sukcesy ludzi potrafi.

Co Tobą kieruje? Psychologowie twierdzą, że jeśli chcesz osiągnąć cele, musisz rozpoznać swoje mocne i słabe strony oraz potencjał wykorzystania istniejących możliwości.

Cokolwiek chciałbyś w życiu robić musisz pamiętać, że cechy Twojego charakteru będą bardzo istotnym czynnikiem na Twojej drodze do sukcesu. Nawyki, podejście do życia, przekonania – to bagaż, który nosisz zawsze ze sobą. Więc zanim zaczniesz, znajdź trochę czasu, by dowiedzieć się, kim jesteś.

Opowiem Ci historię o panu Rodgerze, który po tym jak stracił pracę, pożyczył pieniądze od rodziców, żeby założyć firmę. Nie minął rok, kiedy do drzwi jego biura zapukał komornik. Dopiero po jakimś czasie Rodger zrozumiał, że powodem, dla którego założył swoje przedsiębiorstwo była emocjonalna konieczność udowodnienia byłemu pracodawcy, że nie miał racji zwalniając go, a nie pragnienie wyzwania i możliwości działania na własny rachunek.

Musisz znaleźć coś, co będzie motywowało Cię do działań. Czy jesteś stanowczy, czy czekasz po prostu na cud, który przyniesie Ci szczęście i sławę? Jesteś na widowni, czy na scenie? Kierujesz ludźmi, czy idziesz z tyłu? Chcesz dostać podwyżkę, czy wolisz mieć spokój? Sukces będziesz mógł osiągnąć tylko wówczas gdy, określisz swoje potrzeby i źródła motywacji.

Sztuka radzenia sobie z emocjami. Założenie i prowadzenie działalności gospodarczej nie jest prostym przedsięwzięciem. Napotkasz wiele problemów i wyzwań, i tylko od Ciebie zależy, czy sobie poradzisz i będziesz umiał kontrolować emocje. Od tego będzie zależało, czy odniesiesz sukces, czy też poniesiesz porażkę.

Zanim zaczniesz zajmować się rozwiązywaniem problemów, które Cię czekają, musisz ocenić swoje umiejętności radzenia sobie z nimi. Nie czekaj, aż problem Cię przytłoczy nie wiedząc, czy jesteś w stanie sobie z nim poradzić. Znać siebie to znaczy wiedzieć, jak się zachowasz w dowolnej sytuacji – przyjemnej lub nie. Na przykład – kiedyś myślałem, że potrafię sobie poradzić w trudnych sytuacjach, ale po kolejnych porażkach uznałem, że jest inaczej. Zrozumiałem, że poprawne rozwiązanie problemu menedżerskiego zależy od moich umiejętności radzenia sobie z emocjami.

Sukces podąży za Twoimi działaniami. Kiedy zrozumiesz kim jesteś, zdobędziesz wewnętrzną wiedzę jak reagować na wyzwania i nagrody.

Za jaką osobę się uważasz? Wypełnij test odpowiadając na poniższe pytania.

1. Czy rozumiesz motywy swoich działań, czy może działasz pod wpływem emocji? Impulsywne zachowania mogą doprowadzić Twoje przedsiębiorstwo do bankructwa.
2. Czy chcesz mieć pewne rzeczy tylko dlatego, że inni już to mają? Czy Twoje potrzeby to rzeczywiste potrzeby? Zazdrość nie przyczynia się do racjonalnego zachowania i sukcesu przedsiębiorstwa.
3. Czy wiesz, co to znaczy być liderem? Czy rozumiesz na czym polega odpowiedzialne zarządzanie?
4. Czy jesteś tolerancyjny wobec różnych opinii? Czy może wzmacniasz niezgodę po to, żeby w przyszłości udowodnić, że miałeś rację? Nie świadczyłoby to dobrze o Twoich zdolnościach menedżerskich.
5. Czy potrafisz stawić czoło konfrontacji? Czy może mówisz „tak”, kiedy myślisz „nie”? Sukces w interesach polega na mówieniu „nie” nawet wtedy, kiedy nie jest to korzystne dla Twojego przedsiębiorstwa.
6. Czy potrzebujesz, żeby inni chwalili Twój sukces, aby zadowolić swoje ego? Świadczyłoby to o kompleksach.
7. Czy potrafisz się dzielić z innymi? Czy może potrzebujesz całego marmuru świata, żeby czuć się kimś ważnym? Praca grupowa, a nie monarchia absolutna jest podstawą sukcesu każdego przedsiębiorstwa.

8. Czy potrafisz podejmować decyzje? Czy może boisz się popełnić pomyłkę? Strach może opóźnić działanie i tym samym doprowadzić do porażki.
9. Czy osiągasz cele, które sobie ustaliłeś? Czy może oczekujesz, że „ten problem sam się rozwiąże”? Brak środków to typowa wymówka w przypadku źle wykonanej pracy.
10. Czy łatwo się poddajesz? Jeśli tak, to mogą Cię ominąć różne szanse.
11. Czy szukasz najbardziej bezpośredniej drogi do sukcesu, zapominając o uczciwości i wysiłku? W długim okresie najkrótsza droga zawsze prowadzi do porażki.

Czy którekolwiek z tych pytań wydaje Ci się istotne? Jeśli tak, to już wykonałeś pierwsze zadanie.

Samoanaliza mniej boli. Osiągnięcie tego, czego pragniesz od życia to zrozumienie dlaczego robisz to, co robisz teraz.

Co prowadzi Cię do sukcesów, a co do porażek? Uczynimy pierwszy krok na drodze do sukcesu, kiedy odkryjemy ukryte moce Twojej osobowości.

Zrozumiesz, że samoanaliza jest znacznie mniej bolesna niż porażka.

Imię i nazwisko: _____

Data: ____/____/____

CZĘŚĆ PIERWSZA

- W oparciu o swoje doświadczenia życiowe zanalizuj swoje Mocne i Słabe Strony w porównaniu z Cechami Zachowania Przedsiębiorców (zadanie 2).

1 – Poszukiwanie nowych możliwości oraz inicjatywa

- Podejmowane działania zanim zostanie się o to poproszonym i zanim wymuszą to okoliczności.
- Działanie w celu rozbudowy przedsiębiorstwa, zakładanie nowych oddziałów, rozszerzenie profilu działalności o nowe produkty lub usługi.
- Wykorzystywanie nietypowych okazji do rozpoczęcia działalności gospodarczej (do zdobycia dofinansowania, wyposażenia, lokalu lub wsparcia).

- ☐ mocna strona
- ☐ słaba strona

– Jak zamierzasz poprawić te umiejętności? (opisz możliwie konkretnie)

2 – Zarządzanie/podejmowanie obliczonego ryzyka

- Ocenianie alternatyw i rozmyślnie obliczanie ryzyka.
- Działanie w celu ograniczenia ryzyka lub kontrolowania rezultatów.
- Stawianie się w pozycji implikującej wyzwania lub umiarkowane ryzyko.

- ☐ mocna strona
- ☐ słaba strona

– Jak zamierzasz poprawić te umiejętności? (opisz możliwie konkretnie)

3 – Wymaganie jakości i efektywności

- Znajdowanie sposobów, by działać lepiej, szybciej lub oszczędniej.
- Działanie w taki sposób, żeby to co robisz spełniło lub przewyższyło istniejące wzory doskonałości.
- Kształtowanie lub wykorzystywanie procedur, by się upewnić, że zadanie będzie skończone na czas i spełni uprzednio ustalone standardy jakości.

- ☐ mocna strona
- ☐ słaba strona

– Jak zamierzasz poprawić te umiejętności? (opisz możliwie konkretnie)

4 – Wytrwałość

- Działanie w momencie napotkania istotnej przeszkody
- Powtórne działanie lub zmiana strategii w obliczu wyzwania lub przeszkody.
- Przyjmowanie osobistej odpowiedzialności za zapewnienie wydajności koniecznej dla osiągnięcia celów i wykonywania zadań.

- ☐ mocna strona
- ☐ słaba strona

– Jak zamierzasz poprawić te umiejętności? (opisz możliwie konkretnie)

5 – Oddanie

- Zdolność do osobistego poświęcenia lub dodatkowej pracy w celu wykonania zadania.
- Współpraca z pracownikami lub, jeśli to konieczne, zajęcie ich miejsca w celu wykonania zadania.

- Robienie wszystkiego co możliwe, by klienci byli zadowoleni oraz preferowanie życzliwości w długim okresie nad życzliwość w krótkim okresie.

- ☐ mocna strona
- ☐ słaba strona

– Jak zamierzasz poprawić te umiejętności? (opisz możliwie konkretnie)

6 – Poszukiwanie informacji

- Osobiste poświęcenie dla zdobycia informacji od klientów, dostawców lub konkurentów.
- Osobiste badanie jak wytworzyć dany produkt lub dostarczyć usługę.
- Radzenie się specjalistów w celu uzyskania technicznych lub ekonomicznych porad.

- ☐ mocna strona
- ☐ słaba strona

– Jak zamierzasz poprawić te umiejętności? (opisz możliwie konkretnie)

7 – Wyznaczanie celów

- Wyznaczanie celów i zadań, które są wyzwaniem i mają osobiste znaczenie.
- Określanie celów długookresowych w jasny i konkretny sposób.
- Wyznaczanie wymiernych celów krótkookresowych.

- ☐ mocna strona
- ☐ słaba strona

– Jak zamierzasz poprawić te umiejętności? (opisz możliwie konkretnie)

8 – Systematyczne planowanie i kontrola

- Dzielenie większych zadań na mniejsze zadania o ściśle określonym terminie wykonania.
- Ciągłe rewidowanie swoich planów, biorąc pod uwagę osiągnięte rezultaty i zmiany warunków działania.
- Prowadzenie księgi rachunkowej i korzystanie z niej przy podejmowaniu decyzji.

- ☐ mocna strona
- ☐ słaba strona

– Jak zamierzasz poprawić te umiejętności? (opisz możliwie konkretnie)

9 – Perswazja oraz tworzenie i utrzymywanie sieci kontaktów

- Rozmyślnie używanie strategii perswazji w celu wpływania na innych.
- Korzystanie z kluczowych pracowników jako agentów dla osiągnięcia celów.
- Działanie w celu wykształcenia i utrzymania sieci powiązań biznesowych.

- ☐ mocna strona
☐ słaba strona

– Jak zamierzasz poprawić te umiejętności? (opisz możliwie konkretnie)

10 – Niezależność i pewność siebie

- Pragnienie niezależności od norm i od kontroli ze strony innych ludzi.
- Utrzymywanie własnej opinii nawet w obliczu silnego sprzeciwu lub marnych rezultatów początkowych.
- Wyrażanie wiary w swoją zdolność ukończenia trudnego zadania lub stanięcia w obliczu wyzwania.

- ☐ mocna strona
☐ słaba strona

– Jak zamierzasz poprawić te umiejętności? (opisz możliwie konkretnie)

CZĘŚĆ DRUGA

– Po przeanalizowaniu swoich mocnych i słabych stron wybierz 3 CZP – Cechy Zachowania Przedsiębiorców, na których chciałbyś się skupić w celu ich poprawy:

CZP	Nr	1	-
CZP	Nr	2	-
CZP	Nr	3	-

Imię i nazwisko:

Data: ____/____/____

Dlaczego planowanie jest istotne?

Mówi się, że jeśli nie wiesz dokąd idziesz, każda droga Cię tam zabierze.

Przedsiębiorca, który chce odnosić sukcesy określa to, dokąd zmierza w bardzo konkretny sposób. „Poradnik planowania dla przedsiębiorcy” został stworzony, by pomóc Ci określić konkretne cele, zadania i plany.

Badania pokazują, że jeśli ktoś określi cel konkretnie i na piśmie, ma o 60% większą szansę, aby go zrealizować i osiągnąć zamierzenia.

Na wspomniany „Poradnik planowania dla przedsiębiorcy” składają się:

- porady jak formułować umowy z samym sobą,
- określenie celów,
- plany roczne,
- osobista umowa.

Porady jak formułować „umowy” z samym sobą

1 – Zachowaj formę pisaną

Choć może się to wydawać dziwne, zapisz sobie dokładanie, do czego się zobowiązałeś. Pisanie umowy pomaga myśleć jasno o swoich zamiarach. Poza tym, w ten sposób będziesz o tej umowie myślał poważniej.

2 – Zastanów się nad korzyściami ze zrealizowania umowy

Napisz umowę z samym sobą z myślą o czymś, co dla Ciebie będzie bardzo korzystne. Umowa musi mieć dla Ciebie szczególne znaczenie.

3 – Wyznacz sobie znaczące wyzwanie

Umowa, jeśli jest zbyt prosta do zrealizowania, straci swoje znaczenie. Zbyt trudna umowa z kolei może skończyć się walkowerem. Jeśli nie będziesz w stanie zrealizować umowy ucierpi Twoja pewność siebie. Jeśli jednak zrealizujesz umowę pomimo istotnego wyzwania, Twoja pewność siebie wzrośnie.

4 – Sformułuj umowę na określony czas

Jeśli będziesz chciał napisać umowę „na zawsze”, czy do końca życia, to nigdy jej nie zrealizujesz. Pisząc umowę na określony czas dajesz sobie szansę, że ją zrealizujesz. Twoja pierwsza osobista umowa powinna dotyczyć stosunkowo krótkiego okresu, (jeden dzień, tydzień, miesiąc).

5 – Nie śpiesz się pisząc umowę

Jest bardzo ważne abyś miał szczerą motywację, by zrealizować każdą umowę, jaką ze sobą podpiszesz.

6 – Formułuj umowy na temat rzeczy, które możesz zobaczyć i zmierzyć, ściśle określ swoje cele

Przykładem nieodpowiednich umów są zobowiązania do tego, że „będę bardziej zorganizowany” albo „będę szczęśliwy”. Nie ma możliwości żeby sprawdzić, czy taka umowa została zrealizowana. Konkretną miarą zorganizowania mogą być deklaracje „utrzymam porządek na biurku” albo „będę odkładał rzeczy na swoje miejsce”.

7 – Jeśli to tylko możliwe pisz umowy używając form twierdzących

Często jest tak, że łatwiej jest nam myśleć o rzeczach, które chcemy przestać robić, niż o rzeczach, które chcesz zrobić. Chociaż napisanie umowy w postaci twierdzącej może być trudniejsze, to jednak kiedy już to zrobisz zrozumiesz, że taką umowę łatwiej jest zrealizować. Na przykład, jeśli spędzasz dużo czasu rozmawiając ze znajomymi przez Internet, możesz sformułować umowę w ten sposób, że określasz jak dużo czasu chcesz sobie przyznać na ten cel każdego dnia. Przykładowo umowa, w której się zobowiązujesz, że „będę spędzał na rozmowach ze znajomymi nie więcej niż jedną godzinę dziennie przez następny miesiąc”, to umowa sformułowana w formie twierdzącej.

8 – Uszanuj warunki umowy przez cały określony umową okres

Jest to bardzo ważne ponieważ musisz sobie udowodnić, że potrafisz zrobić to, co sobie zamierzyłeś. Łamanie obietnic – także tych danych samemu sobie – mogło by doprowadzić do utraty zaufania do siebie. Może się zdarzyć, że po tym jak umowa przestanie obowiązywać, porzucisz wzorce zachowania opisane w umowie. Nie ma problemu. Jednym z celów tego systemu jest danie sobie możliwości, by spróbować zachowywać się w inny sposób przez określony okres czasu.

9 – Podziel się swoją umową z kimś kogo szanujesz i komu ufasz

Oświadczenia to bardzo potężna broń. Wiele razy się zdarza, że mamy ochotę czegoś zaniechać ale nie robimy tego, ponieważ jest ktoś, kto liczy na to, że nam się uda. Dalej robimy co do nas należy bowiem chcemy, aby ta osoba nas szanowała i była z nas dumna. Ponadto samo wypowiedzenie oświadczenia na głos zdaje się zwiększać motywację ludzi do tego, by je wypełnić. Wybierz przyjaciela, krewnego albo nauczyciela i opowiedz jemu/jej o swojej umowie; poproś o pomoc w wypełnieniu warunków umowy.

Określenie celów

Z myślą o swoich 3 (trzech) wybranych CZP – Cechach Zachowania Przedsiębiorcy, na których chciałbyś się skupić, by je poprawić, określ swoje cele przedsiębiorcy na najbliższy rok.

CZP Nr 1 - _____

Cel 1:

CZP Nr 2 - _____

Cel 2:

CZP Nr 3 - _____

Cel 3:

Następnie opisz zadania (określając działania), które zamierzasz wykonać, aby osiągnąć cele.

Plan działań

Cel 1 (podobnie dla celu 2 i 3)

Działanie	Miesiąc												Odpowiedzialny
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	

Osobista umowa

W oparciu o mój udział w Projekcie „Generowanie ducha przedsiębiorczości u młodych dorosłych Europejczyków” oświadczam, że w najbliższych dniach i tygodniach wykonam następujące działania w celu poprawy moich Cech Zachowania Przedsiębiorcy (opisz możliwie konkretnie).

CZP Nr 1 - _____

Konkretne działania: _____

CZP Nr 2 - _____

Konkretne działania: _____

CZP Nr 3 - _____

Konkretne działania: _____

Zobowiązuję się do czytania tej umowy codziennie (w dzień i w nocy) przez co najmniej miesiąc (30 dni) po ukończeniu Kursu. Zobowiązuję się również do zrobienia wszystkiego co w mojej mocy, żeby wykonać zadania, które opisałem w niniejszej umowie.

Miejscowość: _____

Data: ____/____/____

Podpis: _____

Imię i nazwisko: _____

Data: ____/____/____

ANKIETA

Samooocena Cech Zachowań Przedsiębiorcy

Poniższa ankieta zawiera pięćdziesiąt zdań. Przeczytaj uważnie każde zdanie i zdecyduj, które opisuje Cię najlepiej. Bądź wobec siebie szczery!

Zasady ankiety

- 1 – Wybierz cyfrę, która najlepiej pasuje do zdania:
1 = nigdy
2 = rzadko
3 = czasami
4 = często
5 = zawsze
- 2 – Zapisz wybraną cyfrę w nawiasie po lewej stronie każdego zdania.
- 3 – Niektóre zdania mogą się wydawać podobne, ale żadne nie są równoznaczne.
- 4 – Wstaw cyfrę przy każdym zdaniu.
- 5 – Poniższa ankieta składa się z kilku kolejnych części. Przeczytaj uważnie wszystkie instrukcje.

1 = nigdy
2 = rzadko
3 = czasami
4 = często
5 = zawsze

1. () Staram się wykonać zadania, które muszę wykonać.
2. () Kiedy stoję przed trudnym problemem potrzebuję dużo czasu, żeby znaleźć rozwiązanie.
3. () Wykonuję swoje zadania na czas.
4. () Jestem nieszczęśliwy, jeśli zadania nie są wykonywane poprawnie.
5. () Wolę sytuacje, w których mam maksymalną kontrolę nad ostatecznym rezultatem.
6. () Lubię myśleć o przyszłości.
7. () Zawsze kiedy zaczynam nowe zadanie lub projekt zbieram wszystkie możliwe informacje przed rozpoczęciem.
8. () Planuję duże projekty poprzez podzielenie ich na prostsze zadania.
9. () Udaje mi się nakłonić innych, by wspierali moje propozycje.
10. () Wierzę, że mogę odnieść sukces w każdym działaniu, jakiego się podejmę.
11. () Robię to, co muszę zrobić nie czekając aż ktoś mnie o to poprosi.
12. () Nalegam kilkakrotnie aby inni robili to, czego chcę.

13. () Dotrzymuję danej obietnicy.
14. () Wyniki mojej pracy są lepsze od wyników osób, z którymi pracuję.
15. () Nie podejmuję się nowych rzeczy, dopóki nie zrobię wszystkiego, co tylko możliwe, żeby zapewnić sukces przedsięwzięcia.
16. () Uważam, że zastanawianie się co zrobić ze swoim życiem to strata czasu.
17. () W mojej obecnej działalności szukam rad ekspertów.
18. () Dokładnie rozważam wszelkie wady i zalety różnych możliwych rozwiązań przed wykonaniem zadania.
19. () Nie spędzam dużo czasu myśląc jaki mam wpływ na innych ludzi.
20. () Zmieniam zdanie kiedy inni zdecydowanie sprzeciwiają się moim poglądom.
21. () Lubię wyzwania i nowe możliwości.
22. () Nawet jeśli coś stanie mi na drodze, wytrwale wykonuję swoje zadanie.
23. () Jeśli to konieczne, nie mam nic przeciwko wykonywaniu pracy za innych w celu dotrzymania terminu.
24. () Jestem nieszczęśliwy kiedy marnuję czas.
25. () Rozważam prawdopodobieństwa sukcesu lub porażki przed rozpoczęciem działania.
26. () Im bardziej sprecyzowane są moje oczekiwania wobec tego, co chcę w życiu osiągnąć, tym większe jest prawdopodobieństwo sukcesu.
27. () Podejmuję decyzje nie marnując czasu, szukając informacji na dany temat.
28. () Biorę pod uwagę wszystkie problemy, jakie mogą wystąpić i przewiduję, co bym zrobił w razie gdyby rzeczywiście miały miejsce.
29. () Polegam na osobach z odpowiednimi powiązaniami w celu osiągnięcia celów.
30. () Kiedy robię coś trudnego i stanowiącego wyzwanie jestem przekonany, że odniosę sukces.
31. () Wolę wykonywać zadania, na których znam się najlepiej, i w których czuję się pewnie.
32. () Kiedy staję w obliczu poważnych trudności szybko porzucam działanie.
33. () Kiedy wykonuję zadanie dla kogoś innego podejmuję szczególne starania, żeby ta osoba była zadowolona z mojej pracy.
34. () Nigdy nie jestem w pełni zadowolony z tego, jak pewne rzeczy są robione; zawsze uważam, że jest lepszy sposób, by je robić.
35. () Wykonuje ryzykowne zadania.
36. () Mam jasny plan na życie.

37. () Kiedy wykonuję dla kogoś jakiś projekt zadaję dużo pytań, by się upewnić, że dokładnie rozumiem czego ta osoba ode mnie oczekuje.
38. () Problemom stawiam czoła na bieżąco, zamiast marnować czas na ich przewidywanie.
39. () Aby osiągnąć cele szukam rozwiązań, które przyniosą korzyści wszystkim, których to dotyczy.
40. () Doskonale wykonuję swoją pracę.
41. () Podejmuję ryzyko robienia innych rzeczy niż te, które robiłem w przeszłości.
42. () Mam różne sposoby na pokonanie przeszkód, które stoją mi na drodze do celu.
43. () Moja rodzina i życie prywatne są dla mnie ważniejsze niż terminy w pracy, które sam sobie określiłem.
44. () Znajduję najszybsze sposoby na wykonanie zadania – tak w domu, jak i w pracy.
45. () Robię rzeczy, które inni uważają za ryzykowne.
46. () Martwię się w równym stopniu o wykonanie moich planów na tydzień i o wykonanie moich planów rocznych.
47. () Szukając wsparcia przy wykonywaniu zadań i projektów polegam na kilku źródłach informacji.
48. () Jeśli jakaś metoda rozwiązania problemu nie działa, próbuje innej.
49. () Potrafię zmienić poglądy osób, które mają zdecydowane przekonania i opinie.
50. () Pozostaję przy swoich decyzjach, nawet jeśli inni zdecydowanie się im sprzeciwiają.

Interpretacja wyników Ankiety – Samoocena Cech Zachowań Przedsiębiorcy (instrukcja)

1 – Wpisz wartości, które zaznaczyłeś w ankiecie zgodnie z liczbami w nawiasach. Upewnij się, że kolejne liczby następują po sobie w kolumnach, tj. odpowiedź na pytanie nr 2 jest zaraz pod odpowiedzią na pytanie nr 1 itd.

2 – Następnie uważnie dodaj liczby w każdym szeregu w celu obliczenia liczby punktów dla każdej CZP – Cech Zachowań Przedsiębiorcy.

Punktacja

Ocena zdań										Punkty	CZP
(1)		(11)		(21)		(31)		(41)			Poszukiwanie nowych możliwości oraz inicjatywa
	+		+		+		+		=		

(2)		(12)		(22)		(32)		(42)			Wytrwałość
	+		+		+		+		=		
(3)		(13)		(23)		(33)		(43)			Oddanie
	+		+		+		+		=		
(4)		(14)		(24)		(34)		(44)			Wymaganie jakości i efektywności
	+		+		+		+		=		
(5)		(15)		(25)		(35)		(45)			Podejmowanie wliczonego ryzyka
	+		+		+		+		=		
(6)		(16)		(26)		(36)		(46)			Wyznaczanie celów
	+		+		+		+		=		
(7)		(17)		(27)		(37)		(47)			Poszukiwanie informacji
	+		+		+		+		=		
(8)		(18)		(28)		(38)		(48)			Systematyczne planowanie i kontrola
	+		+		+		+		=		
(9)		(19)		(29)		(39)		(49)			Perswazja oraz sieci powiązań
	+		+		+		+		=		
(10)		(20)		(30)		(40)		(50)			Niezależność i pewność siebie
	+		+		+		+		=		

3.2. Materiał metodologiczny dla rozwoju zdolności komunikacyjnych

Rozdział 2. Rozwój umiejętności komunikacji i współpracy	Liczba godzin (teoria)	Liczba godzin (praktyka)
3.2.1. Jak się zaprezentować?	1	1
3.2.2. Jak rozmawiać z klientem?	1	1/2
3.2.3. Jak rozpoznać klienta?	1	1/2
3.2.4. Jak skutecznie się sprzeciwiać?	1/2	1/2
3.2.5. Jak zbierać informacje?	1/2	
3.2.6. Zajęcia praktyczne. Poznanie samego siebie, ocena przedsiębiorczości i potencjału		1+1/2
Razem godzin	4	4

Zdolności komunikacyjne nie polegają wyłącznie na umiejętności wyłuszczenia i przekazywania wiedzy. Należy do nich wiele innych konkretnych umiejętności, które trzeba wziąć pod uwagę: poprawne słuchanie, odpowiadanie na pytania, sprawdzanie czy wyjaśnienia są zrozumiałe dla słuchaczy...

Spośród najważniejszych umiejętności z zakresu komunikacji i współpracy wymienić można:

- **komunikacja werbalna**: mów w sposób zwięzły, zorganizowany, skuteczny i stosowny, odpowiednio dobrany do słuchaczy i sytuacji; wykształć w sobie umiejętności skutecznego słuchania, pytania i odpowiadania; stary się ułatwić otwartą wymianę myśli; wygłaszaj efektywne i efektow-

ne prezentacje, potwierdzając swoją wiarygodność poprzez wykazanie znajomości tematu, publiczności oraz kontekstu sytuacyjnego, w którym przekazujesz informacje; mów przekonująco w rozmowach indywidualnych i grupowych; skutecznie i bez stresu porozumiewaj się z klientami, współnikami, mediami...;

- **komunikacja niewerbalna:** intonacja, szybkość mowy, głośność, gesty, mimika twarzy, postawa, wykorzystanie przestrzeni, wygląd zewnętrzny, kontakt wzrokowy;
- **komunikacja pisana:** pisz w sposób jasny, przekonujący i zorganizowany; pisz różne materiały;
- **wywieranie wpływu/negocjacje:** naucz się wywierać wpływ na innych; negocjuj i broń skomplikowanych kwestii; naucz się współpracy z innymi; znajdź wspólną płaszczyznę porozumienia wśród odmiennych sił i doprowadź do konsensusu; staraj się ułatwiać osiągnięcie sytuacji, w której korzystają obie strony; używaj swego wpływu na innych, by osiągać cele organizacji; prowadź skuteczne negocjacje w najróżniejszych kwestiach w warunkach wewnętrznych, bilateralnych i wielostronnych;
- **partnerstwo/współpraca:** słuchaj klientów i analizuj ich reakcje, by poznać ich potrzeby i oczekiwania; stwarzaj i wzmacniaj stosunki partnerskie.

Ten rozdział koncentruje się na rozwoju zdolności komunikacji i współpracy w biznesie i jest skierowany do przedsiębiorców, którzy chcą rozwinąć te umiejętności i pewnie pracować z innymi.

Ogólne zadania

- Wyrażać myśli i pomysły jasno i skutecznie w mowie i piśmie. Skutecznie się porozumiewać używając prostego, zwięzłego i bezpośredniego języka.
- Poprawić zdolności aktywnego słuchania w celu przewidzenia i uniknięcia typowych nieporozumień.
- Osiągnąć rezultaty w komunikacji z innymi ludźmi.
- Wykazać umiejętność skutecznej pracy w różnorodnych grupach.

3.2.1. Jak się prezentować

(teoria)

Osoby prowadzące prezentację muszą wykazywać się elastycznością, jeśli mają osiągać cele organizacji, równocześnie skutecznie zarządzając stosunkami międzyludzkimi. Muszą umieć wzbudzać zaangażowanie publiczności, wywierać na nią wpływ, zapewnić rozrywkę i/lub przekonać do swych racji – w zależności od sytuacji biznesowej.

Wielu przedsiębiorców ma świetne pomysły, produkty lub usługi, ale nie wie jak je zaprezentować. W związku z tym nie potrafią zainteresować ofertą klientów ani partnerów, których potrzebują.

Prezentację można rozpatrywać jako proces. Aby prezentacja była skuteczna każdy kolejny krok tego procesu musi być odpowiednio wykonany. Trzeba zawsze pamiętać, żeby dobrać odpowiedni cel, informacje, przebieg i styl do danej publiczności.

Poprzez naukę i późniejsze wykorzystanie technik prezentacji, uczestnicy kursu będą umieli prowadzić skuteczne prezentacje, mówiąc dokładnie to, co chcą powiedzieć w stosownym stylu, unikając nieporozumień.

Zadania

- Służyć pożytecznym wsparciem w prowadzeniu prezentacji.
- Określić różne rodzaje prezentacji w zależności od sytuacji.
- Nauczyć planowania, organizowania i rozwinięcia prezentacji.
- Nauczyć umiejętności przedstawiania siebie oraz firmy w bardzo zwięzły sposób.
- Wykształcić kluczowe zdolności radzenia sobie z trudną publicznością.

Program

1. Rodzaje prezentacji.
2. Prezentacje ustne
 - Przygotowanie
 - wybierz odpowiednie zadanie, publiczność i informacje w celu osiągnięcia celów przedsiębiorstwa;
 - zorganizuj przebieg prezentacji (przygotowanie; sama prezentacja; ciąg dalszy);
 - wybierz odpowiedni styl komunikacji w zależności od konkretnej publiczności i sytuacji (osobista, systematyczna, nieformalna, prosta, bezpośrednia, neutralna, nastawiona na akcję itd.);
 - kontroluj swoją komunikację niewerbalną (intonacja, głos, głośność, mowa ciała (ręce, oczy, mimika, gesty, poza i ruchy));
 - odpowiednio dostosuj swój wygląd zewnętrzny;
 - przeprowadź wstępną analizę wszystkich czynników, które mogą wpłynąć na sukces prezentacji;
 - techniki multimedialne (naucz się przygotowywać i wykorzystywać pomoce wizualne):
 - filmy,
 - PowerPoint,
 - materiały dodatkowe (dane, przykładowe formularze, ankiety, artykuły wyjaśniające, fotografie, ulotki, wyniki badań, wizytówki).

- Rozwinięcie
 - wprowadź do tematu, zrób mocne wrażenie już od pierwszych minut;
 - przyciągnij uwagę publiczności.
 - Odpowiednio zakończ prezentację
 - zrób podsumowanie;
 - odpowiedz na pytania publiczności;
 - zakończ.
 - Przeanalizuj problemy często spotykane w czasie prowadzenia prezentacji.
3. Prezentacje pisemne
- listy i notatki;
 - ogłoszenia;
 - artykuły;
 - biuletyny.

(praktyka)

Uczestnicy zajęć wystąpią ze swoją prezentacją przed publicznością. Po każdej prezentacji powinna mieć miejsce konstruktywna krytyka dotycząca nie tylko treści, ale także samej prezentacji (zastosowane narzędzia, język, wizualizacje itd.). Uczestnicy zajęć i nauczyciel skomentują każdą prezentację w celu rozpoznania mocnych i słabych stron każdej z występujących osób.

Karta oceny prezentacji

	Źle	OK	Dobrze	Doskonale
Planowanie: jak dobrze prowadzący prezentację zaplanował ją pod względem...?				
odpowiedniego celu				
odpowiednich informacji				
odpowiedniego przebiegu prezentacji				
odpowiedniego stylu komunikacji				
Konstrukcja: jak prezentacja była skonstruowana?				
struktura prezentacji była jasna				
myśli wynikały logicznie jedna z drugiej				
skupiono się na kluczowych kwestiach				
Rozpoczęcie: jak przekonujące było rozpoczęcie prezentacji?				
pewne rozpoczęcie				
zainteresowanie publiczności				
publiczność była zainspirowana do przemyśleń				
publiczność była w odpowiednim stopniu zaangażowana w prezentację				
Środki wizualne				

wykorzystano odpowiednio urządzenia multimedialne				
profesjonalnie się nimi posługiwano				
Głos				
szybkość				
głośność				
intonacja				
Mowa ciała (postawa, ręce, oczy, twarz, ruchy)				
wyglądał(a) naturalnie				
wyglądał(a) na pewnego/ą siebie				
mowa ciała dodawała mocy przekazowi ustnemu				
Zakończenie i pytania				
jasne podsumowanie				
odpowiednio poradzano sobie z pytaniami				
efektywne zakończenie				
Inne komentarze na temat stylu i języka prezentacji				

3.2.2. Jak rozmawiać z klientem?

(teoria)

Sukces przedsiębiorstwa zależy głównie od klientów. To oni są głównymi graczami i najważniejszym czynnikiem w działalności firmy. Przedsiębiorca, który nie będzie umiał zaspokoić potrzeb i pragnień swych klientów, bardzo krótko będzie miał możliwość cieszyć się nowym przedsięwzięciem. Cały wysiłek musi być nastawiony na klientów i na odpowiednią z nimi komunikację, bowiem to właśnie oni są motorem wszystkich działań przedsiębiorstwa.

Zadania

1. Podkreślić znaczenie stosunków z klientami dla sukcesu przedsiębiorstwa.
2. Określić wszelkie elementy związane z procesem komunikacji z klientem.
3. Określić techniki, które pozwolą na odpowiednią obsługę klienta.
4. Ustalić najczęstsze bariery komunikacji z klientem.
5. Nauczyć się używać pytań otwartych i zamkniętych w celu uzyskania potrzebnych informacji od klienta.

Program

1. Porozumiewanie się z klientem: komunikacja werbalna i niewerbalna.
2. Komunikacja telefoniczna: zalety i wady/etapy rozmowy/czynniki rozmowy (głos, intonacja, wymowa, język).
3. Rodzaje klientów: rozmowni, niezdeterminowani, kłótlivi...
4. Czynniki, które ułatwiają porozumienie z klientem:
 - asertywność;
 - umiejętność aktywnego słuchania;

- umiejętność zadawania pytań, proszenia o wyjaśnienie, potwierdzenie, skonkretyzowanie, motywy. Otwarte pytania (określanie wymagań, ustalanie istotnych kwestii, wyjaśnianie zamówień, zdobywanie dodatkowych informacji) i pytania zamknięte (upewnianie się co zostało powiedziane, proszenie klientów o udzielenie zgody, podsumowanie rozmowy lub potwierdzenie zamówienia).
- 5. Style porozumiewania się klientów: styl nieśmiały, styl agresywny i styl asertywny.
- 6. Bariery w komunikacji z klientami: semantyczne, fizyczne, osobiste.
- 7. Obsługa klienta: jakie kroki należy rozważyć.
- 8. Reklamacje: jak odpowiednio radzić sobie z reklamacjami.

(praktyka)

Uczestnicy zajęć zostaną podzieleni na grupy i będą ćwiczyć rozmowę z różnymi rodzajami klientów w typowych sytuacjach biznesowych, posługując się stylem asertywnym i analizując komunikację werbalną i niewerbalną. Grupa A zagra rolę przedsiębiorcy, a Grupa B rolę klienta. Następnie wraz z nauczycielem przedyskutują i oceniają każdą rozmowę.

3.2.3. Jak rozpoznać klienta?

(teoria)

Wielu przedsiębiorców nie potrafi określić kto byłby ich idealnym klientem. Prowadzi to do chybionych akcji marketingowych i powoduje frustrację, gdy klienci, których uwagę uda się zwrócić, nie kupują produktów lub usług przedsiębiorstwa.

Dzięki określeniu jasnego profilu idealnego klienta łatwiej będzie rozpoznać potencjalnych nabywców i skoncentrować wysiłek marketingowy, promocyjny i reklamowy na przyciągnięciu tych osób. Będzie to miało wpływ na sukces przedsiębiorstwa.

Zadania

- Określić profil idealnego klienta.
- Odszukać i rozpoznać potencjalnych klientów.
- Spersonalizować akcje marketingowe w celu przyciągnięcia wybranych klientów.

Program

1. Wybierz kryteria, którymi będziesz się kierował przy tworzeniu profilu idealnego klienta:
 - z kim chcesz współpracować?

- jakich podstawowych wartości szukasz u swoich idealnych klientów?
 - jakie jest położenie geograficzne Twoich idealnych klientów?
 - jakie są cechy socjo/demo/psychograficzne Twoich idealnych klientów?
 - w jakiej dziedzinie gospodarki działają Twoi idealni klienci?
 - na jakim rynku działają Twoi idealni klienci?
 - jakie problemy idealnych klientów chcesz rozwiązać?
 - jakimi kryteriami posłużysz się nadając priorytety osobom z Twojej listy idealnych klientów?
2. Określ klientów zgodnie ze stworzonym profilem.
 3. Rozpoznaj potencjalnych klientów.
 4. Skoncentruj wysiłek marketingowy na wybranych klientach.

(praktyka)

Uczestnicy zajęć określą profil potencjalnych klientów zgodnie z otrzymaną charakterystyką różnych rodzajów działalności. Następnie odbędzie się dyskusja na temat różnych kryteriów używanych do rozpoznania idealnych klientów.

3.2.4. Jak skutecznie się sprzeciwiać?

(teoria)

Może się zdarzyć, wiele sytuacji, zmuszających przedsiębiorcę do tego, by odmówić klientowi (np. kiedy nie ma żadnego powodu, by coś zrobić, kiedy negocjacje nie doprowadzą do porozumienia lub kiedy przedsiębiorcy brakuje zdolności wytwórczej, by zaoferować produkt lub usługę, której klient żąda).

Przekonywanie klienta, że nie ma racji lub że projekt powinien się skupić na czymś innym, to delikatna sprawa, w której kluczowa okaże się asertywność. Zrozumienie asertywności i nauka skutecznego sprzeciwu w stosunkach biznesowych to narzędzia, którymi można pozytywnie oddziaływać na innych, stwarzając możliwość odbycia otwartej dyskusji w celu osiągnięcia obopólnych korzyści.

Zadania

1. Skutecznie zarządzać konfliktem.
2. Wobec trudnych klientów oraz w sytuacjach konfliktowych zachowywać się w sposób pozytywny, stosując techniki emocjonalnej samokontroli i zarządzania emocjami.
3. Nauczyć najlepszych sposobów, mówienia klientowi „nie” i kierowania rozmowy na drogę prowadzącą do rozwiązań, które usatysfakcjonują obie strony.
4. Nauczyć odmawiania klientom.

Program

1. Zarządzanie konfliktem i konfrontacją:
 - określenie potencjalnych źródeł konfliktu;
 - gdzie i kiedy przeciwstawiać się klientom;
 - jak w sposób konstruktywny radzić sobie z prowokacją, zastraszaniem i konfliktem;
 - jak obrócić sytuację konfliktową w stan przynoszący obopólne korzyści.
2. Zarządzanie asertywne:
 - używanie asertywnego języka;
 - mówienie „nie” kiedy jest to konieczne;
 - wykorzystanie swej pozycji nie będąc agresywnym;
 - jak odpowiadać będąc naciskany przez klientów;
 - ustalanie granic.

(praktyka)

Uczestnicy zajęć nauczą się jak odmawiać/mówić „nie” klientom w trudnych sytuacjach biznesowych. Następnie, wraz z nauczycielem i resztą grupy, uczestnicy przedyskutują i oceniają każdą rozmowę.

3.2.5. Jak zbierać informacje?

(teoria)

Istnieje wiele metod badań rynkowych stosowanych w celu znalezienia informacji na temat rynków, rynków docelowych i ich potrzeb, konkurentów, trendów rynkowych, poziomu satysfakcji klientów z produktów i usług, itd.

Kiedy przedsiębiorca ma dokładne informacje na temat rynków, może dostosować działalność do rzeczywistych warunków i badać słuszność swoich decyzji.

Zadania

1. Określić jakich informacji przedsiębiorca powinien szukać w pierwszej kolejności i jak je zdobyć.
2. Nauczyć przedsiębiorców jak przebrnąć przez proces zbierania informacji.
3. Podkreślić istotę badań i zbierania informacji dla planowania i realizacji projektu biznesowego.

Program

1. Metody i techniki badań rynku.
2. Zadania i zakres poszukiwania informacji.
3. Analiza i klasyfikacja potrzeb informacyjnych:

- ustalenie szczegółów dotyczących przyszłej działalności gospodarczej (koszt założenia, możliwe lokalizacje, proponowane procedury operacyjne, spodziewane przychody i stopa wzrostu);
 - ogólna charakterystyka rynku i sektora;
 - podobne firmy już działające na rynku, które mogłyby posłużyć jako wzorce;
 - charakterystyka klientów;
 - analiza konkurencji (produkty konkurentów/mocne i słabe strony/ich cele i sposoby negocjacji/zakres cen/ogólne informacje o konkurencyjnych firmach: profil działalności, wielkość sprzedaży, zyski ze sprzedaży produktów i usług, strategie, realizowane zadania, cele, które chcą osiągnąć, styl i taktyka negocjacji);
 - inne (kwestie prawne, wsparcie finansowe, itd.).
4. Analiza i wybór źródeł informacji: Internet, bazy danych, statystyki, wykazy i katalogi, ankiety, gazety i czasopisma, raporty roczne, artykuły, biuletyny, książki i przewodniki, wirtualne księgarnie, spotkania, wywiady, seminaria, konferencje, konsultacje z ekspertami, instytucje publiczne, stowarzyszenia biznesowe, izby handlowe, itd.
 5. Poszukiwanie danych i informacji.
 6. Przetwarzanie i interpretacja informacji.
 7. Wykorzystanie technik badania rynku
 - określenie rodzaju badania;
 - przeprowadzenie badania rynku;
 - stworzenie tabeli i analiza statystyczna danych.

(praktyka)

Uczestnicy zajęć wykonają następujące ćwiczenia, które pomogą w tworzeniu biznesplanu:

- **zdobycie informacji z różnych źródeł;**
- **wykorzystując zdobyte informacje wymieniają się pomysłami. Dyskusja powinna doprowadzić do stworzenia pomysłu na projekt, który przerodzi się w biznesplan;**
- **możliwość realizacji wybranego projektu zostanie sprawdzona na podstawie potencjalnego rynku, badanego przez uczestników zajęć;**
- **określenie komercyjnego wymiaru projektu i opracowanie strategii marketingowej: produkt, cena, komunikacja i dystrybucja.**

3.2.6. Zajęcia praktyczne. Poznanie samego siebie, ocena przedsiębiorczości i potencjału

Spośród najistotniejszych cech, które się składają na przedsiębiorczość można wymienić:

- **cechy osobiste:** reaktywność, niezależność, pewność siebie, wytrwałość, uporczywość, odpowiedzialność, zdolność do podejmowania ryzyka, inicjatywa, zmysł krytyczny, innowacyjność, pozytywny stan ducha, umiejętność podejmowania decyzji;
- **zdolności społeczne:** cechy przywódcze, poczucie przynależności do zespołu, solidarność, umiejętności komunikacyjne, zdolności społeczne, wyczucie cudzych potrzeb, umiejętność przedstawiania i obrony pomysłów;
- **zdolności zarządcze:** planowanie, podejmowanie decyzji, zdolność do stawiania czoła problemom i znajdowania rozwiązań, zdolności przywódcze, zdolności organizacyjne i optymalizacyjne.

Uczestnicy zajęć sprawdzają, czy mają niektóre z tych kluczowych cech przedsiębiorcy poprzez wypełnienie poniższego formularza samoewaluacji, dzięki któremu określą swój potencjał przedsiębiorczości. Formularz podzielony został na trzy części: motywacja, zdolności i wsparcie).

Motywacja

Oceń swoją ogólną motywację do tego, by założyć własną działalność gospodarczą. Dokonaj oceny na skali od 1 do 10, gdzie 10 oznacza zdecydowaną zgodę, a 1 brak zgody lub minimalną zgodę z danym stwierdzeniem.

- () **Dostrzeganie okazji** – stale dostrzegam okazje lub mam nowe pomysły na biznes, który ma potencjalną wartość komercyjną.
- () **Nastawienie na wzrost** – lubię tworzyć lub rozwijać działalność gospodarczą.
- () **Kreatywność** – jestem kreatywny i stale wynajduję nowe sposoby na to, jak zrobić coś lepiej lub bardziej wydajnie.
- () **Innowacyjność** – jestem innowacyjny i potrafię znaleźć sposoby na to, jak sprostać wyzwaniom i problemom.
- () **Zaradność** – jestem zaradny i potrafię znaleźć sposoby na to, jak sprostać wyzwaniom i problemom.
- () **Dynamizm** – jestem osobą dynamiczną, która zaraża swoich współpracowników wizją, nadzieją i energią.
- () **Pracowitość** – jestem pracowity.
- () **Elastyczność** – jestem elastyczny i potrafię się szybko i skutecznie dostosować do zmian i niespodziewanych zdarzeń.

() **Sklonność do ryzyka** – jestem skłonny podejmować ryzyko i potrafię skutecznie zarządzać ryzykiem związanym z zakładaniem i rozwojem działalności gospodarczej.

() **Otwartość na naukę** – lubię się uczyć i stale wyszukuję nowych informacji, które mogą mi pomóc w prowadzeniu działalności gospodarczej.

() **Chęć rywalizacji** – mobilizują mnie sukcesy i jestem zmotywowany, by dobrze wykonywać swoje zadania.

() **Współpraca** – wierzę, że współpraca z innymi ludźmi pomoże mi zrealizować marzenia.

Zdolności

Oceń swoje zdolności związane z poniższymi umiejętnościami biznesowymi. Oceń się w skali od 1 do 10, gdzie 1 oznacza brak zdolności, a 10 wysokie zdolności.

() Umiejętność oceny okazji rynkowych.

() Umiejętność opracowywania i rozwijania produktów i usług.

() Umiejętność dostarczania produktów lub usług.

() Zdolności marketingowe i komunikacyjne.

() Zarządzanie finansami.

() Umiejętność zdobywania funduszy.

() Tworzenie, rozwój i zarządzanie grupą.

() Umiejętność nawiązywania i zachowywania powiązań partnerskich.

() Kontrola jakości.

Oceń swoje zdolności tworzenia sieci kontaktów oraz współpracy z innymi organizacjami i osobami. Dokonaj oceny na skali od 1 do 10, gdzie 10 oznacza zdecydowaną zgodę, a 1 brak zgody lub minimalną zgodę z danym stwierdzeniem.

() Nie mam oporów przed zdobywaniem informacji od innych ludzi.

() Regularnie komunikuję się z innymi w celu pozyskania informacji istotnych dla mojej działalności gospodarczej.

() Mam szeroką sieć informacji, którą stale powiększam.

() Dobrze mi się pracuje w spółce z innymi.

() Mam powiązania partnerskie związane z moją działalnością.

() Nauczyłem się radzić sobie z wyzwaniami związanymi z pracą z innymi osobami.

Wsparcie

Oceń poziom wsparcia, jakie w Twojej działalności oferuje Ci rodzina, przyjaciele i społeczność. Dokonaj oceny na skali od 1 do 10, gdzie 10 oznacza zdecydowaną zgodę, a 1 brak zgody lub minimalną zgodę z danym stwierdzeniem.

- () Rozwój działalności gospodarczej jest dla mnie trudnym wyzwaniem.
- () Uważam, że utrzymuję odpowiednią równowagę pomiędzy pracą, a życiem osobistym.
- () Moja rodzina i przyjaciele motywują mnie do pracy i wspierają.
- () Moja społeczność popiera moje pomysły.
- () Moja społeczność aktywnie pomaga mi budować moją firmę.

Interpretacja wyników testu

Nie wszystkie pytania mają taką samą wagę. Sugerujemy poniższe podejście do punktacji:

- pierwsze dwa pytania o motywację:
2 pytania x 10 pkt. = maksimum 20 pkt. x waga 1 = wynik 20 pkt.
- pozostałe pytania o motywację:
10 pytań x 10 pkt. = maksimum 100 pkt. x waga 0.25 = wynik 25 pkt.
- zdolności – pytania o umiejętności:
9 pytań x 10 pkt. = maksimum 90 pkt. x waga 0.25 = wynik 22.5 pkt.
- zdolności – pytania o sieci kontaktów/partnerstwo:
6 pytań x 10 pkt. = maksimum 60 pkt. x waga 0.25 = wynik 15 pkt.
- pytania o wsparcie:
5 pytań x 10 pkt. = maksimum 50 pkt. x waga 0.25 = wynik 12.5 pkt.

Niski potencjał przedsiębiorczy	0 do 25 pkt.
Niewielki potencjał przedsiębiorczy	26 do 50 pkt.
Umiarkowany potencjał przedsiębiorczy	51 do 75 pkt.
Wysoki potencjał przedsiębiorczy	76 pkt. lub więcej

Opracowane zostaną także ćwiczenia, które mają na celu rozwinięcie i wykorzystanie umiejętności związanych z cechami przedsiębiorcy. Ćwiczenia te pomogą uczestnikom zajęć znaleźć pomysły, które pozwolą im opracować biznesplan.

Ćwiczenia mają na celu:

- pokazać cechy, którymi powinien się wyróżniać przedsiębiorca i poprzez jakie umiejętności i zachowania te cechy się przejawiają;

- wykształcić przedsiębiorczość poprzez określenie zachowań i umiejętności takich jak: innowacyjność, kreatywność, niezależność, pewność siebie, poczucie odpowiedzialności, inicjatywa i duch pracy.

3.3. Wskazówki dla osób poszukujących pracy. Jak nie zgubić się na zmiennym rynku pracy

3.3.1. Techniki poszukiwania pracy

Jest kilka miejsc gdzie można znaleźć pracę.

Ogłoszenia w gazetach

Gazety publikują ogłoszenia przez cały tydzień. Można je znaleźć w bibliotece, a coraz więcej gazet publikuje oferty pracy na swoich stronach w Internecie.

Pracodawcy z reguły oczekują, że wyślesz swoje CV i list motywacyjny na ich adres lub proszą o telefon/list/e-mail w celu przekazania formularza rekrutacyjnego oraz opisu stanowiska.

Zalety:

- można zauważyć, że przedsiębiorstwa z określonych branż reklamują się w konkretnych gazetach, w stałych dniach tygodnia;
- w gazecie lokalnej możesz znaleźć szczegóły na temat stanowisk oferowanych w okolicy;
- możesz zaoszczędzić na koszcie gazety szukając informacji o oferowanych stanowiskach na stronie internetowej gazety.

Wady:

- możliwe, że będziesz musiał zapłacić za gazetę, jeśli nie masz dostępu do biblioteki;
- możliwe, że będziesz musiał przejrzeć znaczną liczbę nieistotnych ogłoszeń zanim znajdziesz takie, które Ci odpowiadają.

Ogłoszenia w czasopismach branżowych

Większość czasopism branżowych publikuje ogłoszenia o pracę; warto je przeglądać. Stowarzyszenia branżowe z reguły mają swoją stronę internetową, na której jest też dział poświęcony ogłoszeniom o pracę.

Zalety:

- ogłoszenia będą dotyczyć Twojej branży; nie będziesz musiał poświęcać czasu na poszukiwanie właściwego ogłoszenia wśród masy innych, nieistotnych informacji;

- możesz szukać ogłoszeń o pracę na stronie internetowej czasopisma; może być to jednak związane z opłatą rejestracyjną.

Wady:

- prenumerata czasopism branżowych może okazać się zbyt droga; karta biblioteczna może być nieodzowna w takim przypadku.

Internetowe bazy ofert pracy

Istnieje wiele stron www, które dają możliwość wypełnienia internetowego CV oraz poszukiwania stanowisk pracy i składania podań o pracę. Pracodawcy z reguły mają możliwość wyszukania Twoich danych i bezpośredniego z Tobą kontaktu.

Zalety:

- usługa jest najczęściej darmowa; pracodawcy płacą za możliwość reklamy;
- możesz po prostu siedzieć i czekać aż potencjalny pracodawca sam się z Tobą skontaktuje – nie jest to jednak zalecane!
- kiedy już wypełnisz swoje CV, składanie podań o pracę jest z reguły bardzo łatwe i szybkie;
- portale te często stwarzają możliwość przekazywania powiadomień o nowych ofertach, na Twoją skrzynkę e-mail, a nawet na telefon (w postaci wiadomości sms);
- masz niekiedy możliwość napisania kilku różnych CV, dzięki czemu w odpowiedzi na ogłoszenie możesz wysłać CV, które będzie w danym przypadku najbardziej odpowiednie.

Wady:

- jest wiele osób o podobnych kwalifikacjach, musisz więc napisać CV, które będzie się wyróżniało, by zostać zauważonym;
- z tych usług często korzystają agencje rekrutacyjne, co utrudnia odpowiednie poznanie firmy do której składasz podanie;
- szybkość i proste procedury składania podań o pracę oznaczają, że wiele osób złoży podania o tę samą pracę. Oznacza to, że firma do której aplikujesz może nie wysłać odpowiedzi na Twoje podanie;
- umieszczenie CV w Internecie wiąże się z problemem bezpieczeństwa; nie masz wpływu na to, kto będzie miał dostęp do informacji na Twój temat. Internetowe bazy ofert pracy mają wiele sposobów, by zminimalizować ten problem, ale zawsze się upewnij, że wysyłasz dane do szanowanej firmy, której ufasz. Przeczytaj też warunki korzystania z każdej ze stron.

Strony przedsiębiorstw

Obecnie większość organizacji gospodarczych posiada stronę internetową, na której często publikują ogłoszenia o wolnych stanowiskach. Dla przedsiębiorstw jest to korzystne, gdyż nie muszą płacić znacznych sum za ogłoszenia. Najczęściej jednak robią tak duże przedsiębiorstwa, które korzystają równocześnie z innych metod przyciągnięcia zainteresowanych osób.

Może się zdarzyć, że trafisz na stronę przedsiębiorstwa, które nie publikuje informacji o konkretnym stanowisku, ale opisują charakter pracy wykonywanej przez pracowników firmy oraz określają profil poszukiwanego pracownika i proszą zainteresowane osoby o przesłanie CV, które zachowają w aktach do czasu, gdy zwolni się odpowiednie stanowisko.

Zalety:

- możesz aplikować bezpośrednio do firm, które Cię interesują;
- możesz przejrzeć stronę internetową danej firmy i przekonać się, czy praca dla niej by Ci odpowiadała;
- nie aplikujesz za pośrednictwem osoby trzeciej; wiesz, że wszelkie informacje, które wyślesz trafią bezpośrednio do firmy.

Wady:

- będziesz musiał przejrzeć wiele stron zanim znajdziesz przedsiębiorstwo, które oferuje odpowiednie stanowisko.

„Z ulicy”

Wiele okazji zdobycia zatrudnienia można napotkać spacerując po okolicy lub miejscowości, w której mieszkasz. Oferty pracy często można spotkać w sklepach i supermarketach. Dotyczą głównie pracy w sektorze sprzedaży detalicznej.

Zalety:

- szukając pracy w okienku sklepowym możesz się przekonać jak będzie wyglądało Twoje miejsce pracy zanim jeszcze złożysz podanie;
- możesz natknąć się na bardzo ciekawe oferty pracy w najmniej oczekiwanym momencie; musisz mieć oczy otwarte;
- możesz odwiedzić miejsce, w którym znalazłeś ogłoszenie i porozmawiać bezpośrednio z osobą odpowiedzialną za zatrudnianie nowych pracowników. Możesz zrobić na tej osobie dobre wrażenie zadając istotne pytania przed złożeniem podania.

Wady:

- jest bardzo mało prawdopodobne, że chodząc po sklepach będziesz miał ze sobą swoje CV, co oznacza, że będziesz musiał wrócić innym razem.

Agencje rekrutacyjne

Agencje rekrutacyjne znajdują pracę osobom zarejestrowanym i z reguły dostają pieniądze kiedy im się to uda.

Należy zadzwonić do agencji i umówić się na spotkanie, na które powinien przynieść swoje CV i nazwiska 2 osób, które mogą Ci udzielić referencji. W niektórych przypadkach możesz być poproszony o wypełnienie testów komputerowych/obróbki tekstu lub podstawowych testów psychometrycznych. Więcej informacji na ten temat znajduje się w dziale o testach psychometrycznych. Agencja rekrutacyjna zada Ci pytania o to gdzie chcesz pracować, co potrafisz robić i jakich zarobków się spodziewasz. Jeśli trafi się odpowiednia oferta pracy możesz zostać poproszony o zjawienie się na rozmowę kwalifikacyjną w firmie lub od razu do pracy.

Zanim zaczniesz pracę powinienś zadać agencji rekrutacyjnej poniższe pytania:

- jak masz się ubrać; czy są szczególne wymagania co odzieży lub wyposażenia?
- o jakiej porze masz się zjawić w pracy, dokąd pójść i do kogo się zgłosić?
- co jeszcze musisz wiedzieć ze względów zdrowotnych i bezpieczeństwa?
- jakie otrzymasz wynagrodzenie?

Zalety:

- agencja wykonuje za Ciebie większość pracy związanej z szukaniem zatrudnienia;
- jeśli uda Ci się zrobić dobre wrażenie w firmie, mogą zechcieć abyś dla niej pracował na czas realizacji długoterminowego projektu i odkupić Twoją umowę;
- możesz zdobyć wartościowe doświadczenie w branży, odbywając staże w różnych firmach;
- łatwiej jest znaleźć zatrudnienie mając już pracę, nawet jeśli jest to tylko praca tymczasowa;
- osoby, które lubią wyzwania polegające na dostosowywaniu się do wielu różnych środowisk, wolą pracować na zasadzie projektów.

Wady:

- możliwe, że będziesz musiał przypominać agencji, że jesteś dostępny;

- jeśli będziesz stale odmawiał podjęcia pracy lub zrobisz złe wrażenie w firmie, agencja może odmówić polecenia Twojej osoby innym firmom;
- ludzie pracujący w firmie mogą traktować Cię inaczej, ponieważ jesteś pracownikiem tymczasowym i wiążesz się z firmą na krótki czas;
- możliwe, że będziesz otrzymywał inną stawkę wynagrodzenia w porównaniu z pozostałymi pracownikami, ponieważ część Twoich zarobków może zostać odprowadzona na konto agencji;
- nie będziesz miał możliwości bliższego zapoznania się z firmami przed rozpoczęciem pracy, ponieważ nie wiesz do jakich firm aplikujesz!

Wykorzystanie kontaktów

Wiele książek napisano na temat najlepszych sposobów na tworzenie i wykorzystywanie sieci kontaktów. W ogólnym znaczeniu tzw. *networking* to pojęcie określające jak komunikujemy się z innymi ludźmi, wzajemnie na siebie oddziałujemy i wchodzimy w związki. W przypadku poszukiwania pracy oznacza to proszenie znajomych, przyjaciół i rodziny o pomoc w znalezieniu zatrudnienia. Mogą oni posiadać informacje, które okażą się pomocne w Twoich poszukiwaniach.

Wiele wolnych miejsc pracy nie jest nigdzie ogłaszanych, a pracodawcy znajdują nowych pracowników prosząc innych o rekomendację. Zdarza się wiele okazji poszerzenia sieci kontaktów, takie jak konferencje, seminaria, kluby biznesu i grupy dyskusyjne. Pamiętaj jednak, że działa tu zasada wzajemności – musisz być gotów, by nieść pomoc innym, a nie tylko prosić, aby pomogli Tobie.

Zalety:

- ludzie mają kontakt z wieloma osobami; wykorzystanie już posiadanej sieci kontaktów może się okazać użyteczne;
- masz wiele okazji aby poznać ludzi z branży, która Cię interesuje. Może to być doskonały sposób, by nauczyć się czegoś nowego na temat branży i nawiązania wartościowych kontaktów.

Wady:

- niektórzy mają opory przed rozmową z kimś, kogo nie znają;
- ludzie mogą być niechętni dzieleniu się informacjami z osobami, które ledwo znają; potrzeba czasu, by zbudować związek;
- musisz respektować prośbę osoby, która przekazała Ci informację, jeśli nie życzy sobie, byś powoływał się na nią w kontakcie się z osobą, którą Ci poleciła;
- jeśli otrzymałeś zgodę, by powołać się na czyjeś nazwisko, osoba ta może zostać poproszona o opinię na Twój temat; upewnij się więc, że udzieli ona dobrej rekomendacji.

Podejścia spekulatywne

Korzystanie z podejść spekulatywnych to bardzo dobry sposób na znalezienie pracy. Wielu pracodawców bierze pod uwagę możliwość zatrudnienia nowego pracownika, ale nie sformalizowało jeszcze procedury, jaką chcą wykorzystać; co więcej mogą oni uzależniać stworzenie nowego stanowiska pracy od zgłoszenia się odpowiedniego kandydata.

Ta metoda działa najlepiej, jeśli posiadasz rekomendację od kogoś, kogo znają osoby decydujące o zatrudnieniu i komu ufają; dzięki temu możesz powiedzieć - „Pan Kowalski polecił mi bym do was zadzwonił...”

Musisz być przygotowany, że spotkasz się z odmową, ponieważ nie każde przedsiębiorstwo stać na przyjęcie nowego pracownika. W takim przypadku powinieneś poprosić firmę, by zachowała Twoje dane w aktach na wypadek, gdyby w przyszłości zwolniło się odpowiednie stanowisko.

Istnieją trzy rodzaje podejścia spekulatywnego. Jednak zanim się zdecydujesz na jedno z nich **zawsze dowiedz się o firmie jak najwięcej** i skup się na tym, co Ty możesz zrobić dla nich, a nie co oni mogą zrobić dla Ciebie!

1. Skontaktuj się z firmą i zapytaj o nazwisko i nazwę stanowiska osoby, która decyduje o zatrudnieniu.
2. Udaj się do budynku pracodawcy ubrany tak, jakbyś szedł na rozmowę kwalifikacyjną.
3. Zabierz ze sobą kopię CV i listu motywacyjnego w dużej kopercie zaadresowanej do osoby, która podejmuje decyzje w kwestii rekrutacji.
4. Poproś o rozmowę z osobą odpowiedzialną za rekrutację.
5. Bądź miły i uprzejmy – osoby pracujące na recepcji mają zwyczaj powstrzymywać osoby postronne od marnowania czasu pracownikom firmy.
6. Jeśli osoba, z którą chciałeś się zobaczyć może się z Tobą spotkać, to:
 - podziękuj, że się zgodziła na rozmowę;
 - daj jej swoje CV;
 - wyjaśnij kim jesteś, czego chcesz i co Cię interesuje w danej firmie (w nie więcej niż 5 minut, przed rozmową powtórz sobie kilka razy, co chcesz powiedzieć, żebyś sprawiał wrażenie pewnego siebie i dobrze przygotowanego);
 - odpowiedz na wszelkie pytania, jakie Ci zadadzą;
 - uprzejmie podziękuj za poświęcony czas i pożegnaj się;
 - po kilku dniach zadzwoń do tej osoby i zapytaj co myśli o Twoim CV.
7. Jeśli osoba, z którą chciałeś się zobaczyć nie może się z Tobą spotkać, poproś o rozmowę z inną osobą z tego działu – nie bądź nachalny, bo możesz zostać uznany za agresywnego.
8. Jeśli z nikim nie uda Ci się spotkać:

- podziękuj osobie z recepcji za poświęcony czas i zapytaj, czy możesz zostawić swoje CV i list motywacyjny dla osoby, z którą chciałeś rozmawiać;
- po kilku dniach zadzwoń do tej osoby i zapytaj, czy przekazano jej Twoje CV i co o nim myśli.

Zalety:

- takie podejście pokazuje pracodawcy, że poważnie myślisz o pracy dla firmy oraz że jesteś pewny siebie, zdecydowany i samodzielny;
- „dajesz twarz” osobie odpowiedzialnej za rekrutację, którą może dodać do niezliczonych CV, które dostaje. Trudniej jest powiedzieć „nie” osobie, którą się spotkało na żywo;
- pracodawca ma szansę zadać Ci dodatkowe pytania i dowiedzieć się więcej o Tobie;
- nawet jeśli nie miałeś okazji spotkać osoby, której szukałeś, osoba pracująca na recepcji może poczuć się zobowiązana opowiedzieć o Tobie pracodawcy;
- możesz dowiedzieć się więcej o firmie, co pomoże Ci zdecydować, czy chciałbyś tam pracować.

Wady:

- potrzeba wiele odwagi i wiary w siebie, by wejść do firmy i zrobić coś takiego;
- jeśli zrobisz niedobre pierwsze wrażenie trudno będzie naprawić relacje. Musisz szczególnie dbać, by zachowywać się uprzejmie i profesjonalnie przez cały czas;
- jeśli siedziba firmy, do której chcesz aplikować, znajduje się daleko od Twojego miejsca zamieszkania, koszt dojazdu może być istotny. W takich wypadkach lepiej jest zadzwonić do firmy.

Przez telefon

1. Skontaktuj się z firmą i poproś o numer telefonu osoby, która odpowiada za decyzje o zatrudnianiu nowych pracowników.
2. Schemat rozmowy powinien wyglądać następująco:
 - wyjaśnij kim jesteś, czego chcesz i co Cię interesuje w firmie (masz nie więcej niż 5 minut; przed rozmową powtórz sobie kilka razy co chcesz powiedzieć, żebyś sprawiał wrażenie pewnego siebie i dobrze przygotowanego);
 - zapytaj się rozmówcy, czy możesz mu wysłać swoje CV i w jaki sposób możesz to zrobić – pocztą czy e-mailem;
 - pokaż, że wiesz wszystko, co trzeba o firmie;

- odpowiedz na wszelkie pytania, jakie Ci zadadzą;
 - podziękuj rozmówcy za poświęcony czas.
3. Wyślij tej osobie swoje CV pocztą lub e-mailem.
 4. Po kilku dniach zadzwoń do tej osoby i zapytaj co myśli o Twoim CV.

Zalety:

- pracodawca będzie wiedział, że myślisz poważnie o firmie i pracy;
- upewnisz się, że rozmówca czeka na Twój list/e-mail i zdobędziesz jego uwagę;
- będziesz miał większe pojęcie na temat firmy, co może Ci pomóc w podjęciu decyzji, czy chciałbyś dla niej pracować.

Wady:

- może to być bardzo stresujące i wymaga pewności siebie i wiary w swoje możliwości;
- jeśli Twój rozmówca ma zły dzień i nie chce, żeby mu przeszkadzano, to może się wydawać zirytowany i niezainteresowany rozmową lub może się rozłączyć. Nie możesz pozwolić, by to Cię zmartwiło i zniechęciło do kolejnych podejść spekulatywnych – z sytuacji, które nie poszły najlepiej możesz się wiele nauczyć i wnioski wykorzystać przy następnej okazji.

List/e-mail

1. Skontaktuj się z firmą i poproś o nazwisko i adres/e-mail osoby, która podejmuje decyzje o zatrudnianiu nowych pracowników.
2. Wyślij tej osobie swoje CV i list motywacyjny zaznaczając, że zapoznałeś się z istotnymi informacjami na temat firmy.
3. Jeśli zamierzasz wysłać swoje CV pocztą elektroniczną pamiętaj, że niektóre firmy nie lubią otrzymywać załączników z obawy przed wirusami komputerowymi. Lepszym rozwiązaniem może być usunięcie formatowania i zamieszczenie CV i listu motywacyjnego w treści e-maila. Następnie wyślij ładnie sformatowane CV zwykłą pocztą.
4. Zaczekaj do czasu kiedy Twoje CV będą już mieli od kilku dni i zadzwoń, by się zapytać co o nim myślą.

Zalety:

- jest to mniej stresująca metoda, która będzie lepiej odpowiadać introwertykom, a Twoje CV i tak dotrze do osoby, która powinna je zobaczyć;
- skontaktowanie się z osobą, która jest bardzo zajęta może być niezwykle trudne, a w ten sposób dajesz tej osobie, dokument, z którym musi coś zrobić (nawet jeśli oznacza to wyrzucenie go do kosza).

Wady:

- ta metoda może być mało skuteczna, jeśli po wysłaniu CV nie wykonasz telefonu do firmy, ponieważ pracodawcy łatwiej jest nie odpowiadać w ogóle na takie zgłoszenie, niż odpowiedzieć, że Cię nie zatrudni.

Biura Pracy/ Biura Karier/Uczelniane Biura Karier

W tych miejscach można niekiedy znaleźć oferty, których nie ma nigdzie indziej. Nie trzeba być bezrobotnym, żeby pójść do Biura Pracy. W Biurach Pracy/ Karier często można dostać ulotki różnych spółek oraz formularze aplikacyjne, które można zabrać do domu i tam wypełnić, dzięki czemu nie trzeba kontaktować się bezpośrednio z firmą.

Zabierz ze sobą CV ponieważ z reguły można w takich miejscach porozmawiać z kimś, kto je przejrzy i poinformuje o wolnych stanowiskach. W dodatku może się zdarzyć, że na miejscu będą obecni doradcy kariery, którzy porozmawiają z Tobą na temat Twoich celów zawodowych.

Zalety:

- możesz odnaleźć oferty pracy, których nie ma nigdzie indziej oraz otrzymać porady dotyczące Twojej aplikacji;
- osoby, które pracują w Biurze Pracy mogą Ci pomóc w kwestiach dotyczących składania podań o pracę.

Wady:

- musisz osobiście się pofatygować do Biura Pracy.

Stwórz pracę dla siebie

Tworzenie pracy dla siebie polega na dogłębnym zbadaniu wybranego przedsiębiorstwa, znalezieniu niszy, którą mógłbyś wypełnić, a następnie wysłaniu do osoby odpowiedzialnej za rekrutację propozycji utworzenia stanowiska dla Ciebie.

Wyobraź sobie, że jesteś specjalistą w danej dziedzinie i oferujesz wybranej firmie swoją wiedzę i umiejętności w celu rozwiązania problemu, który trapi to przedsiębiorstwo. Musisz ten problem przedstawić w odpowiednim świetle, żeby uniknąć sytuacji, w której ktoś mógłby sobie pomyśleć, że szantażujesz przedsiębiorstwo w celu otrzymania pracy.

Zalety:

- możliwe, że otrzymasz dokładnie taką pracę, jaką chciałeś, ale która nigdzie nie była oferowana;
- twój pracodawca będzie zadowolony, że Cię znalazł – szczególnie jeśli rozwiążesz wspomniany problem.

Wady:

- musisz być bardzo ostrożny żeby sprawić wrażenie osoby, która chce pomóc przy rozwiązywaniu konkretnego problemu, a nie osoby, która tłumaczy komuś jak ma prowadzić swoją działalność. Nie jest to łatwe, a jeśli Ci się nie uda, możesz zrobić bardzo złe wrażenie!
- możliwe, że firma nie zdawała sobie sprawy z istnienia tego problemu. Może się zdarzyć, że jak im to uświadomisz, postanowią rozwiązać go sami, korzystając z Twoich metod, ale bez Twojej pomocy!
- jeśli nie będziesz w stanie rozwiązać problemu, na który sam zwróciłeś uwagę, to zrobisz sobie bardzo złą reputację.

Pracuj na własny rachunek

W dzisiejszych czasach jeśli masz dobry pomysł nie musisz być nikim pracownikiem. Założenie własnej działalności gospodarczej jeszcze nigdy nie było tak tanie – obecnie koszty rozpoczęcia działalności mogą się ograniczyć do zakupu komputera, modemu, dostarczania usług internetowych oraz domeny internetowej. Doprowadziło to do bezprecedensowego wzrostu aktywności gospodarczej o każdym profilu, jaki można sobie wyobrazić.

Istnieje wiele instytucji, do których może zgłosić się osoba, zdecydowana pójść tą drogą. Duże, znane banki zatrudniają doradców, którzy mogą Ci pomóc w kwestiach finansowych związanych z zakładaniem działalności gospodarczej. Takie instytucje, jak izby handlowe czy kluby biznesu oferują porady dla osób, które myślą o rozpoczęciu działalności gospodarczej. Informacji na temat funduszy dla osób podejmujących działalność gospodarczą, funduszy na zatrudnienie pracowników itd. możesz szukać u lokalnych władz. Zawsze staraj się zdobyć informacje i porady od każdego, kto oferuje pomoc, dokonaj odpowiednich badań i bądź przygotowany na wszystko.

Zalety:

- będziesz miał całkowitą kontrolę nad tym, co robisz, kiedy to robisz i jak to robisz. Nie będziesz musiał odpowiadać przed nikim (poza swoimi klientami);
- możesz potencjalnie zarabiać więcej i czerpać więcej satysfakcji ze swojej pracy, niż w przypadku pracy na etat.

Wady:

- podjęcie działalności gospodarczej i samozatrudnienie może być wydarzeniem, które odmieni Twoje życie, a rezygnacja z comiesięcznej pensji może się okazać bardzo ryzykowna. Jak nie pracujesz, to nie dostajesz pieniędzy!

- jesteś w pełni odpowiedzialny za sukces swojego przedsiębiorstwa;
- statystyki dotyczące liczby przedsiębiorstw, które padają w pierwszych latach działalności są zatrważające. Upewnij się, że masz dobry plan i wiesz wszystko, co konieczne na temat tego, co będziesz robić.

3.3.2 Podstawowe zasady i wymagania w poszukiwaniu pracy

Zmieniające się trendy na rynku pracy

Natura pracy stale ewoluuje i przechodzi zmiany. Bardzo rzadko zdarza się, by ktoś pracował dla jednej organizacji przez całe życie. Obecnie ludzie zmieniają pracę, branżę, a nawet ścieżki kariery dużo częściej niż kiedyś. Normalne jest, że osoba, która ma ustaloną pozycję w pewnej branży idzie na studia po to, by zmienić branżę w nadziei na lepsze zarobki lub możliwości.

Przedsiębiorstwa nie są już odpowiedzialne za karierę swoich pracowników; oni sami muszą o nią zadbać. Prowadzi to do tego, że niektórzy pracownicy snują się bez celu w swojej pracy lub stale zmieniają pracodawców, nie mając planu co będą robić przez najbliższe sześć miesięcy. Natomiast inni przejmują stery własnego rozwoju i planują dokąd zmierzać i co chcą osiągnąć.

Przedsiębiorstwa namawiają swoich pracowników, by korzystali z możliwości doksztalcenia się w celu zwiększenia umiejętności oraz motywacji. Nauka stała się bardziej dostępna; osoby, które chcą nabyć nowych umiejętności mogą skorzystać z kursów oferowanych w Internecie, na odległość lub w systemie zaocznym.

Nowe technologie radykalnie zmieniły sposób zarządzania przedsiębiorstwami. Komputery i Internet umożliwiły komunikację pomiędzy oddziałami przedsiębiorstw znajdującymi się na różnych kontynentach i wspólną pracę z każdego miejsca na świecie. Stworzyło to podstawy do centralizacji oddziałów oraz zmniejszenia liczby pracowników wymaganych do wykonania tych samych zadań, co poprzednio. Zmniejszyło to koszty pracodawców. Wzbudziło również strach wśród pozostałych pracowników, którzy obawiają się, że ich stanowisko zostanie zlikwidowane.

Technologia zmieniła także praktykę pracy. Rośnie liczba osób pracujących na niepełny etat, w domu (*teleworking*) lub na umowę krótkookresową; rośnie popularność takich zjawisk, jak *job sharing* (dwie lub więcej osób pracujących na niepełny etat wykonuje pracę jednego pracownika pracującego na pełen etat), elastyczne godziny pracy, praca grupowa, a nawet praca w grupach rozprzeszrenionych w całym świecie.

Pracownicy muszą dzisiaj być elastyczni i umieć się dostosować. Muszą także być w stanie znieść rozmiar zmian jakie przechodzi firma, dla której pracują. Muszą być obeznani z najnowszą technologią i stale się rozwijać, by nie zostać w tyle.

Jak się przygotować do poszukiwania pracy?

Będziesz potrzebował ...

1. Czasu. Szukanie pracy lub nowej ścieżki kariery to proces, który wymaga czasu. Będziesz musiał poświęcić co najmniej 10 godzin tygodniowo na starania o pracę. Będziesz musiał planować, szukać informacji, wypełniać formularze aplikacyjne, dopracowywać CV, wysyłać maile do firm i uczestniczyć w rozmowach kwalifikacyjnych.

2. Zaangażowania. Musisz być całkowicie oddany swojej ścieżce rozwoju zawodowego, ponieważ nikt za Ciebie tego nie robi. Wyłącznie na Tobie spoczywa odpowiedzialność za odpowiednie pokierowanie karierą i za własny rozwój. Zbadanie różnych opcji kariery wymaga wiele energii i wysiłku; jest bardzo ważne byś wybrał taką, która będzie Ci odpowiadać, ponieważ będziesz z nią związany na lata. Odpowiedni dobór celów kariery to bardzo poważna, ale też niezwykle wartościowa inwestycja w samego siebie.

3. Dostępu do zasobów. Ogromną ilość informacji na temat planowania kariery możesz znaleźć w Internecie. Istnieje wiele stron poświęconych stowarzyszeniom branżowym oraz doradztwu zawodowemu. Przedsiębiorstwa udzielają informacji na temat tego, czym się zajmują, opisują swoje ostatnie osiągnięcia oraz informują o wolnych stanowiskach.

Korzystne może się okazać posiadanie karty bibliotecznej. Pomijając zasoby, którymi dysponują biblioteki, będziesz mógł skupić się na swojej karierze w miejscu, w którym nikt Ci nie będzie przeszkadzał. Możliwe też, że biblioteka będzie miała poradniki zawodowe z opisami testów psychometrycznych, technik stosowanych podczas rozmów kwalifikacyjnych itd. Biblioteki mają też często dostęp do gazet i czasopism branżowych, które mogą okazać się przydatne w poszukiwaniu ścieżki rozwoju zawodowego.

4. Wsparcia. W czasie planowania kariery będziesz niewątpliwie potrzebował wsparcia – tak finansowego, jak i emocjonalnego. Poszukiwanie ścieżki rozwoju zawodowego może być bardzo stresującym przeżyciem, jako że jest to przeżycie nowe i nieznane. Ponadto w trakcie procedury selekcyjnej musisz ujawnić nieznanym Ci osobom wiele wrażliwych informacji na własny temat oraz przygotować się na to, że wielokrotnie zostaniesz odrzucony. Czekanie na to, czy firma odpowie na Twoją aplikację i zaprosi Cię na rozmowę jest dodatkowo stresujące. W związku z ogromną ilością aplikacji, jakie formy otrzymują na każde wolne stanowisko, coraz częściej zdarza się, że w ogóle nie odpowiadają, czy dostałeś pracę, czy nie.

Dojazd na różne etapy procedury selekcyjnej może być kosztowny, szczególnie jeśli mieszkasz daleko od siedziby potencjalnego pracodawcy. Niekiedy

przedsiębiorstwa zwracają koszt podróży. O pomoc w opłaceniu kosztów podróży możesz również pytać w urzędach pracy.

3.3.3 Opcje zawodowe

Szukając swojej ścieżki rozwoju zawodowego musisz podjąć wiele trudnych decyzji. Lista najczęstszych pytań, jakie ludzie sobie w tej sytuacji zadają mogłaby wyglądać następująco:

Jaki zawód by mi najbardziej odpowiadał i pozwolił mi osiągnąć sukces?

Jest to bardzo poważna decyzja i jedyną osobą, która może odpowiedzieć na to pytanie jesteś Ty. To, czy osiągniesz sukces zawodowy zależy od wielu czynników. Każdy człowiek pod pojęciem „sukces” rozumie coś innego. Dla niektórych będzie to zgromadzenie pokaźnego majątku, poczucie władzy i bycie „szefem”, a dla innych będzie to satysfakcja z pracy, która ich interesuje i którą potrafią dobrze wykonywać.

Czego oczekuję od swojej pracy?

Czynnikami motywującymi są m.in.:

- pomoc innym;
- bycie zaangażowanym w słuszne sprawy;
- przyjemność/zabawa;
- kontakt z innymi ludźmi;
- pieniądze/wynagrodzenie;
- władza, kontrola i wpływy;
- różnorodność;
- wyzwanie intelektualne;
- odpowiedzialność;
- uznanie;
- dokonania.

Musisz się zastanowić, czy Twój zawód zapewni Ci to, czego pragniesz. Warto zapamiętać, że w dowolnej branży każde przedsiębiorstwo jest inne i korzyści, jakie zapewni Ci jedna firma mogą nie pokrywać się z korzyściami, jakie otrzymasz od innej firmy.

Jakie znaczenie mają zainteresowania przy wyborze ścieżki rozwoju zawodowego?

Zainteresowania mają duży wpływ na to, jaki zawód by Ci odpowiadał. Przykładowo, jeśli w szkole nie znosiłeś lekcji plastyki i nie masz talentu plastycznego, to nie powinieneś zostawać grafikiem ani artystą. To samo dotyczy osób,

które nie lubiły matematyki – takie osoby nie czułyby się dobrze w zawodzie nauczyciela matematyki lub księgowego.

Wybierając zawód postaraj się odpowiedzieć na poniższe pytania:

- jakie przedmioty lubiłeś w szkole?
- co obecnie lubisz robić?
- jakie posiadasz zdolności?
- jeśli miałbyś zagwarantowany sukces, to co byś robił za 10 lat?

Te pytania pomogą Ci się zastanowić nad obszarami, o których chciałbyś się dowiedzieć czegoś więcej. Jeśli wypełniłeś Ankietę Zainteresowań Zawodowych, to skorzystaj ze swoich zainteresowań oraz z tej ankiety, by zawęzić liczbę branż, w których chciałbyś rozpocząć swoje poszukiwania zawodowe.

Jakie mam zdolności?

Ważnym czynnikiem wyboru jest kwestia, czy w ogóle byłbyś zdolny wykonywać określoną pracę. Jeśli zdasz sobie sprawę z tego, że nie potrafisz prawidłowo zaśpiewać nawet pojedynczej nuty, pomimo tego, że od kilku lat chodzisz na zajęcia ze śpiewania, to kontynuowanie zawodu śpiewaka może okazać się nierozsądne. To samo dotyczy sprawności intelektualnej – jeśli miałeś w szkole kłopoty z fizyką i nic z niej nie rozumiałeś, to powinieneś trzymać się z dala od zawodów związanych z fizyką.

Względy biologiczne i ewolucyjne powodują, że niektóre rodzaje zdolności są charakterystyczne dla jednej z płci. Mężczyźni są z reguły lepsi w rozumowaniu matematycznym oraz myśleniu przestrzennym, natomiast kobiety z reguły przewyższają mężczyzn w zdolnościach komunikacji i rozumowaniu werbalnym. Istnieją oczywiście wyjątki ale są powody, dla których więcej mężczyzn zostaje naukowcami, a w zawodach związanych z poradnictwem lub opieką nad innymi przeważają kobiety. Jednak te proporcje się zmieniają. Nie powinno Cię zrazić to, że jakiś zawód jest tradycyjnie kojarzony z kobietami lub mężczyznami; powinieneś szukać pracy, która odpowiada Twoim zdolnościom i zainteresowaniom.

3.3.4 Poszukiwanie opcji zawodowych

Internet

Internet jest niezastąpionym narzędziem dla osób poszukujących odpowiedniego zawodu. Najprostsza metoda poszukiwania informacji na temat danego zawodu jest wpisanie jego nazwy w wyszukiwarkę, by sprawdzić jakie informacje można na jego temat znaleźć. Informacje te mogą Ci pomóc w wyborze ścieżki kariery i w bliższym poznaniu różnych branż i zawodów.

Czasopisma branżowe oraz gazety

Czasopisma branżowe oraz gazety mogą być użytecznym źródłem informacji na temat najnowszych wydarzeń w danej branży. Zapoznanie się z żargonem stosowanym w branży może się przydać w przyszłych procedurach selekcyjnych. Poza tym na ostatnich stronach czasopisma często można znaleźć ogłoszenia o pracy, dzięki którym dowiesz się jakich kwalifikacji i doświadczeń wymagają przedsiębiorcy z branży.

Gazety lokalne

Dostarczają regularnych informacji na temat działalności gospodarczej w Twojej okolicy. Warto mieć oczy otwarte na artykuły o przedsiębiorstwach, które mogłyby Cię zainteresować. W krajowych gazetach często pojawiają się artykuły o różnych przedsiębiorstwach. Przykładowo, jeśli przedsiębiorstwo ogłasza rekordowe wyniki można uznać, że to dobra wiadomość dla osób, które chcą pracować w danym sektorze. Ponadto pracodawcy wolą kandydatów, którzy orientują się w wydarzeniach na świecie oraz w konkretnych kwestiach, które mają wpływ na ich działalność. Może więc warto odświeżyć swoją wiedzę ogólną.

Kiedy już uściślisz listę zawodów, które chciałbyś wykonywać, warto poszukać bardziej szczegółowych informacji na temat różnych aspektów pracy w danym zawodzie oraz rodzajów przedsiębiorstw z branży, która poszukuje pracowników.

Rozmowy o karierze

Są to nieformalne rozmowy, które poszukujący pracy prowadzi z osobami już zajmującymi stanowisko, o którym chciałby się więcej dowiedzieć. Głównym celem takiej rozmowy jest uzyskanie informacji na temat charakteru pracy, a nie pytanie o wolne stanowiska.

Rozmowy o karierze mogą przynieść wiele korzyści. Możesz otrzymać informacje z pierwszej ręki od osoby, która już pracuje w interesującym Cię zawodzie:

- możesz zadawać pytania na tematy, które Cię interesują;
- dowiesz się więcej na temat firmy, w której pracuje Twój rozmówca;
- poszerzysz swoją listę kontaktów w interesującej Cię firmie;
- zdobędziesz nieco doświadczenia w rozmowie o swoich obecnych aspiracjach zawodowych z osobami, które pracują w branży, co może się przydać podczas rozmów kwalifikacyjnych itd.

Zdecyduj, czy potrafiłbyś wykonywać dany zawód i czy chciałbyś go wykonywać.

Staże, zdobywanie doświadczenia zawodowego i (bezpłatne) praktyki

Staże podobne są do rozmów o karierze, z tym że spędzasz więcej czasu z pracownikiem i możesz obserwować go jak pracuje, a nawet asystować mu w pracy. Staże mogą trwać od pół dnia do tygodnia, w zależności od tego, jak się umówisz z obserwowanym pracownikiem. Postępuj zgodnie z zasadami podanymi dla rozmów o karierze, zadawaj dużo pytań i rób notatki.

Zdobycie kwalifikacji niezbędnych do wykonywania zawodu nie jest problemem, bowiem dostęp do różnych szkoleń nigdy nie był łatwiejszy. Dużo trudniej jest zdobyć odpowiednie doświadczenie, gdyż wiele przedsiębiorstw wymaga 1-2 lat doświadczenia na podobnym stanowisku. Jest to oczywiście błędne koło! Ludzie często nas pytają jak zdobyć doświadczenie, skoro tak mało ofert skierowanych jest do osób początkujących.

Możesz zdobyć doświadczenie zawodowe spędzając więcej czasu w przedsiębiorstwie. Może się zdarzyć, że nie będziesz miał okazji obserwować pracownika przy pracy, ale będziesz miał lepsze pojęcie o samym przedsiębiorstwie oraz o tym, jak wygląda praca na różnych stanowiskach. Możliwe też, że dostaniesz konkretne zadania do wykonania. Nie spodziewaj się, że zdobywając doświadczenie będziesz otrzymywał za to wynagrodzenie – spróbuj wykorzystać ten fakt przy staraniu się o staż.

Bezpłatne praktyki sprowadzają się do regularnej, nieopłacanej pracy na danym stanowisku. Pracodawcy doceniają każde doświadczenie branżowe, a pracując za darmo udowodnisz, że jesteś zdecydowany i zależy Ci na kontynuowaniu pracy w zawodzie.

Pamiętaj także, że każda z tych metod stwarza doskonale okazje na rozszerzenie sieci kontaktów biznesowych i jeśli zrobisz dostatecznie dobre wrażenie na osobach, z którymi współpracowałeś lub które obserwowałeś, w przyszłości mogą dać Ci one dobre referencje.

Jeśli nie masz możliwości zdobycia doświadczenia lub odbycia praktyk w danym zawodzie, to czas pomyśleć wielopoziomowo. Zastanów się jakie zawody są blisko spokrewnione z zawodem wybranym przez Ciebie lub gdzie będziesz mógł wykorzystać umiejętności. Przykładowo, jeśli interesujesz się prawem i zamierzasz zostać radcą prawnym, spróbuj nawiązać kontakt ze stowarzyszeniami oferującymi darmowe porady prawne lub z organizacjami, które wykonują różne rodzaje prac w sądach, jak np. opieka nad świadkami. Takie doświadczenie będzie dobrze wyglądało na Twoim CV.

Szkolenia

W niektórych zawodach wymagany jest określony poziom wykształcenia. Więcej na ten temat można się dowiedzieć kontaktując się z ludźmi, którzy już pracują w branży lub poszukując informacji w ogłoszeniach o pracę/w stowarzyszeniach branżowych/u doradców zawodowych.

Istnieją trzy zasadnicze sposoby na zdobycie odpowiednich kwalifikacji – (1) studia stacjonarne (dzienne), (2) studia niestacjonarne (zaoczne, wieczorowe) oraz (3) kursy na odległość lub poprzez Internet w wolnym czasie.

Wiele uczelni na świecie oferuje studia, które składają się na przemian z nauki i z pracy w jakiejś firmie. Z reguły wygląda to tak, że podejmuje się trzyletnie studia zawodowe, ale po drugim roku rok poświęca się pracy w danej branży, w celu zdobycia doświadczenia zawodowego. Taka forma studiów przedłuży o rok Twój pobyt na uczelni, ale w zamian otrzymujesz rok doświadczenia w wybranej dziedzinie.

Dostępne są różne finansowe środki pomocowe, które możesz wykorzystać, by sfinansować naukę. O szczegóły możesz zapytać osobę prowadzącą szkolenia. Możesz też zapytać się w miejscowych urzędach, czy oferują one stypendia szkoleniowe dla pracodawców, którzy chcą przeszkolić swoich pracowników.

3.3.5 Ocena własnych zdolności

Zanim napiszesz CV i zaczniesz wysyłać podania, zastanów się nad swoją strategią marketingową. Innymi słowy pomyśl czym się wyróżniasz i dlaczego dane przedsiębiorstwo miałooby Cię zatrudnić. Musisz umieć dokładnie określić swoje najmocniejsze strony i umiejętności, abyś wiedział co odpowiedzieć, kiedy zostaniesz o nie zapytany.

1. Co wiesz?

- wiedza nt. branży
- wiedza nt. danej pracy
- specjalistyczna wiedza na określony temat

2. Co potrafisz robić?

- konkretne kwalifikacje
- kompetencje

3. W czym masz doświadczenie?

- doświadczenie w danej branży
- ogólne doświadczenie zawodowe

Zapytaj się bliskich i przyjaciół, co uważają za Twoje najlepsze cechy i jak by Cię opisali. Pozwoli Ci to zrozumieć jak inni Cię postrzegają i jakie sprawiasz wrażenie. Jest to bardzo wartościowa wiedza, która może dać Ci motywację do tego, by zmienić mniej atrakcyjne cechy zanim zaczniesz chodzić na rozmowy kwalifikacyjne.

Kompetencje

Wiele przedsiębiorstw w procesie selekcji wykorzystuje kwestię kompetencji. Przez kompetencje rozumiemy „cechy, umiejętności, aspekty czyjegoś własnego wizerunku lub roli społecznej lub porcje wiedzy”.

Oto niektóre kompetencje, które przedsiębiorstwa najbardziej cenią.

Umiejętności interpersonalne. Dotyczą interakcji, słuchania i rozmawiania z innymi ludźmi w celu utrzymania z nimi dobrych stosunków. Mogą one również oznaczać umiejętności dawania porad, pertraktacji, negocjacji, wpływania na innych lub nakłaniania ich do pracy. Mogą też dotyczyć komunikacji werbalnej i niewerbalnej, umiejętności pisemnych oraz sztuki prezentacji.

Praca grupowa. Praca grupowa oznacza współpracę z innymi ludźmi w celu wykonania działania, zadania lub projektu lub rozwiązania problemu, przy użyciu umiejętności komunikacyjnych/interpersonalnych oraz organizacyjnych. Uczestniczenie w pracach grupy często wymaga wykorzystania umiejętności wpływania na innych, perswazji, pertraktacji i negocjacji, przy zapewnieniu współpracy z pozostałymi członkami grupy i unikaniu konfliktów.

Planowanie i organizacja. Planowanie i organizacja to przygotowanie się na wszystkie ewentualności, poszukiwanie istotnych informacji i przekazywanie ich innym oraz ocena wszelkich posiadanych przesłanek. Może to również dotyczyć koordynowania pracy ludzi i zarządzania zasobami w systematyczny, logiczny i metodyczny sposób, zwracając uwagę na detale.

Rozwiązywanie problemów. Rozwiązywanie problemów polega na rozpoznaniu, że problem istnieje, precyzyjnym określeniu na czym polega, zbieraniu i analizie istotnych informacji, opracowywaniu i ocenie możliwych rozwiązań, wprowadzeniu rozwiązań i kontroli skuteczności podjętych działań, poprzez określenie celów i wartości krytycznych.

Zdolność adaptacji i elastyczność. Jest to umiejętność radzenia sobie z niejednoznacznymi lub sprzecznymi informacjami, radzenia sobie w sytuacjach konfliktowych oraz zachowania wysokiego poziomu wydajności pracy w warunkach napięcia; umiejętność właściwego reagowania na zmiany i nieoczekiwane zdarzenia, korzystania z osobistej elastyczności, asertywności, pewności siebie, entuzjazmu, refleksu, obiektywności, motywacji i osądu.

Postaraj się zapamiętać powyższe definicje. Podczas wypełniania formularza aplikacyjnego lub podczas rozmowy o pracy mogą być zadane pytania o kompetencje – wtedy dobrze jest sobie przypomnieć jakie umiejętności składają się na Twoje kompetencje.

Wyróżniające Cię cechy

Ważnym elementem poszukiwania pracy jest określenie jakie cechy wyróżniają Cię spośród innych kandydatów i czynią kimś wyjątkowym.

3.3.6. Wskazówki na rozmowę kwalifikacyjną

Pracodawcy prowadzący rozmowy kwalifikacyjne mają ściśle określone oczekiwania! Wiedzą kogo szukają i możesz być pewien, że nigdy nie zadają pytania nie wiedząc, jaką odpowiedź chcą usłyszeć.

Pracodawców zainteresują kandydaci, którzy:

- wniosą wartość dodaną;
- są przekonujący i wiarygodni;
- są nastawieni na rozwiązywanie problemów;
- potrafią się efektywnie wypowiadać;
- posiadają nieprzeciętne zdolności wpływania na ludzi;
- są nastawieni na działanie i wydajność;
- mają podejście komercyjnie strategiczne;
- współpracują i utrzymują dobre stosunki ze wszystkimi pracownikami;
- potrafią opracować i wdrożyć skuteczne strategie ;
- umieją pobudzić ducha grupy oraz zachowują równowagę w swych osądach;
- są ambitni, samodzielni, wykazują entuzjazm i są pełni nowych pomysłów;
- potrafią inspirować i prowadzić swój zespół do jak najlepszych rezultatów;
- potrafią zarówno pracować w grupie, jak i samodzielnie podejmować decyzje.

Podczas gdy na niektóre zwodniczo łatwe pytania można bez trudu poprawnie odpowiedzieć, to inne są bardziej subtelne. To jak odpowiadasz na pytania zadane Ci podczas rozmowy kwalifikacyjnej mówi bardzo wiele o Twoich zdolnościach, osobowości i stylu – czy pasujesz do danego stanowiska – i czy dostaniesz pracę.

Oto kilka porad, które pozwolą Ci odbyć doskonałą rozmowę kwalifikacyjną

Do rozmowy kwalifikacyjnej najlepiej jest się przygotować dogłębnie studiując dane o przedsiębiorstwie i rynku, tak żebyś mógł odpowiedzieć na pytania związane ze środowiskiem pracy. Przejrzyj dokładnie stronę internetową firmy i dowiedz się jak najwięcej o jej działalności, kulturze i celach. Kandydaci, którzy się powiodło to ci, którzy się przygotowali!

Zapoznaj się z przykładowymi pytaniami jakie mogą być zadane podczas rozmowy kwalifikacyjnej oraz przeprowadź próbną rozmowę opracowując i doskonaląc własne odpowiedzi na możliwe pytania.

Przykładowe pytania i odpowiedzi na rozmowach kwalifikacyjnych

Poniższe pytania dotyczą najważniejszych kwestii, które interesują pracodawców:

- w jaki sposób możesz wnieść wartość do przedsiębiorstwa?
- gdybyśmy się skontaktowali z Twoimi znajomymi, co by o Tobie powiedzieli?
- czy lubisz pracować w warunkach, które stymulują, chociaż stawiają trudne wyzwania?
- okazało się, że Twoja firma zbankrutowała – co do tego doprowadziło?
- widzę, że pracowałeś już w wielu miejscach – dlaczego?

Przygotowanie się do rozmowy kwalifikacyjnej pomoże Ci szybko i przekonująco odpowiedzieć na powyższe i inne pytania, które mogą być dopasowane do Twojego poziomu rozwoju zawodowego.

Skuteczną techniką stosowaną podczas rozmów kwalifikacyjnych jest podanie przykładu osiągnięć, które mają bezpośredni związek z oferowanym stanowiskiem. Przejrzyj swoje CV oraz opis stanowiska aby znaleźć przykład, który mógłby się okazać przydatny dla przedsiębiorstwa.

Jeśli wraz z podaniem o pracę wysłałeś starannie opracowany list motywacyjny skorzystaj z tego, co w nim napisałeś. Na przykład jeśli właśnie ukończyłeś studia i ubiegasz się o stanowisko, które wymaga pracy grupowej, opisz osobie prowadzącej rozmowę kwalifikacyjną jak podczas studiów pracowałeś nad grupowymi projektami; wskaż, że wymagało to od was prowadzenia burzy mózgów w poszukiwaniu pomysłów, gromadzenia środków, okazywania wsparcia i wspólnej pracy w celu napisania prezentacji, jakie przyniosło to efekty, itp.

Porady na rozmowę kwalifikacyjną – podstawowe zasady

- Uważnie wysłuchaj każdego pytania i pomyśl, co chcesz powiedzieć zanim na nie odpowiesz.
- Jeśli nie zrozumiesz pytania, poproś o powtórzenie, po czym nie spiesz się i nie panikuj!
- Zanim coś powiesz, zastanów się „czy to, co chcesz powiedzieć ma jakieś znaczenie i czy pokaże, że nadajesz się na to stanowisko?”
- Wspieraj swoje odpowiedzi konkretnymi przykładami.
- Wybierz temat, który jest dla Ciebie łatwy do wyjaśnienia, a dla rozmówcy będzie łatwy do zrozumienia.

- Nie spiesz się przy wyjaśnianiu pewnych kwestii – często sądzymy, że skoro my wiemy co chcemy przekazać, to rozmówca nasz przekaz zrozumie. Nie zawsze tak jest.
- Postaraj się, żeby Twoja wypowiedź miała odpowiednią strukturę (a) wstęp ... opis sytuacji, (b) co konkretnie zrobiłeś i (c) zawsze kończ swoją wypowiedź przywołując pozytywny rezultat.
- Rób przerwy, ostrożnie dobieraj słowa, bądź zwięzły, unikaj powtarzania się, nie bądź markotny – uśmiechaj się i odpręż.
- Zawsze kończ pozytywnym stwierdzeniem – płacą Ci za efekt końcowy i to na to zwracają uwagę rekrutujący podczas i po rozmowie kwalifikacyjnej.

Po zakończeniu rozmowy kwalifikacyjnej możesz się zapytać, czy mają do Ciebie jakieś uwagi i jaki będzie następny etap – to pokaże, że jesteś zainteresowany tą pracą.

3.3.7. Praca praktyczna. Pisanie CV i wypełnianie innych dokumentów

Pisanie CV

Twoje CV ma spełniać jedną rolę – masz się dzięki niemu dostać na rozmowę kwalifikacyjną. Jednak przeciętna osoba zajmująca się rekrutacją spędzi tylko 20 do 30 sekund nad Twoim CV; oznacza to, że masz mało czasu, żeby zrobić dobre wrażenie i przekonać do siebie tę osobę.

Twoje osobiste oświadczenie to pierwsza okazja, by to zrobić. Jest to prawdopodobnie najważniejsza część Twojego CV. Jeśli tu się pomylisz znacznie obniżysz swoje szanse, by zostać zaproszonym na rozmowę. Ma ono na celu podkreślić Twoje cechy i cele zawodowe, akcentując dlaczego powini czytając pozostałą część Twojego CV. Postaraj się zmieścić w 50 słowach i niech każde zdanie się liczy.

Niestety zbyt wiele osób kontynuuje tradycję stosowania gotowych określeń i „słów kluczowych” bo myślą, że w ten sposób się wyróżnią. Takie zwroty zostały już użyte tyle razy, że stały się banalne i nie robią na pracodawcach wrażenia.

Powinieneś wystrzegać się zwrotów typu „poszukuję wyzwań...”, ponieważ pokazują, że myślisz wyłącznie o sobie. Pracodawcy chcą wiedzieć, co możesz zrobić dla nich. Jak możesz im pomóc w ich działalności? Z opisu stanowiska powinno jasno wynikać, co masz dla nich robić, więc powiedz im od razu, że jesteś w stanie to zrobić.

Pamiętaj, że w Twoim oświadczeniu nie chodzi o pokazanie potencjalnemu pracodawcy czym się zajmowałeś, co chciałbyś robić i dlaczego starasz się o określone stanowisko. Od tego są części o edukacji i doświadczeniu zawodowym.

Agencjom reklamowym płaci się duże pieniądze za to, żeby zwróciły uwagę konsumentów na daną markę. Używają takiego języka, że Ty, jako konsument,

będziesz wiedział jakie korzyści otrzymasz, jeśli zakupisz produkt. Podobnie jest w przypadku CV; lista niemierzalnych umiejętności, takich jak „łatwo nawiązuję kontakty” lub „uwielbiam pracę w grupach”, nie mówi czytającemu nic na temat tego, czy nadajesz się na konkretne stanowisko. Zawsze kiedy to możliwe połącz to z jakimiś namacalnymi umiejętnościami, np. „wykorzystajcie moje doskonałe zdolności interpersonalne w celu przyciągnięcia i zachowania najważniejszych klientów”.

Najważniejsze porady przy pisaniu CV

1. Nie komplikuj. CV jest pierwszą i prawdopodobnie ostatnią okazją zapewnienia sobie wstępu na rozmowę kwalifikacyjną. Jest więc bardzo ważne, żeby działało na Twoją korzyść, a nie przeciw Tobie. Wykorzystaj je, by zwrócić uwagę na swoje mocne strony, osiągnięcia i wiedzę techniczną.

2. Zaczynaj od osiągnięć. Często używaj aktywnych czasowników takich jak osiągnąłem..., założyłem..., zarządzałem..., odpowiadałem za..., kierowałem.... Nie wymieniaj swoich osiągnięć i stanowisk od myślnika, prozę czyta się łatwiej i jest ona bardziej opisowa.

3. Zaczynaj od końca. Zacznij od swojej obecnej pracy i wymieniaj dalsze zajęcia po kolei, aż do pierwszej pracy, jaką wykonywałeś. Pamiętaj, żeby wymienić nazwę pracodawcy, początek i koniec pracy, nazwę stanowiska i krótki opis wraz ze swoimi osiągnięciami. Jeśli ma to być Twoja pierwsza praca, opisz jakie istotne doświadczenie zawodowe zdobyłeś – płatne lub bezpłatne.

4. Bądź szczery. Kłamstwo w CV jest stratą czasu dla Ciebie i dla Twojego pracodawcy. Dodanie sześciu miesięcy do stażu pracy może się wydawać dobrym pomysłem, ale jeśli zostaniesz przyłapany, z pewnością nie dostaniesz pracy. Nie umniejszaj też swoich umiejętności i osiągnięć. Jeśli uważasz, że lato, które spędziłeś we Francji pracując dla organizacji charytatywnej, świadczy o tym, że znasz ten kraj i jego kulturę, powinieneś to napisać.

5. Umiejętności komputerowe. Wymień wszystkie pakiety oprogramowania, urządzenia, systemy operacyjne, języki programowania, systemy baz danych, programy użytkowe itd., jakie znasz. Nie wspominaj o oprogramowaniu, którego nie używałeś od lat, ponieważ jeśli o nie zapytają, to się skompromitujesz.

6. Edukacja. Poświęć równie dużo uwagi swoim osiągnięciom na studiach, chyba że pracujesz zawodowo już od ponad dwóch lat. Prowadzący grupy dyskusyjnej, reprezentant samorządu studentów, projektant sceny na potrzebę przed-

stawienia szkolnego – wszystkie te role pokazują, że jesteś pełen entuzjazmu, samodzielny i lubisz mieć inicjatywę.

7. Nie przepelniaj swojego CV. Nie musisz się ograniczać do jednej strony – jeśli Twoje CV jest trzystronicowe, to nic nie szkodzi, o ile treść i układ stron są odpowiednie. Jeśli Twój potencjalny pracodawca musi się wysilać, żeby przeczytać Twoje CV, szybko straci zainteresowanie.

8. Ortografia. Żaden pracodawca nie będzie chciał zatrudnić osoby, która nie ma ochoty sprawdzić tego, co napisała. Błędy ortograficzne i gramatyczne spowodują, że Twoje CV wyląduje w koszu. Nie licz na automatyczne sprawdzanie pisowni, sam dokładnie przeczytaj co napisałeś.

9. Dwie pary oczu. Poproś kogoś, żeby sprawdził Twoje CV; świeże spojrzenie może pomóc wyłapać błędy, których nie zauważyłeś lub wprowadzić zmiany. Skoro już przeczytałeś CV trzy lub cztery razy, trudno Ci będzie spojrzeć na nie obiektywnie. Nigdy nie próbuj napisać CV za jednym zamachem; zawsze wróć do niego po kilku dniach.

10. Referencje. Zanim wymienisz osoby, które udzielą Ci referencji skontaktuj się z nimi i zapytaj o zgodę. Nie ma nic gorszego niż wykorzystanie nazwiska kogoś, kto Cię nie pamięta lub ma do Ciebie urazę. Najbardziej wiarygodnymi referentami są obecny pracodawca lub profesor Twojej uczelni.

Schematy Europass CV



Europass
Curriculum Vitae

Wstaw zdjęcie. Usuń nagłówek jeśli nie dotyczy (zobacz instrukcje)

Informacje osobowe

Imię lub imiona /nazwisko(a)

Imię lub imiona Nazwisko(a) (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Adres(y)

Numer budynku/mieszkania, nazwa ulicy, kod pocztowy, miasto, kraj (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Telefon(y)

(usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje) Telefon komórkowy: (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Fax(y)

(usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

E-mail

(usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Narodowość

(usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Data urodzenia

(usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Płeć

(usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Pożądane stanowisko/branża

(usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Doświadczenie zawodowe

Daty

Wprowadź osobny wpis dla każdego stanowiska, zaczynając od najbliższego w czasie (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Nazwa zawodu lub stanowiska

Główne zajęcia i obowiązki

Nazwa i adres pracodawcy

Rodzaj działalności lub branża

Wykształcenie i szkolenia

Daty

Wprowadź osobny wpis dla każdego istotnego kursu, który ukończyłeś, zaczynając od najbliższego w czasie (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Otrzymany stopień lub kwalifikacje

Podstawowe przedmioty/umiejętności zawodowe

Nazwa i rodzaj instytucji szkoleniowej

Poziom umiejętności w kwalifikacji krajowej lub międzynarodowej

(usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Osobiste umiejętności i kompetencje

Język(i) ojczysty(e)

Określ język ojczysty (oraz inne języki ojczyste, jeśli Cię to dotyczy, zobacz instrukcje)

Inny(e) język(i)

Ocena własna

Poziom wg europejskich standardów poziomu biegłości językowej (*)

Język

Język

Rozumienie		Mówienie		Pisanie	
Słuchanie	Czytanie	Dialog	Monolog		

(*) *Common European Framework of Reference for Languages*

Zdolności i kompetencje interpersonalne

Tu wpisz opis danych kompetencji i wyjaśnij gdzie je uzyskałeś (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Zdolności i kompetencje organizacyjne

Tu wpisz opis danych kompetencji i wyjaśnij gdzie je uzyskałeś (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Zdolności i kompetencje techniczne

Tu wpisz opis danych kompetencji i wyjaśnij gdzie je uzyskałeś (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Zdolności i kompetencje komputerowe

Tu wpisz opis danych kompetencji i wyjaśnij gdzie je uzyskałeś (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Zdolności i kompetencje artystyczne

Tu wpisz opis danych kompetencji i wyjaśnij gdzie je uzyskałeś (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Inne zdolności i kompetencje

Tu wpisz opis danych kompetencji i wyjaśnij gdzie je uzyskałeś (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Prawo jazdy

Tu określ, czy posiadasz prawo jazdy, a jeśli tak, to jakiej kategorii (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Dodatkowe informacje

Tu zamieść wszystkie pozostałe istotne informacje, typu osoby kontaktowe, referenci itd. (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

Załączniki

Wymień wszystkie załączniki (usuń jeśli nie dotyczy, zobacz instrukcje)

<http://europass.cedefop.europa.eu/europass/home/hornav/Downloads/EuropassCV/CVTemplate.csp>

Pisanie listu motywacyjnego

List motywacyjny to dokument, który zazwyczaj wysyła się wraz z CV lub życiorysem podczas składania podania o pracę. Często jest tak, że listy motywacyjne są czytane dopiero po przejrzeniu CV. Mimo to dają one bezcenną możliwość, zaprezentować się bezpośrednio potencjalnemu pracodawcy.

Czemu należy napisać list motywacyjny?

List motywacyjny spełnia trzy podstawowe zadania:

- autopromocja i przekonanie pracodawcy, że nadajesz się i chcesz pracować na danym stanowisku;
- podkreślenie konkretnych informacji zawartych w Twoim CV, które uważasz za szczególnie istotne lub godne uwagi;
- przekazanie wszelkich innych informacji, takich jak różne szczególne warunki lub kiedy możesz przyjść na rozmowę kwalifikacyjną.

Listy motywacyjne powinny być napisane prostym, zwięzłym i formalnym językiem.

Trzy najważniejsze rady

- zawsze pisz do konkretnej osoby – nigdy nie wysyłaj listu motywacyjnego do anonimowego adresata. Użyj sformułowania „Pan” lub „Pani”, a następnie podaj nazwisko osoby, do której piszesz;
- dostosuj swoje listy motywacyjne do każdej aplikacji – nie produkuj ich na masową skalę. Z pewnością otrzymasz więcej zaproszeń na rozmowę wysyłając małą liczbę dobrze napisanych listów motywacyjnych, niż wysyłając wiele napisanych kiepsko;
- bądź zwięzły – wystarczą trzy lub cztery krótkie akapity. List motywacyjny nie powinien zajmować więcej niż jedną stronę A4.

Dodatkowe informacje

- wymień wszystkie istotne kwalifikacje;
- wymień wszystkie istotne miejsca, w których pracowałeś i zawody, które wykonywałeś;
- odnieś się do wykształcenia lub innych szczegółów wymienionych w ogłoszeniu;
- pamiętaj, żeby pochwalić firmę za jej reputację lub inne cechy;
- zamieść w liście swój numer telefonu komórkowego;
- jeśli poszukujesz pracy w konkretnej branży (np. doradztwo podatkowe), o tym też wspomnij oraz napisz dlaczego jesteś zainteresowany i odpowiedni na takie stanowisko;
- bądź zwięzły – wykorzystaj tylko jedną stronę A4.

Podsumowując – oto, co powinieneś zrobić

- podkreślić istotne doświadczenia i kwalifikacje (stopień oraz stanowisko);
- okazać chęć pracowania dla pracodawcy, do którego kierujesz list motywacyjny;
- wyjaśnić dlaczego chcesz otrzymać pracę i jakie będziesz miał z tego korzyści;
- napisać jak można się z Tobą skontaktować;
- skorzystać ze wzoru listu motywacyjnego (po napisaniu listu upewnij się, że nie zawiera błędów gramatycznych ani ortograficznych; niedbale napisany list motywacyjny niemal gwarantuje odrzucenie).

3.4. Trening podstawowych umiejętności komputerowych

3.4.1. Obsługa komputera

Włączanie i wyłączanie komputera

Pulpit

Test

3.4.2. Aplikacja tekstowa

Otwieranie aplikacji tekstowej

Formatowanie tekstu za pomocą paska zadań

Zapisywanie plików

Tworzenie nowego folderu przy zapisywaniu

Otwieranie istniejącego pliku

3.4.3. Komputery i komunikacja

Napisz wiadomość e-mail – wyślij teraz

Napisz wiadomość e-mail – wyślij później

Wyślij e-mail w pośpiechu

Załącz plik do wiadomości e-mail

3.4.1. Obsługa komputera

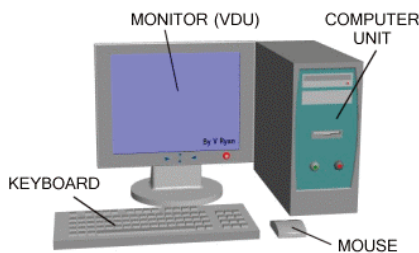
Zadanie

Ta część ma na celu nauczyć uczestników zajęć, jak posługiwać się komputerem dla efektywnego osiągania celów.

Włączanie i wyłączanie komputera

Uczestnicy zajęć będą mogli:

- 1) nauczyć się jak włączyć i wyłączyć komputer,
- 2) zapoznać się z pulpitem.



Włączanie i wyłączanie komputera

Aby włączyć komputer naciśnij przycisk **power** na korpusie komputera.

Działa to na takiej samej zasadzie, jak przy włączaniu każdego innego urządzenia. System operacyjny Windows uruchomi się automatycznie.

Aby wyłączyć komputer użytkownik musi

- 1) kliknąć na przycisk **Start** i wybrać **Zamknij System**;
- 2) upewnić się, że zaznaczony został **Zamknij System** i kliknąć **OK**.



Pulpit

Pulpitem nazywamy ekran, który pojawia się w momencie, gdy uruchomi się **System Operacyjny**, a niekiedy w momencie, gdy zalogujesz się w systemie komputerowym.

Na pulpicie możesz przechowywać **foldery, pliki i ikony aplikacji**.

Najważniejszym przyciskiem na pulpicie jest przycisk **Start**. Za jego pomocą można uzyskać dostęp do wielu funkcji komputera. Na przykład:

- 1) możesz uruchamiać programy,
- 2) możesz odszukać program lub dokumenty,
- 3) możesz szukać folderów lub plików,
- 4) możesz skorzystać z przycisku ustawień,
- 5) możesz skorzystać z pomocy.

3.4.2. Aplikacja tekstowa

Zadanie

Umiejętność korzystania z edytora tekstu jest nieodzowna w dzisiejszym społeczeństwie. Mało kto używa maszyny do pisania, skoro komputer daje dużo więcej możliwości. Korzyści z pisania w edytorze tekstu zamiast – tradycyjnie - na papierze przy użyciu maszyny do pisania, są oczywiste. Użytkownicy powinni docenić możliwości edytora tekstu i powinno się ich namawiać do tego, by wykorzystywali go do większości swoich potrzeb. Celem nie jest wyszkolenie wykwalifikowanej sekretarki ani maszynistki – ale znajomość edycji tekstu i umiejętność szybkiego pisania przy użyciu klawiatury, to istotne korzyści przy poszukiwaniu pracy.

Uczestnicy zajęć będą umieli:

- 1) stworzyć nowy dokument tekstowy,
- 2) wprowadzić podstawowe zmiany w dokumencie tekstowym,
- 3) zapisać plik tekstowy,
- 4) stworzyć nowy folder przy zapisywaniu.

Otwieranie aplikacji tekstowej

Istnieje wiele sposobów na otworenie aplikacji tekstowej:

- 1) kliknij na przycisk **Startu**, wybierz **Microsoft Office**, a następnie **Microsoft Word**,
- 2) użyj skrótu na pulpicie.

Formatowanie dokumentu tekstowego za pomocą paska zadań

Zapisywanie plików

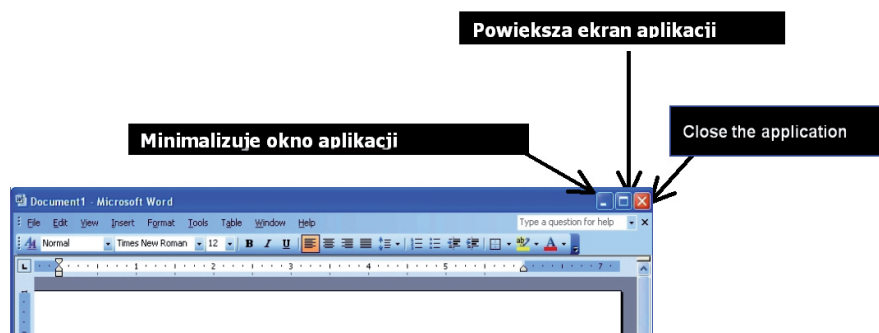
Ta część opisuje konieczne kroki w celu zapisania pliku

- 1) kliknij na **Plik**
- 2) zaznacz **Zapisz jako** i wciśnij **Enter**
- 3) wybierz właściwy folder w polu **Zapisz w**
- 4) nazwij swój plik wpisując nazwę pliku w polu **Nazwa Pliku**
- 5) kliknij na **Zapisz**

Uwaga: jest różnica pomiędzy **Zapisz** i **Zapisz Jako**

Zapisz – zamienia lub aktualizuje plik, nad którym obecnie pracujesz

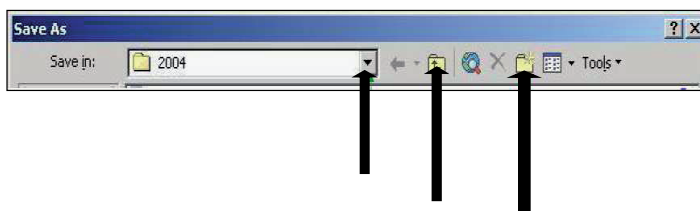
Zapisz Jako – pozwala na zmianę nazwy i/lub lokalizacji pliku, ale działa tak samo, jak **Zapisz**.



Możesz również wykorzystać ikonę **Zapisz** na standardowym pasku zadań



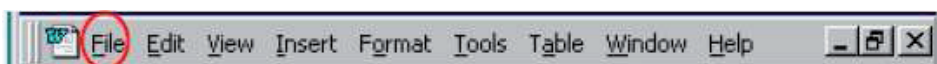
Tworzenie folderu przy zapisywaniu



Otwieranie istniejącego pliku

Ta część opisuje jak otworzyć istniejący plik

- 1) kliknij na **Plik** na pasku zadań



- 2) Znajdź nazwę pliku, który chcesz otworzyć, szukaj nazwy **dysku**, **foldera** i **pliku**,
- 3) Zaznacz **Otwórz**. Wciśnij **Enter**,
- 4) Kliknij na **Otwórz**.

Innym sposobem na otwarcie pliku jest użycie właściwej ikony na standardowym pasku zadań



3.4.3. Komunikacja i komputery

Zadanie

Ten moduł dotyczy środków komunikacji elektronicznej, takich jak poczta elektroniczna (e-mail), uwzględniając możliwości wysyłania i otrzymywania wiadomości oraz dokumentów za pomocą urządzeń e-mailowych.

Uczestnicy zajęć nauczą się:

- 1) jak napisać i wysłać wiadomość e-mail,
- 2) jak dołączyć plik do wiadomości e-mail.

Napisz wiadomość e-mail, wyślij teraz

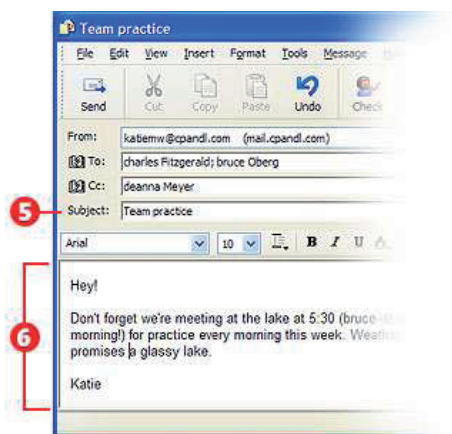
Wpisz kilka liter z nazwiska osoby w polu **Do** lub **DW** (do wiadomości), następnie **Outlook Express** automatycznie przywoła pełen adres z książki adresowej.

1. Kliknij na **Utwórz Wiadomość**.



2. W polu **Do**, wpisz kilka pierwszych liter nazwiska odbiorcy tak, jak pokazano poniżej. Kiedy **Outlook Express** zaproponuje nazwisko, o które Ci chodziło, wciśnij klawisz **Enter**. Jeśli danego nazwiska nie ma w książce adresowej, wpisz pełny adres e-mail. Wielkość liter nie ma znaczenia, a w adresie nie powinno być spacji.
3. Powtórz krok 2 dla każdej osoby, do której chcesz wysłać wiadomość, oddzielając nazwiska przecinkami lub średnikami.
4. Aby wysłać kopie wiadomości, postępuj zgodnie z krokami 2 i 3, wpisując w polu **DW** nazwiska wszystkich osób, które mają otrzymać kopię.

Jeśli **Outlook Express** zapyta o potwierdzenie jakiegoś nazwiska, kliknij na właściwym nazwisku, a następnie kliknij **OK**.



Temat i treść wiadomości e-mail oraz przycisk **Wyślij**.

Napisz wiadomość e-mail, wyślij później

Chroń prywatność adresów e-mail odbiorców. Wysyłając wiadomość do dużej grupy ludzi – np. informacje o zmianie adresu e-mail, dowcip itd. – uprzejmie jest wpisać nazwiska odbiorców w polu **UDW** (ukryte do wiadomości). Nazwiska oraz adresy e-mail osób z listy **UDW** są niewidoczne dla osób, które dostały e-maila; kiedy odbiorca otworzy wiadomość pojawi się jedynie nazwisko wysyłającego (w polu Do). Jeśli pole **UDW** jest niewidoczne, kliknij na **Pokaż wszystkie nagłówki**. Następnie postępuj zgodnie z krokiem 2, opisanym powyżej i wpisz nazwiska w polu **UDW**.

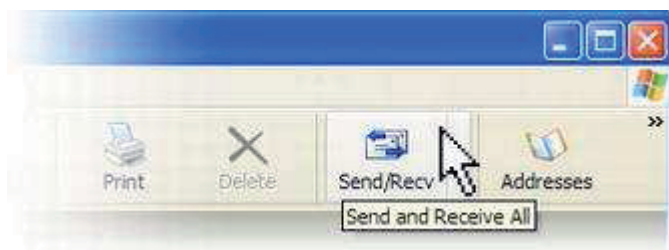
Możesz napisać wiadomość e-mail w czasie gdy komputer jest odłączony od Internetu. Postępuj zgodnie z krokami opisanymi w podpunkcie **Napisz wiadomość e-mail, wyślij teraz**. Kiedy klikniesz na **Wyślij**, **Outlook Express** poinformuje Cię, że zachowuje wiadomość w folderze **Wyslane** – znajduje się on w liście folderów – i wyśle ją automatycznie w momencie, gdy uzyskasz dostęp do Internetu.

Zapisz e-mail

Outlook Express zapisuje też automatycznie wiadomości w trakcie pisania, więc jeśli komputer niespodziewanie się wyłączy, twoje wiadomości będą zachowane w folderze **Wersje robocze**. Jednak dla dodatkowego bezpieczeństwa, dobrze jest osobiście zapisywać wiadomość w trakcie pisania – szczególnie jeśli jest to ważna wiadomość. Aby to zrobić, kliknij **Zapisz** w menu **Plik**.

Wyślij e-mail w pośpiechu

Jeśli **Outlook Express** nie wysyła wiadomości e-mail tak szybko, jak byś chciał, to istnieje rozwiązanie. Kliknij na przycisk **Wyślij/Odbierz**. **Outlook Express** natychmiast wyśle wszystkie wiadomości w folderze **Wyslane** (oraz odbierze wszelkie wiadomości od Dostawcy Usług Internetowych).

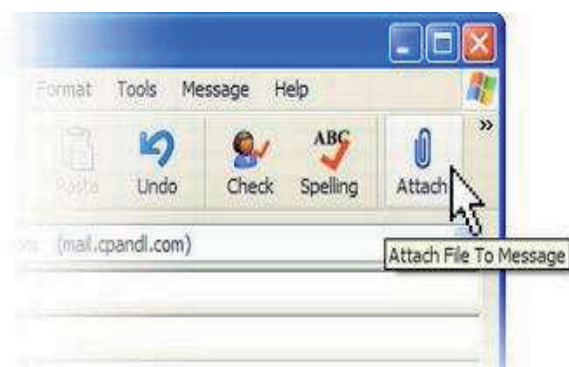


Przycisk Wyślij/Odbierz na pasku zadań programu Outlook Express

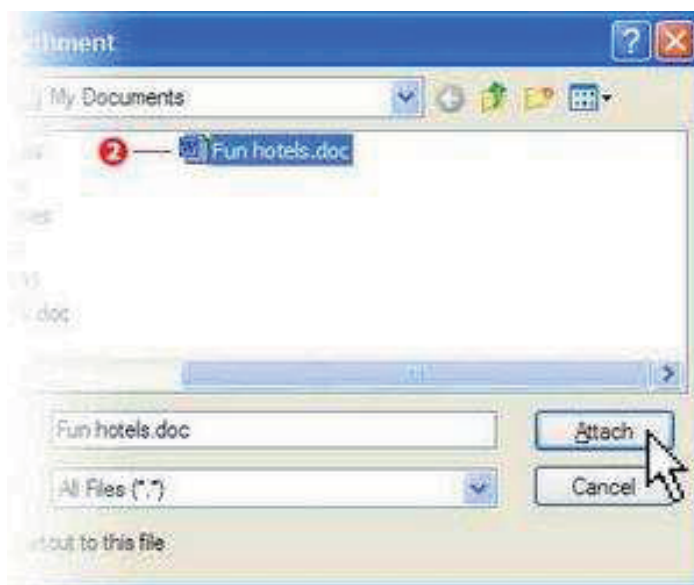
Dołącz plik do wiadomości e-mail

Łatwo jest dołączyć plik do wiadomości e-mail – zdjęcie dziecka, dokument czy plik, itd. Przypomina to dołączanie czegoś do listu za pomocą spinacza.

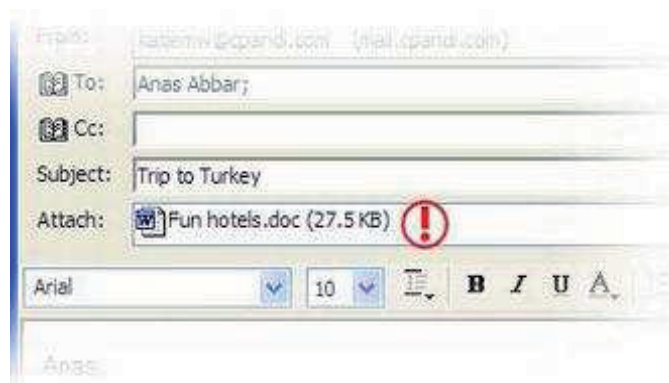
- 1) w swojej wiadomości kliknij na przycisk **Dołącz plik**,



- 2) musisz teraz poszukać pliku, który chcesz dołączyć – tak, jak pokazano poniżej,
- 3) kliknij na dany plik, a następnie na przycisk **Dołącz plik** – tak, jak to pokazano poniżej,
- 4) jeśli chcesz dołączyć więcej niż jeden plik powtórz kroki 1 do 3,



5) Dokończ wiadomość i kliknij na przycisk **Wyślij**.



Pole **Dołączono** z dołączonym dokumentem.

3.5. Ocena warunków prowadzenia działalności gospodarczej dla celów założenia i rozwoju działalności

3.5. Otoczenie biznesu i jego ocena Zakładanie i rozwój działalności gospodarczej		Godziny ogółem	Godziny teorii	Godziny praktyki
		12	4	8
3.5.1	Sukces w biznesie	1½	½	1
3.5.2	Praca kontraktowa i samozatrudnienie	1⅓	⅓	1
3.5.3	Pomysły na biznes i partnerzy	1⅓	⅓	1
3.5.4	Koncepcja projektu biznesowego	1⅓	⅓	1
3.5.5	Podstawowa część projektu biznesowego	½	½	
3.5.6	Wymagania dla przygotowania projektu biznesowego	½	½	
3.5.7	Treść projektu biznesowego	2½	1½	1
3.5.8	Przygotowanie i prezentacja niewielkiego projektu	3		3

3.5.1. Sukces w biznesie

(teoria)

Sukces w biznesie można oceniać z punktu widzenia sukcesu przedsiębiorstwa i sukcesu osobistego.

1. Sukces przedsiębiorstwa:
 - efektywność finansowa (zysk);
 - efektywność złożona;
 - satysfakcja właściciela;
 - satysfakcja klientów – status rynkowy;
 - satysfakcja pracowników;
 - satysfakcja organów sądowniczych i administracyjnych oraz systemu podatkowego;
 - udział w lokalnym handlu i rozwoju;
 - prestiż;
 - inne.
2. Sukces osobisty związany z pracą zawodową:
 - samodoskonalenie – osiągnięcie wysokiego poziomu życia, spełnienie potrzeb pracownika, jego/jej rodziny oraz społeczności;
 - rozwój zawodowy, osiągnięcie statusu eksperta w danej dziedzinie;
 - zapewnienie stałości pracy;
 - zachowanie równowagi pomiędzy pracą zawodową oraz życiem prywatnym, rodziną i społecznością;
 - podejmowanie nowych inicjatyw, pomysłów;

- zachowanie równowagi pomiędzy niezależnością, autonomią, a podległością pracodawcy;
 - wykonywanie pracy w wydajny sposób;
 - satysfakcja z osiągania swoich celów;
 - zarządzanie ludźmi;
 - prestiż, status społeczny.
3. Zawodowy sukces człowieka:
- praca oraz wynagrodzenie pieniężne i materialne;
 - możliwość otrzymania podwyżki;
 - stałe zatrudnienie;
 - zachowanie równowagi pomiędzy pracą a życiem osobistym, rodziną i stosunkami ze swoją społecznością;
 - przyjazne środowisko pracy;
 - zrozumiałe i niewygórowane warunki awansu, piastowanie wysokiego stanowiska w przedsiębiorstwie;
 - finansowanie dalszej edukacji i rozwoju;
 - określenie niezależności w pracy, osobiste zarządzanie godzinami pracy;
 - praca dotycząca produktów i usług, które interesują pracownika.
 - Prezentacja studium przypadku sukcesów różnych ludzi, przedsiębiorstw charakterystycznych dla danego regionu, miejscowości.
 - Metoda najlepszych wzorców.

(praktyka)

Osoby i przedsiębiorstwa zdobywają informacje poprzez:

- a) audyt zewnętrzny;
- b) audyt wewnętrzny.

Analiza SWOT służy określaniu szans i zagrożeń w otoczeniu przedsiębiorstwa, a także mocnych i słabych stron samego przedsiębiorstwa.

Szanse	Mocne strony
stan gospodarki, zmiany demograficzne, rynek itd.	oryginalny produkt, unikatowa technologia, pozycja rynkowa itd.
Zagrożenia	Słabe strony
konkurencja, podatki, dystrybucja itd.	koszty, brak znajomości marketingu itd.

Uczestnicy zajęć indywidualnie wybierają elementy swojego sukcesu osobistego. Układają te elementy w kolejności, poczynając od najważniejszego, a następnie określają ich poziom w kategoriach jakości i ilości. Dyskusja grupowa bez udziału trenera. Dyskusja z udziałem trenera.

Uczestnicy zajęć indywidualnie określają cele, które można osiągnąć dzięki pracy zawodowej. Układają te elementy w kolejności, poczynając od najważniejszego, a następnie określają ich poziom w kategoriach jakości i ilości. Dyskusja grupowa bez udziału trenera. Dyskusja z udziałem trenera.

Uczestnicy zajęć indywidualnie określają elementy sukcesu przedsiębiorstwa. Układają te elementy w kolejności, poczynając od najważniejszego, a następnie określają ich poziom w kategoriach jakości i ilości. Dyskusja grupowa bez udziału trenera. Dyskusja z udziałem trenera.

Uczestnicy zajęć indywidualnie opracowują model połączenia sukcesu osobistego z celami sukcesu osobistego oraz celami przedsiębiorstwa. Dyskusja grupowa nakierowana na współpracę z udziałem trenera.

Ocena aktywności uczestników zajęć w trakcie kursu: samoewaluacja, ocena przez trenera, wspólna ocena przez trenera i uczestników zajęć.

3.5.2. Praca kontraktowa i samo zatrudnienie

(teoria)

Praca kontraktowa wiąże się zazwyczaj ze stałą współpracą z przedsiębiorstwami. Dla pracowników oznacza to – w porównaniu z samozatrudnieniem – bardziej stabilną sytuację zawodową, niższy stopień odpowiedzialności zawodowej, odpowiedzialność przed kierownictwem, wykorzystanie kontaktów i osiągnięć przedsiębiorstwa w celu rozwoju pracownika.

Pracodawcy, zatrudniający pracowników, poszukują ludzi z doświadczeniem zawodowym (także po okresie próbnym, stażu, praktykach) oraz z referencjami.

Samozatrudnienie to najczęściej jednoosobowa działalność gospodarcza. Osoba fizyczna podejmuje działalność gospodarczą na własny rachunek i ryzyko. W związku z tym może z reguły korzystać z ulg podatkowych i zaoszczędzić na kosztach osobowych – w porównaniu z pracą kontraktową.

Samozatrudnienie wiąże się najczęściej z przedsiębiorczością, kreatywnością, aktywnością, wykorzystywaniem okazji, indywidualnym wykorzystaniem różnego rodzaju wsparcia finansowego i organizacyjnego, podejmowaniem ryzyka. Początkowa uciążliwość jest z reguły niewielka, formy opodatkowania są korzystne, a procedury likwidacji proste. Do wad należy zaliczyć osobistą odpowiedzialność finansową za zobowiązania oraz trudności w pozyskaniu kapitału. Wymaga, poza koncepcją działalności, odrobiny kapitału finansowego i – w zależności od specyfiki działalności – kapitału materialnego i informacyjnego. Bardzo istotne będzie znalezienie i współpraca z różnego rodzaju funduszami podwyższonego ryzyka, agencjami rozwoju przedsiębiorczości, lokalnymi i państwowymi urzędami wspierającymi rozwój przedsiębiorczości, z bankami, itd. Należy też zawsze wiedzieć do czego jest się prawnie zobowiązanym w przypadku podjęcia samozatrudnienia (rejestracje, licencje, pozwolenia, podatki).

(praktyka)

1. Uczestnicy zajęć indywidualnie rozpoznają główne czynniki napotkane w swym otoczeniu (miejscowości, regionie, w profesjonalnym biznesie lub przedsiębiorstwie), które są kluczowe dla decyzji o podjęciu pracy kontraktowej. Dyskusja grupowa bez udziału trenera, nakierowana na konkurencję. Obserwacja uczestników zajęć zgodnie z raportem, na skali od 1 do 5.
2. Uczestnicy zajęć indywidualnie rozpoznają główne czynniki napotkane w swym otoczeniu w danej miejscowości, regionie, w profesjonalnym biznesie lub przedsiębiorstwie, które są kluczowe dla decyzji o podjęciu samozatrudnienia. Dyskusja grupowa bez udziału trenera, nakierowana na konkurencję. Obserwacja uczestników zajęć zgodnie z raportem, na skali od 1 do 5.
3. Uczestnicy zajęć indywidualnie przeprowadzają samoewaluację potrzeb, umiejętności w obszarze planowania, księgowania, nawyków w pracy, HR, zarządzania marketingiem, współpracy, zarządzania jakością, wprowadzania nowych produktów. Dyskusja grupowa prowadzona przez trenera nakierowana na konkurencję.
4. Uczestnicy zajęć indywidualnie przeprowadzają samoewaluację zarządzania działalnością gospodarczą, w tym: planowania strategicznego-taktycznego-operacyjnego, zarządzania produktem-ceną-dystrybucją-promocją, zarządzania zasobami ludzkimi, finansami, informacją: umiejętności miękkie przy prowadzeniu działalności gospodarczej. W szczególności oceniają swoją kompetencję w pozyskiwaniu inwestorów, przewidywaniu okazji inwestycyjnych, a także okazji na opracowanie planu działań dla rozwoju swojej działalności gospodarczej.
5. Uczestnicy zajęć indywidualnie wyszczególniają i przeprowadzają samoewaluację głównych czynników wynikających z ich potrzeb, sytuacji życiowej, osobowości, kompetencji, doświadczenia, kapitału, które by przemawiały na korzyść lub na niekorzyść podjęcia pracy kontraktowej/samozatrudnienia. Określają poziom (siłę) tych elementów zarówno w kategoriach jakości, jak i ilości. Dyskusja grupowa pod nadzorem trenera nakierowana na konkurencję. Obserwacja uczestników zajęć zgodnie z raportem, na skali od 1 do 5.
6. Uczestnicy zajęć indywidualnie określają główne czynniki, elementy i stany, które stanowią szanse, zagrożenia oraz mocne i słabe strony podjęcia pracy kontraktowej i – osobno - samozatrudnienia: metoda SWOT. Dyskusja grupowa pod nadzorem trenera nakierowana na konkurencję. Obserwacja uczestników zajęć zgodnie z raportem, na skali od 1 do 5.

3.5.3. Pomysły na biznes i partnerzy

(teoria)

Podstawowy pomysł na biznes składa się z wizji na przyszłość i strategii długoterminowej (ponad 10 lat), biorąc pod uwagę rolę jaką przedsiębiorstwo będzie odgrywało w rozwoju lokalnej społeczności. Trzeba przy tym mieć na uwadze kwestie zyskowności, pozytywnych wskaźników finansowych (stabilność finansowa, struktura kapitału), satysfakcjonującego obrotu rynkowego (wielkość obrotu, udział w rynku, pozycja rynkowa, nowe rynki), zasobów ludzkich, pozytywnego statusu społecznego (wizerunek i prestiż). Przedsiębiorstwo skupi się na jednej z poniższych podstawowych koncepcji zarządzania marketingiem:

- zorientowanie na klienta (potrzeby, preferencje, zachowania klientów),
- zorientowanie na zysk,
- zorientowanie na interpretacje działalności marketingowej.

Z reguły poleca się stosowanie kombinacji wszystkich trzech koncepcji zgodnie z potrzebami przedsiębiorstwa. Aby skutecznie określić pomysł na biznes należy odpowiedzieć na poniższe pytania:

- a) czy istnieją rywale? (ich charakterystyka),
- b) czy istnieją klienci? (ich charakterystyka),
- c) jakim dysponujesz kapitałem finansowym, osobowym, materialnym i informacyjnym?
- d) jakie wartości/użyteczności chcemy przekazać odbiorcom w naszych produktach?

Poszukiwanie pomysłów na biznes wymaga:

- a) zbierania informacji na temat konkurencji, rynków i otoczenia;
- b) przetworzenie informacji na cele długo-, średnio- i krótkoterminowe; plany strategiczne, taktyczne i operacyjne;
- c) połączenie celów, informacji, planów, metod oraz sposobów działania w jednolitą koncepcję biznesową, biorąc pod uwagę potrzebę osiągnięcia sukcesu.

Przy poszukiwaniu pomysłu na biznes należy sobie zadać następujące pytania:

- co jest przedmiotem sprzedaży, konsumpcji, produkcji, itd.?
- kim są rywale, klienci, konsumenci, obserwatorzy organizacyjni, itd.?
- kiedy popyt jest największy, kiedy konkurenci są najbardziej aktywni, kiedy konsumenci kupują, itd.?
- co robią konsumenci, rywale, klienci, obserwatorzy organizacyjni; jak stworzyć produkt, jak go sprzedać, itd.?
- co pobudza konkurencję do działania, klientów do kupowania; dlaczego realizowane są niektóre pomysły biznesowe, itd.?

- jak dochodowy jest dany pomysł na biznes, jak skuteczna jest konkurencja, ile wynosi całkowity koszt produktu i ostateczna cena płacona przez klienta, itd.?

Do najbardziej istotnych drugorzędnych źródeł informacji należą:

- opinie specjalistów, ekspertów i ludzi sukcesu,
- ekonomiczna i branżowa prasa oraz portale internetowe,
- materiały z urzędów, instytucji branżowych, izb gospodarczych, samorządu lokalnego, itd.,
- rezultaty badań rynkowych, wskaźniki rozwoju gospodarczego oraz biznesowego, wliczając w to publikacje urzędów statystycznych, raporty, itd.,
- krajowy rejestr sądowy, publiczne bazy danych adresowych.

Powinno być to połączone z obserwacją i eksperymentami dotyczącymi konkurencji, konsumentów, klientów, samego przedsiębiorstwa.

Przy poszukiwaniu pomysłu na biznes stosuje się następujące narzędzia: wywiad, kwestionariusz, ankieta przeprowadzona osobiście, przez telefon, przez Internet lub w inny sposób.

Ważne jest zapewnienie trafności badań (podobieństwo do stanów rzeczywistych), dokładności badań (powtarzalności rezultatów badań), reprezentatywności badań (rezultaty odpowiadają przekonaniom, aspiracjom ściśle określonej grupy badanych).

Raport z badań rynku zawiera następujące podstawowe informacje:

- a) cel badań – metoda, kto, kiedy i gdzie wykonał badania,
- b) ogólna/reprezentatywna próba objęta badaniem,
- c) jak przeprowadzono badania,
- d) trafność, dokładność i powtarzalność badań,
- e) istotne wyniki badań i wnioski z nich płynące.

Poszukiwanie pomysłu na biznes będzie bardziej skuteczne, jeśli:

- a) jest przeprowadzone we współpracy ze specjalistami, doradcami i ludźmi sukcesu,
- b) jest zorientowane na konsumentów, klientów, na zrozumienie ich potrzeb, preferencji i sposobów zachowania,
- c) zwiększa się siła woli i motywacja do działania,
- d) działania są elastyczne,
- e) dostosowuje się do napotkanych okazji,
- f) skupia się na skuteczności (wydajności), jest mierzalne i wykorzystuje nowoczesne technologie, outsourcing itd.,
- g) zachowana jest sprawność fizyczna i intelektualna, podobnie jak przyjazne stosunki z partnerami biznesowymi, pracownikami, rodziną oraz lokalną społecznością.

(praktyka)

Uczestnicy zajęć indywidualnie opracowują szczegółowe pytania badawcze zgodnie z formularzem pytań. Prezentują je i omawiają w grupie pod nadzorem trenera.

Uczestnicy zajęć indywidualnie opracowują plan poszukiwań pomysłu na biznes. Prezentują je i omawiają w grupie pod nadzorem trenera.

Uczestnicy zajęć poszukują pomysłu na biznes wykorzystując metodę burzy mózgów lub inną, w zależności od unikatowych cech regionu i wykonalności projektu – praca grupowa pod nadzorem trenera.

3.5.4. Koncepcja projektu biznesowego

(teoria)

Koncepcja projektu biznesowego to wewnętrznie zintegrowany system poglądów, wartości, postaw i działań, który ma na celu skuteczną realizację działalności gospodarczej. Procedura doskonałej działalności gospodarczej zakłada określenie – dla danego segmentu rynku – takich działań, które pozwolą na osiągnięcie najlepszego rezultatu przy równoczesnym spełnianiu oczekiwań użytkowników produktu. Koncepcje pomysłów na biznes podlegają selekcji ze względu na ich techniczną i fizyczną wykonalność. Szczegóły i dane techniczne produktów są określone, a koszty, jakość i niezawodność optymalizowane.

Wymienione wyżej działania pozwalają na określenie wymaganej mocy produkcyjnej na podstawie:

- prognozy obecnego i przyszłego popytu,
- szczególnych potrzeb dotyczących kapitału finansowego, osobowego, materialnego i informacyjnego,
- propozycji wykorzystania kapitału własnego dla zaspokojenia popytu,
- weryfikacji efektywności działalności gospodarczej,
- wskazania największych zagrożeń, długoterminowych rezultatów prowadzenia działalności gospodarczej.

W oparciu o cele i preferencje klientów można określić ostateczną wersję produktu, który będzie:

- a) wykonalny technicznie i technologicznie,
- b) mógł być przekazany od producenta aż do ostatecznego użytkownika,
- c) miał cenę, którą rynek zaakceptuje,
- d) mógł być promowany,
- e) efektywny finansowo.

Sztuka projektu biznesowego wymaga określenia wariantów koncepcji poprzez wybór różnych:

- a) cech, ilości i jakości produktów,
- b) cen produktów,

- c) kanałów dystrybucji,
- d) metod promocji.

Zawsze trzeba pamiętać o zapewnieniu efektywności finansowej. W swojej aktywności rynkowej przedsiębiorstwo musi wybrać jedną z czterech podstawowych koncepcji pozycjonowania:

- a) działalność nie zróżnicowana na poszczególne segmenty rynku,
- b) działalność zróżnicowana na poszczególne segmenty rynku,
- c) działalność skoncentrowana,
- d) działalność zindywidualizowana (głównie na rynku zaopatrzenia dla innych przedsiębiorstw i organizacji).

Pozycjonowanie produktu na rynku odbywa się poprzez nadanie produktowi szczególnych cech, a także poprzez odpowiednią cenę, dystrybucję i promocję – w ten sposób w świadomości konsumentów produkt zyskuje swoje unikatowe, wiódące, atrakcyjne miejsce. Pozycjonowanie rynkowe zachodzi w wyniku dywersyfikacji: cech, jakości, opakowania, funkcjonalności/zastosowania, producenta, konsumentów, ceny, wizerunku, kanałów dystrybucji, promocji itd. Istotne jest podporządkowanie pozycjonowania rynkowego wyobrażeniom konsumentów, spełniając ich oczekiwania. Najważniejsze opcje pozycjonowania rynkowego to:

- a) pozycjonowanie na jednym segmencie rynku,
- b) pozycjonowanie na wielu segmentach rynku,
- c) pozycjonowanie naśladowcze (podobnie do innej marki),
- d) pozycjonowanie uprzedzające (zmiana rynku docelowego),
- e) pozycjonowanie adaptacyjne (dostosowanie do zmian na rynku),
- f) pozycjonowanie defensywne (wprowadzenie nowej marki, jako suplementu dla już istniejącego i cieszącego się popularnością własnego produktu).

Następnie mamy szeroki wybór wykorzystanych technologii, środków i urządzeń itd. oraz ich kombinacji z lokalizacją i rozmieszczeniem.

Niezbędnym etapem opracowania jest określenie kto będzie wykonywał jaką pracę.

(praktyka)

Istnieją dwa podstawowe podejścia do kreacji projektu biznesowego:

- podejście oparte na wartościach (poglądy, przekonania, intuicja),
- podejście oparte na portfelu (ocena rynku, przedsiębiorstwa).

Segmentacja rynku i określenie rynku docelowego

W celu dostosowania produktu do potrzeb wybranej grupy klientów, grupa ta musi zostać wyszczególniona pod względem jej cech demograficznych, geograficznych, ekonomicznych i psychologiczno-społecznych. Segment rynku tworzą osoby o podobnym podejściu do produktu, cen itd. Znając poszczególne segmenty rynku przedsiębiorstwo może wybrać rynek docelowy (ten najbardziej atrakcyjny).

Macierz BCG pozwala na analizę przedsiębiorstwa ze względu na:

- skalę sprzedaży,
- wzrost rynkowy,
- dochód z danej działalności gospodarczej.

Względny udział w rynku

Gwiazdy	Znaki zapytania	Wysoki
Dojne krowy	Kule u nogi, psy	WZROST RYNKU
		Niski
<u>Wysokie</u>	<u>Niskie</u>	

Produkty obecnie sprzedawane oraz planowane są kwalifikowane do jednej z 4 grup na macierzy BCG. To umiejscowienie powinno kierować dalszym zarządzaniem przedsiębiorstwem. Macierz Ansoffa określa optymalne działania dla każdej z 4 pozycji opisanych na tabeli.

Penetracja rynku	Rozwój produktu	<u>Obecny rynek</u>
Rozwój rynku	Dywersyfikacja	<u>Nowy rynek</u>
<u>Obecny produkt</u>	<u>Nowy produkt</u>	

W prowadzeniu działalności gospodarczej pomóc może analiza obszarów działalności (analiza struktury działalności, produktów, przychodów). W wyniku przeprowadzonej analizy środki mogą zostać przeznaczone na najbardziej dochodowe obszary działalności.

Macierz McKinsey'a pozwala określić wartość dla przedsiębiorstwa różnych rodzajów jego działalności, pod względem atrakcyjności sektora i pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa.

Pozycja konkurencyjna przedsiębiorstwa (udział w ryku, jakość produktu, atrakcyjność produktu, jego cena, itd.)				
WYSOKA	ŚREDNIA	NISKA		
			WYSOKA	Atrakcyjność sektora (tempo wzrostu, wygoda sprzedaży, poziom absorpcji rynku, liczba rywali itd.)
			ŚREDNIA	
			NISKA	

Uczestnicy zajęć indywidualnie opracowują koncepcję projektu biznesowego. Dyskusja grupowa pod nadzorem trenera nakierowana na konkurencję.

3.5.5. Podstawowa część projektu biznesowego i jego istota

(teoria)

Projekt biznesowy daje przedsiębiorcy możliwość dostosowania się do wymogów rynku. Określa również konieczne wewnętrzne źródła i procedury pracy. Przy tworzeniu projektu biznesowego warto odpowiedzieć sobie na poniższe pytania:

- a) jakie możliwości daje przedsiębiorcy rynek?
- b) jakie są mocne strony przedsiębiorcy?
- c) czego konkretnie przedsiębiorca chce?
- d) jakie nawyki pracy są konieczne, by przedsiębiorca mógł osiągnąć swoje cele?
- e) czego przedsiębiorca chce w przyszłości?

Na etapie tworzenia projektu biznesowego z reguły określa się podstawowe kwestie wymienione poniżej:

- a) własność (założenie nowego przedsiębiorstwa, *franchising*, zakup istniejącego przedsiębiorstwa),
- b) forma własności (jednoosobowa, spółka),
- c) źródła finansowania,
- d) zarządzanie (kwalifikacje, stanowiska, schemat organizacyjny, zarządzanie, kontrola).

Na kierowanie wewnętrzną działalnością przedsiębiorstwa składa się głównie:

- a) opracowanie i wytworzenie produktu (cechy, wzorzec, asortyment, jakość, marka, gwarancje, opakowanie, obsługa posprzedażowa, itd.),
- b) ustalenie ceny (cena bazowa, upusty, obniżki cen, zachęty cenowe, zasady płatności, kredyty, itd.),
- c) dystrybucja (sposoby na przekazanie produktu odbiorcy, kanały dystrybucji, logistyka, zapasy, transport, pośrednicy, itd.),
- d) promocja (informacja handlowa, komercyjna, sponsoring, promocja miejsca sprzedaży, marketing bezpośredni, itd.),
- e) zarządzanie ludźmi wewnątrz przedsiębiorstwa (cele, zadania, obowiązki, prawa, obszary odpowiedzialności, itd.),
- f) wpływanie na trendy rynkowe (zmiany upodobań i mody u klientów, nowe potrzeby klientów, itd.),
- g) wykorzystanie nowych technologii (IT, e-biznes, *just-in-time*, CRM, itd.).

3.5.6. Wymagania dla opracowania projektu biznesowego

(teoria)

Projekt biznesowy opracowuje się w celu uwierzytelnienia przedsięwzięcia, firmy, inicjatywy. Odbiorcami projektu biznesowego (PB) są:

- organizacje i osoby z zewnątrz (kredytodawcy, banki, inwestorzy, potencjalni partnerzy biznesowi),
- przedsiębiorca, pracownicy firmy (użytek wewnętrzny).

Odbiorcy – użytkownicy PB spodziewają się wykazania, że przedsiębiorstwo działa efektywnie, nie podejmuje nieuzasadnionego ryzyka, cieszy się bardzo wysokim prawdopodobieństwem odniesienia sukcesu. Jednocześnie PB spełnia rolę informacyjną. Wdrożenie PB w przedsiębiorstwie pozwala na kierowanie działalnością biznesową. Konieczna kontrola sprawowana jest poprzez porównywanie osiągniętych wyników z PB (funkcja kontrolna).

Uświadczenie pracownikom istoty wykonywanej działalności, motywowanie ich odbywa się poprzez funkcję informacji wewnętrznej PB.

Proces opracowania projektu biznesowego powinien być:

- a) zaplanowany, włącznie z podejmowaniem decyzji (określenie celu głównego i celów przejściowych oraz określenie optymalnych sposobów na osiągnięcie tych celów),
- b) zorganizowany (grupowanie celów, działań, źródeł),
- c) zarządczy (motywacja, realizacja, kierowanie),
- d) kontrolujący i prognozujący (poprawki, monitoring celów).

Opracowanie projektu biznesowego wymaga zorganizowanego, systematycznego działania.

1. Zaplanowane działania, elementy trzeba realizować w odpowiedniej kolejności.
2. Istotne jest branie pod uwagę sprzężeń zwrotnych – wzajemnego wpływu różnych elementów na siebie.
3. Należy skupić się na wszystkich osobnych opracowaniach, analizach, na kierowaniu poszczególnymi elementami projektu, na tym, jak one są powiązane oraz na głównym celu opracowania biznesplanu.

Ważną częścią projektu biznesowego jest plan określający co i kiedy należy zrobić:

- decyzja o rozpoczęciu działalności,
- analiza własnych zdolności i intencji,
- wybór produktu,
- badanie rynku,
- przewidywanie zysku ze sprzedaży,
- wybór lokalizacji, czasu,
- opracowanie planu produkcji i sprzedaży,

- opracowanie planu marketingowego,
- opracowanie planu organizacyjnego,
- opracowanie planu działań prawnych i administracyjnych,
- opracowanie planu ubezpieczeń,
- opracowanie planu księgowości,
- opracowanie planu finansowego.
- napisanie listu, raportu opisującego przedsiębiorstwo.

Równie ważna jest kolejność, w jakiej opracowywane są poszczególne elementy projektu (niektóre mogą być opracowane dopiero na podstawie informacji dotyczących pozostałych elementów projektu).

Główne przeszkody napotymane podczas opracowywania projektu biznesowego:

- a) niepoprawnie określone cele,
- b) niepoprawny system motywacyjny,
- c) opisanie złożonego, dynamicznego środowiska, określenie poziomu jego nieprzewidywalności,
- d) niechęć do określenia celów, dokładnej analizy,
- e) opór wobec zmian,
- f) ograniczenia swobody działań (brak pomysłów, kapitału, personelu),
- g) formalizacja projektu jest nie do zaakceptowania dla przedsiębiorcy,
- h) koszt opracowania projektu,
- i) przeszacowanie danych liczbowych.

Przeszkody wymienione wyżej można przezwyciężyć poprzez, odpowiednio:

- a) zrozumienie istoty celów,
- b) komunikację ze społecznością, uczestnictwo w społeczności i zrozumienie jej,
- c) projekt powinien być spójny co do celów w pionie i w poziomie,
- d) uwierzytelnienie autora projektu, efektywności jego pracy, skuteczny system wynagrodzeń.

Projekt biznesowy powinien być:

- wykonalny,
- efektywny,
- oryginalny (inny niż realizowane w pozostałych przedsiębiorstwach),
- opracowany z myślą o wykorzystaniu szans płynących z zewnątrz oraz mocnych stron przedsiębiorstwa w celu uzyskania przewagi rynkowej,
- motywujący do działania.

Forma i treść PB powinny być czytelne, zrozumiałe, jasne i mierzalne. Równocześnie PB powinien potwierdzać autentyczność analiz (danych liczbowych, wyników i wiarygodności wniosków). Szczegóły PB winny być dostosowane do wymagań odbiorcy projektu (np. bank będzie oczekiwał informacji na temat

bezpieczeństwa finansowego przedsięwzięcia). PB powinien w jak największym możliwym stopniu posługiwać się danymi liczbowymi, co powoduje, że jest konkretny, cele i wyniki są mierzalne i osiągalne, wykonalne w ściśle określonych terminach.

3.5.7. Treść projektu biznesowego

(teoria)

1. Opis projektu stanowi bardzo ściśle streszczenie całego PB; po przeczytaniu opisu odbiorca PB powinien mieć wyrobione pojęcie o całym projekcie. Ta część powinna zawierać opisy tego, co zostanie zrobione, kluczowe kwestie całej działalności, najistotniejsze wnioski. Długość opisu nie powinna przekraczać 2 stron:
 - wstęp;
 - nazwa przedsiębiorstwa, lokalizacja, jak-gdzie-kiedy zostało założone;
 - najważniejsze części przedsięwzięcia;
 - planowane koszty i potrzeby finansowe;
 - prognozy finansowe;
 - planowane rezultaty.Opis tworzy się na ostatnim etapie opracowania projektu biznesowego.
2. Przedsiębiorstwo/przedsięwzięcie:
 - nazwa, lokalizacja, założenie, własność;
 - kapitał materialny, osobowy, informacyjny;
 - zarządzanie; kondycja finansowa;
 - działalność produkcyjna/handlowa; rezultaty działalności;
 - szczególne wartości i przewagi.
3. Pomysł na biznes:
 - opis produktu/przedsięwzięcia: istota, cechy, jakość, asortyment, unikatowość, atrakcyjność; wykorzystanie technologii, analiz i badań; konsekwencje dla dystrybucji, ceny, promocji, personelu, środowiska; wymagania obowiązkowe i rekomendacje;
 - konsekwencje finansowe akceptacji produktu;
 - konsekwencje technicznej organizacji akceptacji produktu (zarządzanie, produkcja, marketing, itd.).
4. Rynek:
 - analiza klimatu ekonomicznego i kondycji gospodarki;
 - analiza sektora (trendy, tempo wzrostu, stopień dojrzałości: rozruch-wzrost-dojrzałość-schyłek, specyfika sektora);
 - opis przedsiębiorstw stanowiących obecną i przyszłą konkurencję, ich pozycji rynkowej i udziału w rynku, zagrożenia i słabe strony rywali, ich specyfika i sposób prowadzenia działalności;

- konsumenci/klienci: kryteria segmentacji, segmentacja, rynek docelowy, szczegółowy opis potrzeb i preferencji segmentu i rynku docelowego, poziom absorpcji rynku;
 - wskazanie i udowodnienie, że pomimo konkurencji nowy produkt osiągnie sukces rynkowy, stanie się źródłem przewagi konkurencyjnej i uzyska planowaną pozycję i udział w rynku.
5. Plan cenowy:
- metoda określenia ceny; poziom cen;
 - obniżki cen, upusty i inne zachęty cenowe;
 - unikatowość i atrakcyjność ceny.
6. Plan dystrybucji:
- gdzie, kiedy i jak klienci będą mogli kupić produkt;
 - kanały dystrybucji;
 - wybór dystrybucji bezpośredniej i/lub pośredniej oraz uzasadnienie wyboru;
 - wybór pośredników i uzasadnienie wyboru;
 - efektywność finansowa wybranych kanałów dystrybucji i pośredników.
7. Plan promocji:
- treść i forma informacji dotyczącej produktu, ceny, dystrybucji;
 - gdzie, kiedy i jak przekazywać informacje dotyczące produktu, ceny i dystrybucji;
 - treść i forma informacji przekonującej do zakupu i konsumpcji produktu;
 - gdzie, kiedy i jak przekazywać przekonujące informacje;
 - treść i forma informacji skłaniających do zakupu/konsumpcji produktu (o ile takie informacje będą przekazywane);
 - gdzie, kiedy i jak przekazywać informacje skłaniające do zakupu i konsumpcji produktu (o ile takie informacje będą przekazywane);
 - efektywność promocji.
8. Wykonalność techniczna, siła ludzka, zasoby, środowisko naturalne:
- technologia i technika produkcji/świadczenia usługi;
 - techniczna dokumentacja produktu, produkcji, usługi (jeśli jest wymagana);
 - pozwolenie na budowę, plan zagospodarowania przestrzennego itd. (jeśli są wymagane);
 - surowce wykorzystane przy produkcji/świadczeniu usługi;
 - pozwolenia/certyfikaty/licencje itd. (jeśli są wymagane);
 - specyfikacja produkcji/działalności usługowej, *know-how* i szczególne umiejętności;
 - dostawcy, zaopatrzenie w surowce, maszyny, sprzęt;
 - dostępność i wykorzystanie mediów (energii elektrycznej, gazu, wody, ścieków, wywóz odpadów);

- dostępność komunikacyjna i udogodnienia technologiczne produkcji/ świadczenia usługi;
 - część oceniająca koszty działalności operacyjnej z wyszczególnieniem podstawowych rodzajów wydatków;
 - koszt i jakość surowców, maszyn i sprzętu.
9. Zarządzanie (pominąć w przypadku samozatrudnienia):
- a) struktura organizacyjna (schemat organizacyjny):
 - funkcjonalna (finanse, produkcja, marketing i inne);
 - zadaniowa (zgodnie z asortymentem produktów);
 - geograficzna (zgodnie z lokalizacją produkcji/usługi);
 - macierzowa (pracownicy podlegają co najmniej 2 kierownikom);
 - mieszana;
 - b) zarządzanie i wykonywanie pracy (zadania, obowiązki, prawa, obszar odpowiedzialności).
10. Plan finansowy:
- a) koszty podzielone na: miejsce prowadzenia działalności, maszyny, sprzęt, surowce, inne materiały, zasoby ludzkie, informacje i inne ważne zasoby, w zależności od branży, regionu, sytuacji;
 - b) struktura kapitału własnego i obcego oraz podział według rodzaju kapitału finansowego, źródeł finansowania, warunków finansowania (koszty pozyskania, itd.);
 - c) rozmiar produkcji (świadczenia usług), ceny sprzedaży, przychody i podział na produkty, miejsce prowadzenia działalności i inne;
 - d) wskaźniki kondycji finansowej:
 - efektywność = koszty/przychody;
 - płynność bieżąca = aktywa bieżące/pasywa bieżące;
 - stopa zwrotu z aktywów = zysk netto/aktywa ogółem oraz inne wskaźniki w zależności od branży, regionu i sytuacji;
 - kluczowe wskaźniki określające efektywność/strukturę czasową poziomu wskaźników.
11. Regulacje i wsparcie rządowe:
- prawo, administracja, lokalne/branżowe regulacje produkcji/świadczenia usług;
 - rządowe wsparcie działalności gospodarczej;
 - pozarządowe wsparcie działalności gospodarczej.

(praktyka)

Analiza zrozumienia poszczególnych części projektu biznesowego. Praca indywidualna, dyskusja prowadzona przez trenera.

3.5.8. Przygotowanie i prezentacja niewielkiego projektu

(praktyka)

1. Indywidualne określenie stanów początkowych dla opracowania projektu biznesowego przy użyciu metody ustalania faktów oraz metod wymienionych w rozdziale 3.
2. Indywidualna interpretacja uzyskanych informacji; dyskusja grupowa z udziałem trenera.
3. Indywidualne opracowanie projektu biznesowego.
4. Prezentacja projektów biznesowych: prezentacja, dyskusja grupowa prowadzona przez trenera nakierowana na konkurencję: samoewaluacja oraz ocena uczestników zajęć przez trenera.

3.6. Materiał metodologiczny dla konkursu biznesplanów

Konkurs biznesplanów ma stanowić integracyjną i pouczającą przygodę dla uczestników projektu *Generowanie Ducha Przedsiębiorczości u Młodych Dorosłych Europejczyków – GESPEN*. Na konkurs powinny powstać setki biznesplanów, a zarówno zwycięzcy, jaki i pozostali uczestnicy powinni pójść dalej i wprowadzić swoje plany w życie, zakładając odnoszące sukcesy przedsiębiorstwa.

Konkurs jest sponsorowany wspólnie przez każdą Instytucję Partnerską Projektu GESPEN i – ewentualnie - ich Narodową Agencję Programu Grundtvig.

Chociaż organizatorzy mają nadzieję, że biznesplany opracowane na potrzeby Konkursu Biznesplanów GESPEN będą odzwierciedlały rzeczywiste możliwości, to uczestnicy nie mają obowiązku wprowadzać swoich biznesplanów w życie. Ważniejszy jest fakt, że poznają proces rozpoczynania nowych przedsięwzięć poprzez wspólną pracę swego zespołu, pracę z trenerami oraz prezentacje przed jury konkursu.

Bez względu na to, czy wprowadzicie swój biznesplan w życie czy też nie, przeżyjecie fascynującą, ambitną i pouczającą przygodę. Z niecierpliwością oczekujemy możliwości zobaczenia waszych biznesplanów i mamy nadzieję, że ten konkurs odegra rolę w sukcesie wszelkich przedsięwzięć z jakimi możecie mieć styczność w trakcie swojej kariery!

Zadania

Konkurs ma spełniać trzy podstawowe zadania:

- 1) pokazać uczestnikom kursu GESPEN proces tworzenia i oceny nowych przedsięwzięć gospodarczych;
- 2) przygotować uczestników kursu GESPEN na podjęcie różnorodnych przedsięwzięć w trakcie swoich karier;

- 3) wykorzystać wyjątkowe zasoby jakie daje GESPEN oraz społeczności tego projektu.

Opis konkursu

1. Po pierwsze musisz stworzyć drużynę wokół pomysłu na działalność gospodarczą lub przedsięwzięcie. Każda grupa GESPEN musi zawierać co najmniej jednego uczestnika konkursu GESPEN.
2. Następnie musisz znaleźć dla swojej drużyny doradcę GESPEN.
3. Wypełnij formularz rejestracyjny (przygotowany osobno przez każdą z instytucji partnerskich) stwierdzający Twój udział w Konkursie, podpisany przez Twojego doradcę GESPEN.

Wymagania dotyczące drużyn

Drużyna powinna składać się z uczestników kursu GESPEN i/lub uczestników kursów z dowolnej Instytucji Partnerskiej. Konkurs jest zarazem przygodą edukacyjną dla uczestników kursu, jak i potencjalnym punktem startowym dla uczestników kursu, którzy faktycznie chcą założyć własne przedsiębiorstwo.

Zachęcamy uczestników kursu GESPEN do wspólnej pracy z uczestnikami kursów innych ośrodków edukacyjnych oraz z uczestnikami kursu z innych Instytucji Partnerskich. Zachęcamy także uczestników kursu do współpracy z przedsiębiorcami, naukowcami i liderami z branży, którzy mogą mieć dla nich interesujące pomysły.

Zdecydowanie zalecamy, żeby drużyny składały się z minimum trzech członków. Zaznaczamy, że każda drużyna musi zawierać CO NAJMNIEJ JEDNEGO CZŁONKA KURSU GESPEN z lokalnej instytucji.

Uczestnicy kursu mogą być członkami jednej lub dwóch drużyn. Jednak doświadczenie uczy, że uczestnicy kursu powinni się ograniczyć do współpracy w ramach jednej drużyny, z dwóch co najmniej powodów:

- 1) aby uniknąć jakichkolwiek – prawdziwych czy urojonych – konfliktów interesu pomiędzy potencjalnymi przedsiębiorstwami;
- 2) aby uniknąć oskarżeń o brak zaangażowania dla konkretnego biznesplanu.

Wymagania dotyczące pomysłu na biznes

Zadaniem Konkursu Biznesplanów jest nauczenie uczestników kursu konkretnych umiejętności, które będą im potrzebne, jeśli zamierzają w przyszłości wykorzystywać okazje na zostanie przedsiębiorcą. Z tego względu większość pomysłów zgłoszonych do konkursu to pomysły na nowy biznes.

Wymagania dotyczące doradcy GESPEN

Każda drużyna musi mieć swojego doradcę GESPEN. Kiedy drużyna składa swoje zgłoszenie, musi dołączyć do niego formularz potwierdzony przez doradcę GESPEN z podpisem członka GESPEN, który zgodził się doradzać drużynie.

Zgodność z wartościami i zasadami współzycia społecznego

Jako członkowie Społeczności GESPEN, uczestnicy kursu zobowiązują się do przestrzegania wspólnych wartości – szacunku dla innych, uczciwości i rzetelności oraz odpowiedzialności za własne poczynania.

Zgodnie z naszą polityką antyplagiatową, jeśli jakiś biznesplan zostanie przesłany do więcej niż jednej Instytucji Partnerskiej jako część pracy lub nie jest oryginalną pracą, projekt będzie zdyskwalifikowany, a uczestnicy kursu mogą zostać poddani dalszym działaniom dyscyplinarnym.

Terminy

1. Formularz zgłoszeniowy

Aby zgłosić się do konkursu trzeba wypełnić formularz zgłoszeniowy *on-line* lub w wersji papierowej (każdy partner projektu może określić rodzaj formularza).

2. Ostateczne zgłoszenie planów

Każdy partner projektu może dowolnie określić treść zgłoszonych planów.

Prezentacje na żywo

Wszystkie drużyny Konkursu Biznesplanów GESPEN zostaną poproszone o zaprezentowanie swoich pomysłów przed jury. Szczegóły zostaną ogłoszone w trakcie trwania Konkursu.

Runda finałowa i prezentacja zwycięskich drużyn

Biznesplany półfinalistów zostaną przekazane jury rundy finałowej składającemu się z wybitnych przedsiębiorców i inwestorów z sektora *Venture Capital*. Spośród półfinalistów zostaną wyłonieni finaliści - wyłącznie na podstawie zgłoszonych biznesplanów. Trzech finalistów zaprezentuje swoje pomysły jury, a następnie podczas Gali Nagród.

Nagrody

1. Pierwsza nagroda

Dyplom podpisany przez każdą z Instytucji Partnerskich Projektu GESPEN oraz nagroda specjalna sponsorowana przez Instytucje Partnerskie Projektu GESPEN.

2. Druga i trzecia nagroda

Dyplom podpisany przez Instytucje Partnerskie Projektu GESPEN oraz specjalna druga/trzecia nagroda sponsorowana przez Instytucje Partnerskie Projektu GESPEN.

Każdy uczestnik konkursu dostanie certyfikat udziału.

Każda Instytucja Partnerska Projektu GESPEN może sama zdecydować jaki rodzaj nagrody przyznać.

Jury/ kryteria oceniania

Biznesplany zostaną ocenione przez komisję złożoną z profesjonalistów z różnych branż, w tym inwestorów związanych z funduszami VC i przedsiębiorców. Celem pierwszej rundy konkursu jest wyłonienie mniejszej grupy „półfinalistów”.

Członkowie jury będą poproszeni o to, by oceniać biznesplany na podstawie prawdopodobieństwa, że przedsiębiorstwo założone na ich podstawie będzie mogło efektywnie funkcjonować lub - w przypadku przedsięwzięcia innego rodzaju - prawdopodobieństwa, że wpłynie ono istotnie na poprawę funkcjonowania istniejącego przedsiębiorstwa.

Na te aspekty wpływ będą miały takie czynniki, jak:

- 1) jasność i potencjał szansy rynkowej określonej w biznesplanie oraz siłę argumentacji drużyny, że ich produkt/usługa zaspokajają określoną potrzebę;
- 2) ogólna ocena potencjalnego zysku w stosunku do poniesionego ryzyka;
- 3) czy określona strategia jest odpowiednia aby wykorzystać daną szansę,
- 4) racjonalność określonych w planie źródeł finansowania działalności;
- 5) zdolność drużyny do faktycznego zrealizowania planu.

Należy podkreślić, że pomimo nazwy „Konkurs Biznesplanów”, w rzeczywistości chodzi o wartość komercyjną zaproponowanego przedsięwzięcia. Jury ocenia plany nie jako dokumenty, ale jako wizje możliwego przedsięwzięcia; w związku z tym skupia się na pomysle, na prawdopodobieństwie odniesienia sukcesu rynkowego w oparciu o plan i doświadczenie drużyny.

Jury będzie oceniać propozycje także pod względem ich potencjału wytworzenia wartości dodanej, chociaż jego członkowie zostaną wyraźnie pouczeni, by nie kierować się typowym dla inwestorów VC przywiązywaniem szczególnej wagi do skali przedsięwzięcia. Chcemy zachować szanse tych osób, które pragną założyć niewielkie, samowystarczalne przedsiębiorstwo nie wymagające dużych nakładów kapitałowych (w związku z tym nie leżałoby w obszarze zainteresowań typowego funduszu VC).

W konkursie GESPEN nagrodę może otrzymać także najlepszy „specjalny” biznesplan, jeśli plan ten nie znajdzie się wśród laureatów. Nagroda taka jest przewidziana dla innowacyjnych biznesplanów, które wymagają mniej kapitału i są przeznaczone dla mniejszego segmentu rynku niż bardziej tradycyjne przed-

siewzięcia oparte na technologii, które są najczęściej finansowane przez fundusze VC. Aby zostać zakwalifikowanym jako plan „specjalny” należy udowodnić, że opisane przedsięwzięcie może przynieść zyski przy inwestycji kapitału własnego, nieprzekraczającej 2500 euro. Jeśli plan „specjalny” zostanie laureatem konkursu nie otrzyma on tej nagrody. Jeśli znajdzie się wśród finalistów, otrzyma wyróżnienie, ale żadna dodatkowa nagroda nie zostanie mu przyznana. Jury może podjąć decyzję o nie przyznawaniu tej nagrody.

Najczęściej zadawane pytania

- 1) Kto może wziąć udział w Konkursie?
- 2) Jestem z innej, nieformalnej instytucji edukacyjnej (np. Uniwersytetu Trzeciego Wieku), a chciałbym wziąć udział w konkursie. Co mogę zrobić?
- 3) W jaki sposób będę otrzymywał informacje o konkursie przez resztę roku?
- 4) W jaki sposób mogę znaleźć partnerów do drużyny?
- 5) Jaką rolę spełnia doradca GESPEN?
- 6) Jakie inne formy wsparcia są dostępne?
- 7) Jak mogę chronić poufność własności intelektualnej?
- 8) Jak podzielone zostaną nagrody?
- 9) W jaki sposób mogę rozpoznać doradcę GESPEN, który będzie zainteresowany doradzaniem mojej drużynie przy tworzeniu planu?
- 10) Kim są członkowie jury? Czym się zajmują?
- 11) Co zrobić jeśli nie mam pomysłu na biznesplan, ale chcę uczestniczyć w organizacji Konkursu?

Kto może wziąć udział w Konkursie?

Wszystkie drużyny mogą wziąć udział, o ile mają w składzie chociaż jednego uczestnika kursu GESPEN.

Jestem z innej nieformalnej instytucji edukacyjnej (np. Uniwersytetu Trzeciego Wieku), a chciałbym wziąć udział w konkursie. Co mogę zrobić?

Osoby spoza projektu GESPEN, które chcą wziąć udział w konkursie, muszą odnaleźć drużynę GESPEN zorganizowaną przez co najmniej jednego członka kursu GESPEN. Można tego dokonać ogłaszając się na grupie dyskusyjnej nt. tworzenia drużyn lub kontaktując się z uczestnikami kursu.

W jaki sposób będę otrzymywał informacje o konkursie przez resztę roku?

Uczestnicy powinni zajrzeć na stronę Konkursu Biznesplanów. Pytania można zadawać bezpośrednio liderom projektu.

W jaki sposób mogę znaleźć partnerów do drużyny?

Obecni uczestnicy kursu GESPEN mogą odszukać inne drużyny i członków drużyn projektu GESPEN w Sieci Przedsiębiorców GESPEN na Pbwiki.com. Jeśli masz pomysł, ale szukasz nowych członków swojej drużyny, to możesz zarejestrować się na tej stronie i podzielić się profilem swojego przedsięwzięcia, tak żeby inni mogli Cię odszukać. Jeśli nie masz pomysłu, a chcesz dołączyć do drużyny, możesz zarejestrować swój profil osobowy, tak żeby osoby, które posiadają pomysł na biznes mogli Cię odnaleźć.

Zarówno uczestnicy kursu GESPEN, jak i osoby z zewnątrz mogą odnaleźć drużyny lub członków drużyn na stronie internetowej GESPEN.

Jaką rolę spełnia doradca GESPEN?

Każda drużyna musi posiadać doradcę GESPEN. Doradca GESPEN będzie aktywnie uczestniczył przez cały okres opracowywania biznesplanu i będzie odpowiedzialny za zatwierdzanie wszystkich podań o fundusze oraz ciągle sprawdzanie i opracowywanie planu. Doradcą GESPEN może być dowolny członek Instytucji Partnerskiej Projektu GESPEN.

Jakie inne formy wsparcia są dostępne?

Poza usługami doradcy GESPEN oferujemy cykl warsztatów związanych z Konkursem. Zaliczają się do nich praktyczne seminaria typu „jak to zrobić?”, dotyczące różnych aspektów biznesplanu, okazje stworzenia sieci kontaktów z innymi przedsiębiorcami oraz forum, na którym testowane będą koncepcje biznesplanów (dzięki temu będzie można otrzymać informację zwrotną). Pełny harmonogram można znaleźć w Kalendarzu Konkursu.

Jak mogę chronić poufność własności intelektualnej?

Jeśli obawiasz się, że w trakcie opracowywania planu mogą wystąpić istotne problemy związane z poufnością, powinieneś z góry wypracować szczegółowe porozumienie z członkami swojej drużyny.

Chociaż dołożymy wszelkich starań by zapewnić poufność każdego zgłoszenia, to jednak - jeśli istnieją obawy o poufność najbardziej wrażliwych informacji - sugerujemy, by nie umieszczać ich w zgłoszonym planie. Należy jednak pamiętać, że wszystkie drużyny będą prezentowały swoje biznesplany na forum publicznym. Przedsięwzięcie zostaną wszelkie – w granicach rozsądku – środki, by zachować poufność własności intelektualnej związanej z Konkursem i wprowadzonej do Konkursu. Członkowie Projektu GESPEN oraz organizatorzy Konkursu Biznesplanów GESPEN nie biorą ponad to żadnej odpowiedzialności za ochronę własności intelektualnej ani innych praw uczestników. Za ochronę tych praw odpowiedzialny jest każdy z uczestników. Nakłaniamy uczestników

do oznaczenia tych części swoich zgłoszeń, które uważają za poufne, klauzulą „POUFNE”.

Jak podzielona zostanie nagroda?

Po pierwsze, zwycięska drużyna otrzyma nagrodę określoną przez każdego z organizatorów Konkursu Biznesplanów w każdym kraju. Drużyna, która otrzyma nagrodę będzie mogła w dowolny sposób zainwestować lub inaczej wykozyszczyć wygraną. Organizatorzy Konkursu nie będą mieli wpływu – ani z własnej woli, ani na życzenie laureatów – na decyzję co do wykorzystania wygranej.

W jaki sposób mogę znaleźć doradcę GESPEN, który będzie zainteresowany doradzaniem mojej drużynie przy tworzeniu planu?

Istnieją następujące możliwości:

- 1) uczestnicy kursu mogą sprawdzić życiorysy i zainteresowania naukowe swoich nauczycieli na stronie GESPEN i przedstawić swój pomysł odpowiednim wykładowcom/trenerom;
- 2) uczestnicy kursu mogą się skontaktować z lokalnym koordynatorem GESPEN lub osobą kontaktową w swojej Instytucji.

Kim są członkowie jury? Czym się zajmują?

Członkowie jury będą pochodzili z różnych branż i będą mieli różne doświadczenie. Wśród nich znajdą się inwestorzy VC, prawnicy, księgowi, absolwenci GESPEN, przedsiębiorcy, inni profesjonaliści i eksperci, konieczni dla zrozumienia komercyjnej opłacalności pomysłu na biznes.

Co zrobić jeśli nie mam pomysłu na biznesplan, ale chcę uczestniczyć w organizacji Konkursu?

Pytania można kierować do grupy organizacyjnej. Zachęcamy uczestników kursu, by wzięli w niej udział. Uczestnicy kursu mogą pomagać innym osobom kiedy zechcą i nie będą do niczego długoterminowo zobowiązani.



Education and Culture DG

Lifelong Learning Programme



Generating the spirit of entrepreneurship in young adult Europeans

Grundtvig learning partnerships project

Table of contents

Introduction	105
1. Motivation and analysis of methodology Generating the spirit of entrepreneurship in young adult Europeans	107
2. Educational programme for generating the spirit of entrepreneurship in young adult Europeans	113
3. Methodical material	117
3.1. Methodical material for development of interpersonal skills.	117
3.2. Methodical material for development of communication skills	131
3.2.1. How to present yourself?	132
3.2.2. How to talk with a client?	135
3.2.3. How to recognize a client?	136
3.2.4. How to effectively oppose?	137
3.2.5. How to collect information?	138
3.2.6. Practical work. Self-recognition, estimation of entrepreneurship and potential	139
3.3. Job hunting hints, orientation in changing labour market	142
3.3.1. Job Hunting Techniques	142
3.3.2. Main rules and requirements in job search	151
3.3.3. Career options	153
3.3.4. Researching your career choices	155
3.3.5. Assessing your abilities	157
3.3.6. Guidelines for the job interview	159
3.3.7. Practical work. CV construction and filling of other documents	161
3.4. Methodical material for training on basic skills in computing	164
3.4.1. Using the computer	164
3.4.2. Word application	166
3.4.3. Communication and computers	168
3.5. Methodical material for business environment assessment, for business start-up and development	172
3.5.1. Business success	172
3.5.2. Contract job and self employment	174
3.5.3. Business ideas and partners	175
3.5.4. Concept of the business project	178
3.5.5. Core of the business project	181
3.5.6. Requirements for preparing a business project	181
	103

3.5.7. Contents of a business project	183
3.5.8. Preparation and presentation of a small project	186
3.6. Materials for competition of business plans	187

Introduction

According to the data of the Statistical Office of the European Communities, unemployment rate in EU is 17,1% for persons younger than 25 years, while this rate is 7,0% for persons having 25 years and older. Official reports show that youth unemployment becomes bigger and bigger social problem. It has long-term negative consequences as it occurs at the beginning of a person's working life: not only does the person suffer from a lack of income, but they also miss opportunities for skills development. Youth unemployment often is associated with rising crime and the emergence of an underclass with its own subculture and rules.

The project „Generating the spirit of entrepreneurship in young adult Europeans” aims to generate/reinforce the spirit of entrepreneurship in young adults. The project seeks to develop a new modern form of attracting young people, guiding them to increase their sense of initiative and entrepreneurship and spreading the idea that young unemployed Europeans can become self-employed. Project partners will develop modern methodology of attracting, teaching and advising young people, especially the ones from vulnerable social groups and in marginal social contexts. The methodology has been tested in different countries and generalises experience of various communities.

The project was realised, with support from the European Commission, within the Grundtvig programme, in 2008 -2010, by the following partners:

- Elektrėnų profesinio mokymo centras – Lithuania(project leader).
- Wyższa Szkoła Ekonomii i Administracji in Bytom - Poland
- Wyższa Szkoła Ekonomii i Prawa w Kielcach - Poland
- Asociación de servicios a empresas y actividades diversas de Madrid - Spain
- Office for Vocational Education – Greece
- Kahramanmaraş Anatolian Technical vocational High School(KATEM) – Turkey
- Arber Enterprises Ltd. – United Kingdom
- Eurogems Aps - Italy
- Alta Diferença, Formação Profissional e Consultoria Organizacional, Crl - Portugal

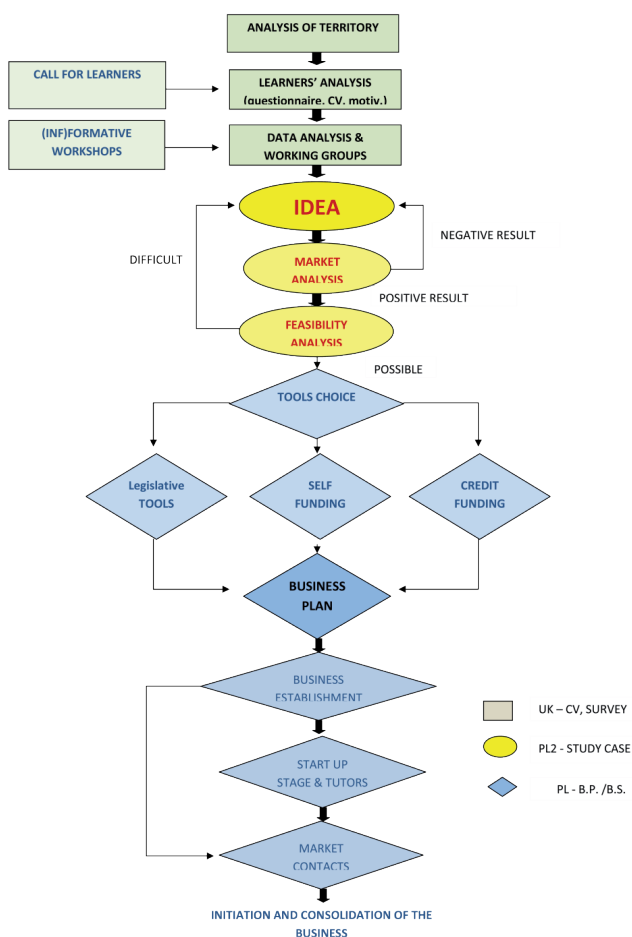
Coordinator of the project was Ms. Bronė Vilutienė.

1. Motivation and analysis of methodology Generating the spirit of entrepreneurship in young adult Europeans

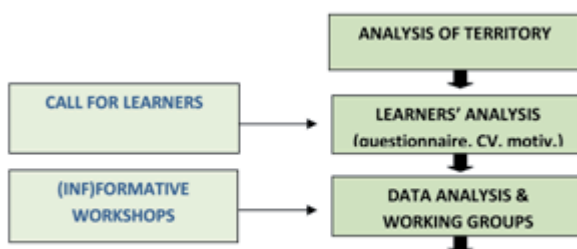
Generating the spirit of entrepreneurship in young adult Europeans is a project gathering a partnership of diverse and non homogenous organisations. In fact, partners' organisations have different expertises in different fields and while a school can clearly and easily skip the beneficiaries recruiting stage, since they already are within their institutions, other partners organisations as NGOs or private bodies, would need a sort of procedure and/or criteria in order to contact project's end users. Therefore, pursuing a local territorial analysis, via official and unofficial tools, or carrying out a SWOT Analysis afterwards, could represent an option for those who do not have their beneficiaries within their own organisation.

Moreover, any stage of this procedures can be seen as optional and thus skipped. This procedure is to represent only an example of how the methodologies can be linked with one another. Each partner, according to their own project's tasks and needs, will use the best fitting part of the procedure flow.

In the flow chart below the whole project methodology path has been drawn and it can serve as an useful example to follow while teaching and fostering young adults living in Europe and willing to establish a self-managed and independent business, yet deploying different ideas of self employment. It has been built using all partners' contributions and direction.

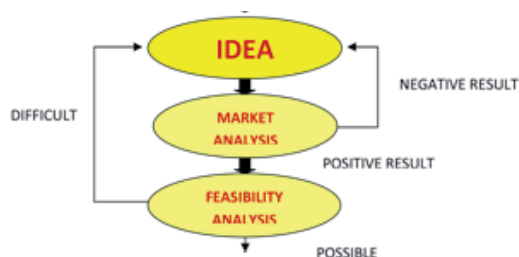


1. First Stage: How to catch the interest and involve the project's end users and beneficiaries (optional)



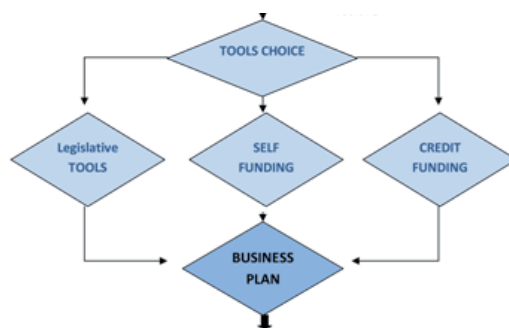
Task description	Tools
The first stage of the work, which every organisation can undertake before starting the actual project, is analysis of data obtained from official and unofficial sources of information. This can be achieved both through analysis of statistical data from the local official bodies (e.g. Chambers of Commerce) and gathering information from potential candidates, using questionnaires and interviews, in order to match the two different sources of information. - Optional	Official public data, surveys vs. interviews, questionnaires
Then information can be processed using different manipulating techniques. - Optional	SWOT analysis
When the scenario is clear, a „Call for learners“, tailored ad hoc for the chosen target group of young potential entrepreneurs, can be issued, using different types of advertisement techniques such as: - Optional	Newspapers ads Booklets Leaflets Web ads Calls exhibited in public offices (e.g. job centres), universities, other schools
Once all the candidates have applied for the project, a selection process is applied, in order to select the most motivated ones. - Optional	Questionnaires CV Analysis of background / education / experience Aspirations seminars Motivations seminars IT seminars Evaluation tests for entrepreneurial skills
Data analysis & working groups Creation of working groups (study case approach). - Optional	Data processing Statistics and graphs Data analysis Data aggregation
When the group(-s) is selected, workshop(-s) can be organised. Workshop(-s) should provide learners with the basics of business methodology together with a wider picture of what it means to start a business beginning with a project or an idea. - Optional	Workshops can be held in split and smaller groups, discussions should be carried out during classes held by specialists. Important issues to be discussed can be: Development of communication and collaboration skills Successful business stories Contract job and self-employment Business ideas and partners Core of the business project Requirements to prepare a business plan Content of a business project

2. Second Stage: How to process workshop activities. (optional)



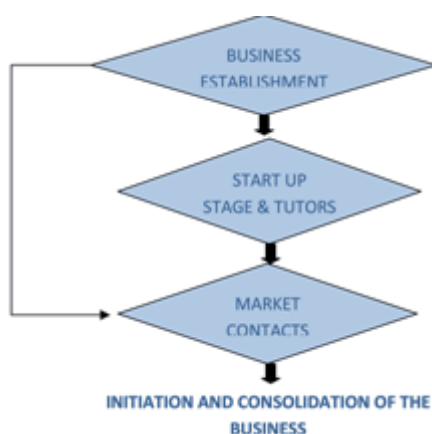
Task description	Tools
Idea of Enterprise or Business Learners are now asked to make an overview of different ways of developing a business, starting from an idea (whether a new one or not). - Optional	Workshops dealing with Study case methodology Developing, definition and analysis of the idea Case study classroom Case study class Debriefing class
Market analysis Learners will be provided with examples of business implementations and tools for navigating the markets. - Optional	Study case methodology Market analysis Customers analysis Analysis of possible competitors
Feasibility Study Feasibility studies of the learners' ideas are carried out. Particular care is given to economical and financial analysis. - Optional	Market feasibility study of the idea: Technical feasibility analysis Economical feasibility analysis Financial feasibility analysis

3. Third Stage: Drawing a realistic economic scenario suitable for development of the proposed business plan (optional)



Task description	Tools
Choosing the tools Business simulation, choosing easily reachable, appropriate, legal and economical activities. - Optional	Assisted Laboratories Active assistance will be given by specialists to learners with regards to: Legal subjects Self-funding External funding - credit access issues
Legislative measures will be first presented and afterwards matched to the business idea, to check the possible outcome and possible scenarios. - Optional	Assisted Laboratories Choice of legal forms (e.g. limited liability company, cooperative, one-person company) Relationships between members of management (human resources management) Laws, rules and regulations
In the same way as above, ideas will be put on trial, using different economic supporting tools. - Optional	Assisted Laboratories Self Funding Evaluation of own resources Evaluation of self-funding Credit funding Available funding in the local area Available funding for the developed idea Funding access Guarantees
At the end of the fifth day of assisted laboratories, a learner's business idea should be ready enough to be converted into a business plan - Optional	Assisted Laboratories Cover sheet Describing your business Describing your invention goods Describing your location Marketing plan Preparation and presentation of a business project

4. Fourth Stage: New Business Starting up (optional)



Task description	Tools
Stage & Tutoring Learners, before launching their new enterprise have a period of “working stage”, hosted by a real and well established company close to the kind of business they are going to start. - Optional	Working stages hosted by companies Tutoring
Establishing the Business The operational stage, where learners check in the outside world the actual operations of an organisation. They will be assisted all way long. - Optional	Assisted laboratories Strategic planning Operational strategy Organisation of production Organisation of human resources management Verification of economic and financial feasibility Analysis of the performance rates
Business consolidation Managing the business, verifying what needs to be done for implementation of the business idea, using all the training learners have been provided with so far - Optional	Assisted laboratories – the real world Initiation of business Business’ consolidation

2. Educational programme for generating the spirit of entrepreneurship in young adult Europeans

Substantiation and analysis of programme

In changing economic, political and technological environment it is ever more important to learn how to become enterprising. Entrepreneurship helps people adapt to rapidly changing world.

Market economy raises essential requirements for citizens: they should have initiative, be able to compete in labour marketplace, have knowledge how to start their businesses and adapt to ever changing environment.

We are witnessing significant financial crisis and economic recession in the Western world. Economic recession affects people in different countries

Economists declare that this critical situation requires new ideas and innovative business solutions. Thus, this time is really favourable for young people, because they are more creative, innovative, brave and flexible. However, statistics show that young people, despite their potential, are in a disadvantaged situation. According to the data of the Statistical Office of the European Communities youth unemployment is almost 3 times bigger than unemployment of older age groups. Young people in many cases are not given an opportunity to use their creativeness and flexibility.

For this purpose we need to develop people's entrepreneurship, helping not only in becoming an employee sought by employers, who is ever raising his qualifications, adapting innovation, able to solve problems, communicate etc, but also ready to create new jobs by establishing his own business.

Development of entrepreneurship is an investment in person, enhancing his human capital which is vitally important in expanding economic activity of the society and in the development of SMEs. Neither natural resources, material capital, nor physical effort are enough in creating high performance market.

In market economy, entrepreneurship becomes one of most important functions of the vocational qualifications improvement system.

Definition of the programme

Entrepreneurship development programme designed for informal adult education - for development of entrepreneurship skills of young adults

Entrepreneurship development according to this programme is oriented to the development of individual trainee skills.

Everyone needs entrepreneurship abilities in order to successfully manage one's affairs, striving to better avail of one's resources, in order to find placement in competitive labour market or trying to retain current job.

Entrepreneurship is inherent and achieved skills of a person. That is:

1. Belief in own success and trying hard in achieving set goals. To achieve that skill we have to develop a future-oriented person, optimist, striving to carry out tasks, self-confident, persistent and committed to his work.
2. Desire to be independent. This is the ability to make independent decisions, express one's opinion, ability to work independently and to like non-traditional decisions.
3. Drive and determination. This is the ability to avail of given opportunities, disregard one's destiny, to create success on its own believing that one is the master of one's fate.

Development of entrepreneurship according this programme is based on active, independent activity of the trainee, which induces reasoning and action.

Aims of programme for generating the spirit of entrepreneurship in young adult Europeans

- To develop entrepreneurship of the participants: independence, creativity, initiative, strive for established goals and belief in one's success
- Teach concerned people how to evaluate one's abilities to participate in business or to start one.

Objectives of programme for generating the spirit of entrepreneurship in young adult Europeans

- Help recognize one's capabilities and possibilities to develop them
- Teach how to present oneself
- Define one's lifetime needs
- Supply with knowledge and hands-on skills needed for employment.
- To open a communicative path so to enhance their digital communicative skills
- To become more socialized, more informative so to confront the obstacles coming from the social representations
- To see the ICT use as a solution to real life problems
- Fill in the placement documents
- Construct one's CV
- Teach proper communication and collaboration
- Develop team working skills
- Train how to prepare a business plan
- Train how to introduce a business plan (how to be in competition)

Study plan (contents) of programme for generating the spirit of entrepreneurship in young adult Europeans

Chapters and topics	Hours, total	Hours, theory	Hours, practise
Development of interpersonal skills.	8	4	4
1.1. Psychical characteristics of the individual and their manifestation in life and vocational activity 1.2. What is entrepreneurship? Why is it beneficial to be entrepreneurial? 1.3. Formation of self-evaluation 1.4. Reinforcement of self-confidence 1.5. One's personality development milestones			
2. Development of communication and collaboration skills.	8	4	4
2.1. How to present yourself? 2.2. How to talk with client? 2.3. How to recognize a client? 2.4. How to effectively oppose? 2.5. How to collect information? 2.6. Practical work. Self-recognition, estimation of entrepreneurship and potential.			
3. Training on use of information and communication technologies (programme for basic skills in computing).	14	4	10
3.1. Using the computer 3.1.1. Open & shut down the computer 3.1.2. Desktop 3.1.3. Test 3.2. Word application 3.2.1 Opening a word application 3.2.2. Formatting a word application using bars 3.2.3. Saving files 3.2.4. Making a folder when saving 3.2.5 Opening a file which already exists 3.3. Communication and computers 3.3.1. Write an e-mail message – send it now 3.3.2. Write an e-mail message – send it later 3.3.3. Send an e-mail in a hurry 3.3.4. Attach a file to an e-mail message			
4. Job hunting hints, orientation in changing labour market.	10	4	6
4.1. Ways of finding placement. 4.2. Main rules and requirements in job search. 4.3. Guidelines for the job interview 4.4. Practical work. CV construction and filling of other documents.			
5. Business environment assessment. Business start-up and development.	12	4	8

5.1. Business success.			
5.2. Major differences - contract job and self-employment.			
5.3. Development of team working skills			
5.4. Search for business ideas and partners.			
5.5. Concept of the business project			
5.6. Core of a business project and its importance			
5.7. Main requirements for writing a business project			
5.8. Contents of a business project			
5.9. Hands-on job: preparation and presentation of a small project, evaluating one's entrepreneurship capabilities.			
6. Competition of business plans.	8	-	8
Total:	60	20	40

Evaluation, predictable results of the programme

Upon finishing the development course, the participant is able to:

- measure his need and capabilities;
- present himself;
- successfully look for new job opportunities;
- fill in the necessary job-related paperwork;
- evaluate opportunities to start a business;
- analyze business environment;
- properly communicate and cooperate;
- explore market conditions;
- prepare and present a business plan.

Qualification of the course:

- folder with the collection of independent work;
- presentation of the business plan;
- competition of business plans.

Certificates are issued upon the completion of the entrepreneurship development courses.

Material resources needed

1. Management room.
2. List of technical educational means and equipment:
 - Dictaphone
 - (Multimedia) projector
 - CD/tape recorder/player
3. Self-study material
4. Individual assignments
5. Tests
6. Graph-sheets

3. Methodical material

3.1. Methodical material for development of interpersonal skills.

General objectives:

- Enabling and developing self-awareness and personal and social development in order to adopt the characteristics appropriate to the behavioural profile of the entrepreneur;

Do the practical training in the structuring and establishment of a Project Life;

- Enable the development of personal skills, necessary for the development of any enterprise;

- Develop self analysis and improve the knowledge of himself and consequently an improvement in establishing and maintaining effective interpersonal relationships;

- Help yourself to reinforce the self-confidence and self esteem, to issues essential to the establishment of efficient and effective interpersonal relationships

Human factor

„There is no one rich or poor who have not helped himself to become such”

– German proverb

Did you ever ask yourself why there are such blessed people who seem to be protected by the divine soul? What do those people have that others don't? Is that some kind of mystical charm, or something ordinary, terrestrial?

How to know who you are and what you want from life?

Here is the key to a prospect businessman success – can you foresee how you will react to stress and success? Most of fortunate people can.

What is driving you?

Psychologists say that in order to embody your goals, you have to recognize what you are: your strengths, weaknesses, and your potential to avail of opportunities.

Whatever you dream of doing, you have to remember that traits of your character will be very important on your way to success. Your habits, attitude to life, standpoints – that's the baggage which you carry along. So before start make sure you find some time to learn what you are.

I will tell you a story about Mr Rodger, who upon losing his job borrowed some money from his parents to start new business. No later than one year has passed, the sheriff locked his office door.

Only later did Rodger understand that his motivation to start business was emotional necessity to prove his former employer that he was wrong firing him, rather than challenges and freedom to act in his business.

You have to find yourself something that drives you. Are you determined, or just straying in your life in hope that miracle will bring you fortune and glory? Are you in the crowd or on stage? Are you leading people or following from behind? You want raise or comfort? Success is yours only when you determine your desires and driving forces.

Art of managing emotions. Starting and managing business is far from easy undertaking. It's full of problems and challenges, and it's only upon you how you will cope with and control your emotions. This will define whether you'll catch success or fail.

Before you start coping with pile of problems, you have to assess your potential to manage them. Do not wait until problem possesses you being not sure you could handle it. Knowing yourself is understanding how you should behave and react in possibly all situations: pleasant and not. For instance, I thought I could easily handle difficulties but after failures I concluded otherwise. I realized that successful result of managing problem depends upon my capabilities to handle myself.

Your success will follow your activity – right activity. Should you learn yourself, you will gain inner feeling how to react to challenges and rewards.

What kind of person do you see yourself? Complete the test by answering following questions:

1. Do you understand the motives of your behaviour, or you are being guided by impulses? Impulsive actions could bring you failure in your business.
2. Do you want something because others already have it? Are your needs based on reality? Envy doesn't contribute to successful business and rational behaviour.
3. Do you know what it means to be a leader? Do you understand management responsibility?
4. Do you tolerate diversity in opinions? Or are you developing those differences before the dispute to prove later that you are right? It's not a good feature of yours as a manager.
5. Are you able to bear the confrontation? Or are you saying "Yes" when you think "No"? Success in business is saying "No" even when it's no good for your business success.
6. Is it needed that someone glorifies your success to suffice your ego? If so, this shows the lack of your safety.
7. Can you share? Or do you need all marble in the world to feel important? Team-work, not monarchy is the basis of successful business.
8. Are you able to take decisions? Or are you afraid to make a mistake? Fear supports delay and could lead to failure.

9. Do you accomplish what you set for? Or do you expect that “this will solve for itself”? Lack of additional means is typical example of a poor job.
10. Do you give up easily? If so, you may miss opportunities.
11. Do you seek for the most direct way to success, by forgetting honesty and efforts? The shortest way, looking for long-lasting success, leads to failure.

Is any of the questions relevant to you? If so, you already have the first assignment.

Self-analysis – less painful. Reaching what you want in life is knowing why you do now that what you do.

What leads you to victories or self-destruction? We will make first step to success when we discover hidden powers of our personality.

You’ll understand that self-analysis is a lot less painful than failure.

Name: _____

Date: ____/____/____

FIRST PART

- Based on your life experience, analyse your Strong and Weak Points in compared to the Entrepreneur Behaviour Characteristics. (exercise 2)

1 – Search for opportunities and initiative

- For things before is asked or before is forced by circumstances.
- Act to expand the business to new areas, products or services.
- Cease unusual opportunities to start a business (to obtain funding, equipment, premises or help).

☐ Strong Point

☐ Weak Point

- How do you intend to improve these attitudes? (Be as specific as possible)

2 – Tasking /running calculated risks

- Evaluate alternatives and deliberately calculates risks.
- Act to reduce risks or to control the results.

- Put yourself in a position which implies challenges or moderate risks.

- ☐ Strong Point
- ☐ Weak Point

- How do you intend to improve these attitudes? (Be as specific as possible)

3 – Demand of quality and efficiency

- Finds a way of doing things better, faster or in a more economical way.
- Acts in a way as to do things which satisfy or exceed patterns of excellence.
- Develops or uses procedures to ensure that the work is finished in time or fulfils previously determined quality standards.

- ☐ Strong Point
- ☐ Weak Point

- How do you intend to improve these attitudes? (Be as specific as possible)

4 – Persistence

- Acts when you confronted with a considerable obstacle
- Acts repeatedly or changes strategy in order to face a challenge or overcome an obstacle.
- Assumes personal responsibility for the necessary performance to reach aims and goals.

- ☐ Strong Point
- ☐ Weak Point

- How do you intend to improve these attitudes? (Be as specific as possible)

5 – Commitment

- Makes a personal sacrifice or extra effort to complete a task.
- Cooperates with co-workers or takes their place, if necessary, to finish a task.
- Does her/his best to keep the clients satisfied and places good will in the long run instead of, good will on the short run.

☐ Strong Point

☐ Weak Point

- How do you intend to improve these attitudes? (Be as specific as possible)

6 – Search of information

- Commits personally to obtaining information from clients, suppliers or competitors.
- Researches personally how to manufacture the product or supply the service.
- Consults specialists in order to obtain technical or commercial advice.

☐ Strong Point

☐ Weak Point

- How do you intend to improve these attitudes? (Be as specific as possible)

7 – Setting of goals

- Establishes aims and goals which are challenging and have personal meaning.
- Defines long term goals in a clear and specific way.
- Establishes measurable short term goals.

- ☐ Strong Point
- ☐ Weak Point

- How do you intend to improve these attitudes? (Be as specific as possible)

8 – Systematic planning and monitoring

- Plans through the breaking-up of large tasks into smaller tasks with defined deadlines.
- Revises constantly her/his plans taking into account the obtained results and circumstantial changes.
- Keeps financial records and uses them in order to make decisions.

- ☐ Strong Point
- ☐ Weak Point

- How do you intend to improve these attitudes? (Be as specific as possible)

9 – Persuasion and networking

- Uses deliberate strategies to influence or persuade others.
- Uses key-people as agents in order to achieve her/his goals.
- Acts to develop and maintain commercial relationships.

- ☐ Strong Point
- ☐ Weak Point

- How do you intend to improve these attitudes? (Be specific as possible)

10 – Independence and self-confidence

- Seeks autonomy from norms and control from others.

- Maintains her/his viewpoint even when facing strong opposition or initial disappointing results.
- Expresses confidence in her/his own capacity to complete a difficult task or to face a challenge.

☐ Strong Point

☐ Weak Point

- How do you intend to improve these attitudes? (Be as specific as possible)

SECOND PART

- After analysing your Strong and Weak Points, choose the 3 (three) EBC – Entrepreneur Behaviour Characteristics in which you would like to focus your attention in order to improve:

EBC

N°1

-

EBC

N°2

-

EBC

N°3

-

Name: _____

Date: ____ / ____ / ____

Why is planning important?

It is said that „when one does not know where one is going, any path will take you there”.

The successful entrepreneur defines where she/he is going in very specific terms. The „Entrepreneur’s Planning Guide” has been developed to help you formulate specific goals, objectives and plans.

Research shows that when someone formulates a goal clearly and in writing, there is a 60% bigger chance that the goal is achieved and the established aims reached.

This „Entrepreneur’s Planning Guide” includes:

- Guidelines to write contracts with yourself
- Definition of Goals
- Annual Planning
- Personal Contract

Guidelines to write „contracts” with yourself

1 – Put it in writing

Although it might seem strange, write it down. Writing a contract helps you to think clearly about your intentions. Besides, it is a way to commit yourself to the seriousness of the contract.

2 – Consider the benefits of fulfilling the contract

Write a contract with yourself even regarding something highly beneficial to yourself. The contract must have a very special meaning to yourself.

3 – Offer yourself a meaningful challenge

An over easy contract loses its value. An over difficult contract would be a self-defeat. If you cannot fulfil the contract, your self-confidence will diminish. If you face a significant challenge, when you fulfil the contract your self-confidence will have a boost.

4 – Make a contract for a determined period of time

If you try to make a contract „forever” or for the rest of your life, you will never be able to end it. The idea of writing a contract for a determined amount of time is to give yourself the opportunity to succeed. Your first contract with yourself should have the duration of a relatively short period: one day, one week, a month.

5 – Do not rush when making a contract

Every contract you will make should be one that you are truly motivated to fulfil.

6 – Make contracts about things you can see and measure, and be specific

Examples of inadequate contracts are those which establish that „I will get organised” or „I will be happy”. There is no way of determining if such a contract

was fulfilled. A specific measure of organisation could be „to maintain my work desk tidy” or „to place things back in their place after using them”.

7 – Whenever you can, write contracts in positive terms

Frequently, it is easier to think about things which you want to stop doing than in things you want to do. Although it might be more difficult to write your contract in positive terms, if you do it you will conclude that it will become easier to fulfil. For example, if you have been wasting lots of time chatting to friends on the internet, you could write a contract specifying the amount of time set aside for that purpose. One positive way of writing the same contract would be: „I commit myself to limit chatting online with friends to only one hour per day, next month”.

8 – Respect the terms of the contract during the specified period

The point of that is to prove to yourself that you can do what you set out to do. To break promises, including the ones made to oneself, might cause that you lose credibility to yourself. It is possible that you decide to abandon the behaviour established in the contract, after its termination. This is valid. One of the reasons to use this system is to give yourself the opportunity to experience different ways of self-conduct for a specific period of time.

9 – Share your contract with someone you respect and trust

Statements are very powerful weapons. Many times we are tempted to quit something and do not do it because there is someone who hopes we might do. We carry on because we want that person to respect us and feel proud of us. Besides, the mere declaration of a statement said out loud seems to increase the motivation of people to fulfil it. Pick a friend, relative or coach and share your contract, ask for her/his support to help you fulfil the terms of the contract.

Definition of goals

– Taking into account your 3 (three) chosen EBC – Entrepreneur Behaviour Characteristics in which you would like to focus your attention in order to improve (last exercise), define your **entrepreneur goals** for a year.

EBC N° 1 - _____

Objective 1: _____

EBC N° 2 - _____

Objective 2: _____

EBC N° 3 - _____

Objective 3: _____

Planning of activities

Objective 1: _____

Activity	Months												Responsible
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	

Planning of activities

Objective 2: _____

Activities	Months												Responsible
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	

Planning of activities

Objective 3: _____

Activity	Months												Responsible
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	

Personal contract

Based on my participation in the Project „Generating the Spirit of Entrepreneurship in young adult Europeans” the specific activities which I am committed to fulfil during the next days and weeks in order to improve my Entrepreneur Behaviour Characteristics are as follows (Be as specific as possible).

EBC N° 1 - _____

Specific activities: _____

EBC N° 2 - _____

Specific activities: _____

EBC N° 3 - _____

Specific activities: _____

I commit myself to reading this contract everyday (morning or night) for at least a month (30 days) after having concluded the Training Course I also commit myself to do everything within my reach to perform the activities I have described in this contract.

Place: _____

Date: ____/____/____

Signature: _____

Name: _____

Date: ____/____/____

This questionnaire contains fifty short statements. Please read **carefully** each statement and decide which one describes you the best. Be honest about yourself!

Rules to follow

1 – Select the number which fits best the statement:

1 = Never

2 = Rarely

3 = Sometimes

4 = Usually

5 = Always

2 – Please write the selected number in the brackets to the left of each statement.

3 – Some statements might be similar but none means the same.

4 – Please, choose a number for all statements.

5 – This questionnaire is constituted by different steps in sequence. Please read carefully all instructions.

Questionnaire

Self-evaluation of the entrepreneur behaviour characteristics

1 = Never
2 = Rarely
3 = Sometimes
4 = Usually
5 = Always

1. () I take the effort to do the tasks which must be done.

2. () When facing a difficult problem, I take a long time to find a solution.
3. () I finish my tasks in time.
4. () I get upset when things are not done properly.
5. () I prefer situations in which I can control to the maximum the final result.
6. () I like to think about the future.
7. () Whenever I start a new task or project, I collect all possible information before proceeding.
8. () I plan a large Project by dividing it in simpler tasks.
9. () I manage to make others support my recommendations.
10. () I trust I can be successful in any activity I choose to execute.
11. () I do what must be done without others having to ask me.
12. () I insist several times to make others do what I want.
13. () I keep the promises I make.
14. () My work outcome is better than that of those who I work with.
15. () I get involved with something new only after having done all that it is possible to ensure its success.
16. () I think it is a waste of time to worry about what I will do with my life.
17. () I search for advice from experts in my present field of activity.
18. () I consider carefully the advantages and disadvantages of the different alternatives before performing a task.
19. () I do not spend a lot of time thinking about how I influence other people.
20. () I change my opinion if others disagree strongly from my viewpoints.
21. () I like challenges and new opportunities.
22. () Whenever something comes between me and what I am doing, I persevere in my task.
23. () If necessary, I do not mind doing the work of others in order to keep a deadline.
24. () I get upset when I waste time.
25. () I consider my possibilities of success or failure before getting into action.
26. () The more specific my specifications are about what I want to achieve in my life, the bigger are my probabilities of success.
27. () I make decisions without wasting time, searching for relevant information.
28. () I take into account all the problems which might appear and I anticipate what I would do in case it happens.
29. () I rely on well connected people to reach my goals.
30. () When I do something difficult and challenging I am confident in my success.
31. () I prefer to do tasks that I master perfectly and in which I feel secure.

32. () When I am faced with serious difficulties, I quickly move to other activities.
33. () When I am doing a task to someone else, I make a special effort so that she/he is pleased with my work.
34. () I am never totally happy about the way things are done; I always think there is a better way of doing them.
35. () I perform risky tasks.
36. () I rely on a clear plan for my life.
37. () When I make a Project for someone I ask a lot of questions to ensure that I understood clearly what she/he wants.
38. () I face problems as they come instead of wasting time anticipating them.
39. () In order to achieve my goals I seek solutions which benefit everybody involved in a problem.
40. () The work I do is excellent.
41. () I take the risk of doing things different from those I did in the past.
42. () I have different ways of overcoming obstacles which come my way in order to achieve my goals.
43. () My family and my personal life are more important to me than work deadlines set by me.
44. () I find the quickest way of finishing tasks, at home as well as at work.
45. () I do things others find risky.
46. () I worry as much with reaching my weekly goals as reaching my yearly goals.
47. () I rely on several sources of information when looking for help to execute tasks and projects.
48. () If a certain method to solve a problem is not working, I try another.
49. () I can change the viewpoint of people who have firm convictions and opinions.
50. () I remain firm in my decisions even when others are strongly against them.

Evaluation of the questionnaire. Self-evaluation of the entrepreneur behaviour characteristics

1 – Write down the values which appear in the questionnaire according to the numbers in brackets. Make sure the numbers are in a sequence in the columns, i.e. that answer nr. 2 is immediately below the answer nr. 1 and so forth.

2 – Please, pay attention and do the respective adding up in each line so that you can complete the score of each EBC - Entrepreneur Behaviour Characteristic.

Score

Evaluation of Statements									Score	EBC
(1)		(11)		(21)		(31)		(41)		Search of Opportunities and Initiative
	+		+		+		+		=	
(2)		(12)		(22)		(32)		(42)		Persistency
	+		+		+		+		=	
(3)		(13)		(23)		(33)		(43)		Commitment
	+		+		+		+		=	
(4)		(14)		(24)		(34)		(44)		Demand of Quality and Efficiency
	+		+		+		+		=	
(5)		(15)		(25)		(35)		(45)		Take Calculated Risks
	+		+		+		+		=	
(6)		(16)		(26)		(36)		(46)		Setting of Goals
	+		+		+		+		=	
(7)		(17)		(27)		(37)		(47)		Search of Information
	+		+		+		+		=	
(8)		(18)		(28)		(38)		(48)		Systematic Planning and Monitoring
	+		+		+		+		=	
(9)		(19)		(29)		(39)		(49)		Persuasion and Networking
	+		+		+		+		=	
(10)		(20)		(30)		(40)		(50)		Independence and Self-Confidence
	+		+		+		+		=	

3.2. Methodical material for development of communication skills

Chapter 2. Development of Communication and Collaboration Skills	Hours theory	Hours practice
3.2.1. How to present yourself?	1	1
3.2.2. How to talk with a client?	1	1/2
3.2.3. How to recognize a client?	1	1/2
3.2.4. How to effectively oppose?	1/2	1/2
3.2.5. How to collect information?	1/2	
3.2.6. Practical work. Self-recognition, estimation of entrepreneurship and potential.		1 1/2
Hours total	4	4

Communication skills simply do not refer to the ability to explain and to express knowledge. They include many other specific skills that must be taken into account: to listen correctly, to respond to questions, to check if the explanations given are understandable for the audience...

Among the main communication and collaboration skills, the following can be identified:

- **Verbal communication:** speak in a concise, organized, effective and appropriate manner, tailored to the audience and the situation; develop effective listening, questioning and feedback skills; facilitate an open exchange of ideas; make effective public presentations, establishing credibility by demonstrating a knowledge of the subject, audience, and the situational context in which the message is delivered; speak convincingly in individual discussions and in groups; communicate effectively and deal comfortably with the clients, partners, media...
- **Non-verbal communication:** intonation, rate of speech, volume, gestures, facial expressions, posture, use of space, personal appearance, visual contact.
- **Written communication:** write in a clear, convincing and organized manner; produce written materials.
- **Influencing/Negotiating:** learn to influence others; negotiate and defend complex issues; develop collaboration with others; find common ground among disparate forces and build consensus; facilitate win-win situations; use personal influence with others to achieve organizational goals; negotiate effectively on a wide range of issues in internal, bilateral, and multi-lateral environments.
- **Partnering/Collaboration:** listen to clients and analyze their feedback to identify their needs and expectations; develop and strengthen partnerships.

This chapter focuses in the development of communication and collaboration skills for business and it is targeted to entrepreneurs looking to strengthen them and work confidently with others.

General objectives

- Articulate thoughts and ideas clearly and effectively through speaking and writing. Communicate effectively using simple, concise and direct language.
- Enhance active listening skills to anticipate and avoid common misunderstandings.
- Achieve results in the communication with others.
- Demonstrate ability to work effectively with diverse teams.

3.2.1. How to present yourself?

(theory)

Presenters must have the flexibility to be able to achieve organisational goals as the same time as managing relationships effectively. They have to be able to

engage, influence, entertain and persuade, according to the needs of the specific business situation.

A significant number of entrepreneurs have great ideas, products or services but just don't know how to present them. As a result, they are not able to attract the clients and/or partners they are looking for.

A presentation can be viewed as a kind of process with specific steps, each having to be managed effectively for the presentation to be successful. It is very important to select the right target, information, process and style for the audience.

By learning and implementing the presentation techniques, learners will be able to make successful presentations saying in an appropriate manner what they want to say and avoiding misunderstandings.

Objectives

- Give useful support for the implementation of presentations.
- Define different types of presentations depending on the situation.
- Learn to planning, structuring and developing a presentation.
- Learn how to introduce yourself and your business in a very concise way.
- Acquire the basic keys to dealing with problematic audiences.

Programme

1. Types of presentations.
2. Oral presentations:
 - Preparation: useful and practical strategies for planning and structuring it:
 - Select the right objective, audience and information in order to achieve the business goals.
 - Organise the process: the preparation; the presentation itself; the follow-up.
 - Select the own communication style depending on the specific audience and situation: personal, systematic, informal, simple, direct, neutral, action-focused...
 - Control non-verbal communication: intonation, voice, volume, body language (hands, eye communication, facial expressions, gestures, postures and movements).
 - Choosing the appropriate personal appearance.
 - Conduct a preliminary analysis of those factors determining the success of a presentation.
 - Multimedia visuals: learn to prepare and use visual supports:
 - Video.
 - PowerPoint.

- Supplemental material: data, sample forms, questionnaires, explanatory articles, photographs, brochures, reports, business cards.
- Development.
 - Introduce the topic: making a high-impact in the first minutes.
 - Attract the attention of the audience.
- Close the presentation effectively.
 - Summarise.
 - Handle questions.
 - Conclude.
- Analyse problems in common presentation situations.
- 3 - Written presentations:
 - Letters and memos.
 - Announcements.
 - Articles.
 - Newsletters.

(practice)

Learners have to present themselves in public. After each presentation, a constructive feedback should be provided, not only regarding the content but also regarding the presentation itself (tools used, language, visualisation etc.). Learners and teacher will comment every presentation made in order to identify strengths and weaknesses of all the presenters.

Presentation feedback sheet

	Poor	OK	Good	Excellent
Planning: How well did the presenter plan for the audience in terms of...?				
the right target				
the right information				
the right presentation process				
the right communication style				
Structuring: How well-structured was the presentation?				
Presentation structure clear				
Ideas developed logically				
Effective focus on key messages				
Starting: How effective was the opening of the presentation?				
Confident start				
Engaging audience				
Influenced audience thinking about the topic				
Involved audience in the presentation enough				
Visuals				

Used the right number of multimedia visuals				
Handled professionally				
Voice				
Speed				
Volume				
Body language (posture, hands, eyes, movement, face)				
Looked natural				
Looked confident				
Added impact to verbal message				
Closing and questions				
Summarised clearly				
Handled questions effectively				
Concluded with impact				
Other comments about presentation style and language				

3.2.2. How to talk with a client?

(theory)

Enterprise success depends primarily on the clients. They are key players and the most important factor involved in the business. If the entrepreneur fails to meet the needs and desires of his/her customers, the business project will have a very short existence. All efforts should be geared towards the clients, learning how to communicate with them properly, because they are the real driving force behind all activities of the enterprise.

Objectives

- Underline the importance of customer relationship in business success.
- Identify the elements that are involved in the communication process with the client.
- Establish techniques to provide appropriate customer service.
- Define usual barriers in communication with clients.
- Learn to use open and closed questions to get the necessary information from clients.

Programme

1. Communication with the client: verbal and non-verbal communication.
2. Telephone communication: advantages and disadvantages/ communication phases/ components (voice, intonation, articulation, language).
3. Types of clients: talkative, indecisive, controversial...
4. Elements that facilitate communication with the client:
 - Assertiveness.
 - Active listening.

- The ability to ask: questions for seek clarification, verification, motivation or specificity. Open questions (establish requirements; define problems; understand orders; get more information) / closed questions (clarify what was said; make customers provide agreement; summarize a conversation or confirm an order).
- 5. Customer communication styles: inhibited style, aggressive style and assertive style.
- 6. Barriers in communication with clients: semantic, physical, personal.
- 7. Customer service: steps to consider.
- 8. Complaints: how to deal with complaints properly.

(practice)

Learners will be divided in groups and they will practice how to talk with different types of clients in typical business situations, using assertive style and analysing verbal and non-verbal communication.

Group A will play the role of an entrepreneur and Group B the role of a client. They will discuss and evaluate all the conversations with the teacher.

3.2.3. How to recognize a client?

(theory)

Many entrepreneurs fail to recognize or identify who their ideal client or customer is. This leads to marketing actions that never targets ideal clients and causes frustration when the clients they do attract never buy their products or services.

By defining a clear profile of the ideal client, it will be easier to recognize potential clients and focus all the marketing, advertising and promotional on attracting them. This will impact on business success.

Objectives

- Define the ideal client profile.
- Recognize and identify potential clients.
- Personalize marketing actions according to selected clients.

Programme

1. Select criteria for defining the ideal client profile.
 - Who do you really want to work with?
 - What are the core values you will look for in your ideal clients?
 - Where is the geographic location of your ideal clients?
 - What are the socio/demo/psycho graphics of your ideal clients?
 - What types of businesses are your ideal clients in?

- What markets do your ideal clients serve?
 - What are the types of problems you want to solve for your ideal clients?
 - What criteria will you use to prioritize the list of ideal clients?
2. Identify clients according to the profile created.
 3. Recognize potential clients.
 4. Focus marketing efforts on selected clients.

(practice)

Learners will define the profile of potential clients according to the characteristics of different business that will be provided. They will discuss different criteria for recognizing ideal clients.

3.2.4. How to effectively oppose?

(theory)

There are many occasions where an entrepreneur must refuse a client: when he/she has no reason in something, when no agreement is reached in a negotiation, when the entrepreneur does not have enough capacity for offering the service or product that the client demands...

Convincing a client that he/she is wrong or that the project should focus otherwise is a delicate matter, which plays important role assertiveness.

Understanding assertiveness and learning how to effectively oppose in business relationships are tools that provide positive impact on others and create opportunities for open discussion in order to achieve a win-win solution.

Objectives

- Manage conflict effectively.
- Keep a positive attitude with difficult customers and conflictive situations, applying techniques of emotional self-control and management.
- Learn the best way to say no to a client and redirect the conversation to find satisfactory solutions for both parties trying to facilitate “win-win” situations.
- Learn how to oppose to a client.

Programme

1. Managing conflict and confrontation.
 - Identifying potential sources of conflict.
 - When and how to confront clients.
 - How to handle provocation, intimidation or conflict constructively.
 - How to redirect conflict situations in order to achieve win-win solutions.
2. Managing with assertiveness.

- Using assertive language.
- Learning to say no when you have to.
- Exercising your authority without being aggressive.
- Learning how to respond when pressed by clients.
- Setting boundaries.

(practice)

Learners will practice different ways to oppose/say no to a client in difficult business situations. They will comment and evaluate all the conversations with the teacher and the rest of the group.

3.2.5. How to collect information?

(theory)

Various methods of market research are used to find out information about markets, target markets and their needs, competitors, market trends, customer satisfaction with products and services, etc.

Having accurate information allows entrepreneurs to adapt their business to the real circumstances and to study its viability.

Objectives

- Define the most important information that the entrepreneur should search and how to collect it.
- Help entrepreneurs to learn their way through the information collecting process.
- Underline the importance of research and information gathering in planning and developing the business project.

Programme

1. Methods and techniques in market research.
2. Objectives and scope of the information search.
3. Analysis and classification of information needs.
 - Definition of the business idea (cost of start-up; possible locations; proposed operating procedures; expected revenues and growth).
 - General market and sector characteristics.
 - Similar operations carried out on the market that could serve as references.
 - Customer's characteristics.
 - Competitive analysis (competitor's products/strengths and weaknesses/their objectives and their way of negotiating/range of prices/general information about the company: business, sales volume and profits, strategies, objectives, goals pursued. Negotiating style, tactics).

Others (legislation, financial supports...).

4. Analysis and selection of information sources: Internet, databases, statistics, directories, surveys, newspapers and magazines, annual reports, articles, newsletters, books and guides, virtual libraries, meetings, interviews, seminars, conferences, experts consultations, Public Institutions, Business Associations, Chambers of Commerce...

5. Searching for data and information.

6. Processing and interpretation of information.

7. Applying market research techniques.

- Defining the type of study.

- Conducting market research.

- Tabulation and statistical analysis of data.

(practice)

Learners will do the following practice in order to define a business plan:

- **Collect through different sources the necessary information.**

- **Starting from the previously collected information, they should carry out an exchange of ideas. This debate should lead to the birth of a project idea that will be developed in the business plan.**

- **It will be checked the viability of the selected project based on the potential market studied by learners.**

- **It will be defined the commercial dimension of the project and will be designed a marketing strategy: product, price, communication and distribution.**

3.2.6. Practical work. Self-recognition, estimation of entrepreneurship and potential

Some of the major values that characterize the entrepreneurship are the followings:

- **Personal qualities**

Creativity; autonomy; self-confidence; tenacity; perseverance; responsibility; ability to take risk; initiative, critical sense, innovation, positive spirit, ability to take decisions.

- **Social skills**

Leadership; team spirit; solidarity; communication skills; social ability; sensitivity to others needs; ability to explain and defend ideas.

- **Management skills**

Planning; decision making; capacity to face problems and find solutions; leadership; capacity for organization and optimization of resources.

Learners will test some of these key traits needed by an entrepreneur responding the following self-test (divided in three sections: motivation, capacity, and support) in order to identify their entrepreneurial potential.

Motivation

Evaluate your overall motivation to start and operate your own business. Score on a 1 to 10 scale, where 10 indicates strong agreement with the statement and 1 indicates little or no agreement with the statement.

() **Perceive Opportunities** - I am constantly seeing business opportunities or ideas that have potential commercial value.

() **Growth Oriented** - I like growing or building business.

() **Creative** - I am creative and I am regularly coming up with new ideas on how to do things better or more efficiently.

() **Innovative** - I am innovative and I am able to find solutions to challenges and problems.

() **Resourceful** - I am resourceful and I am able to find solutions to challenges and problems.

() **Dynamic** - I am a dynamic person providing vision, hope and energy to those I am working and partnering with.

() **Hard Working** - I am a hard working person.

() **Flexible** - I am flexible and I am able to adapt to changes and surprises quickly and successfully.

() **Risk Tolerant** - I am risk tolerant and I am able to successfully manage risk associated with creating and growing a business.

() **Open to Learning** - I am interested in learning and I am constantly seeking out new information that can help me with my business.

() **Competitive** - I am motivated by success and driven to do well.

() **Collaborative** - I believe in working with others who can help me make my dream a reality.

Capacity

Evaluate your capacity related to the following business skills. Rate yourself on a scale of 1 to 10 with 1 being no capacity and 10 being high capacity.

() Ability to assess market opportunities.

() Ability to develop products or services.

() Ability to provide products or services.

() Marketing and communications capacity.

() Fiscal management.

() Ability to acquire financial capital.

() Team development and management.

() Ability to develop and sustain partnerships.

() Quality control.

Evaluate your ability to network and partner with other organizations and individuals. Score on a 1 to 10 scale where 10 indicates strong agreement with the statement and 1 indicates little or no agreement with the statement.

- () I am comfortable seeking out information from others.
- () I regularly network with others to gain information for my business.
- () I have an extensive resource network that I am constantly building.
- () I am comfortable with partnerships.
- () I have partnerships associated with my business.
- () I have learned how to deal with the challenges of partnering with others.

Support

Evaluate the level of support you feel from your family, friends and community as you pursue your business opportunities. Score on a 1 to 10 scale where 10 indicates strong agreement with the statement and 1 indicates little or no agreement with the statement.

- () I am challenged in my work building a business.
- () I believe there is good balance between my work and my personal life.
- () My family and friends are supportive of my work and encouraging to me.
- () My community supports my ideas.
- () My community is actively helping me build my business.

Scoring the Test

Not all questions carry the same value and weight. The following scoring approach is recommended:

- First two questions under Motivation:
2 questions x 10 pts. = 20 maximum pts. x factor of 1 = Score of 20
- Remaining questions under Motivation:
10 questions x 10 pts. = 100 maximum pts. x factor of 0.25 = Score of 25
- Capacity - Skill questions:
9 questions x 10 pts. = 90 maximum pts. x factor of 0.25 = Score of 22.5
- Capacity - Networking/Partnering Questions:
6 questions x 10 pts. = 60 maximum pts. x factor of 0.25 = Score of 15
- Support questions:
5 questions x 10 pts. = 50 maximum pts. x factor of 0.25 = Score of 12.5

Low entrepreneurship potential	0 to 25 Score
Some entrepreneurship potential	26 to 50 Score
Moderate entrepreneurship potential	51 to 75 Score
High entrepreneurship potential	76 plus Score

There will also be developed activities to implement and build skills related to the entrepreneurial qualities. The activities will help learners to find ideas that will enable them to develop a business plan.

The specific objectives of these activities will be:

- To know the features that characterize entrepreneurs and how they are manifested in specific skills and attitudes.
- To develop entrepreneurship through the identification of attitudes and skills as innovation, creativity, autonomy, self-confidence, sense of the responsibility, initiative or spirit of work.

3.3. Job hunting hints, orientation in changing labour market

3.3.1. Job Hunting Techniques

There are a few places that people can find jobs.

Newspaper Advertisements

Newspapers have job advertisement sections on a weekly basis. Libraries often have daily newspapers in them and increasingly newspapers are also advertising vacancies on their Website.

The adverts usually ask you to directly send in your CV and Covering Letter to an address or to call/write/email to receive an application form and job description.

Advantages

- You may find that different industries are advertised on regular days of the week in certain newspapers.
- Your local newspaper will have details about jobs in your area.
- You may be able to access job advertisement information on the Newspaper's Websites, forgoing the price of the newspaper

Disadvantages

- You may have to pay for a newspaper, unless you have access to a local library.
- You may have to trawl through lots of irrelevant job adverts to find the ones that are applicable to you.

Trade Magazine Advertisements

Most Trade Magazines have job advertisements included in them; it may be useful to have a look through them. Trade Associations usually have a website with a dedicated area for job vacancies.

Advantages

- The advertisements will be specific to your field; you will not have to spot a relevant advert in masses of irrelevant information.
- You may be able to access job advertisement information on the Trade Magazine's website, although a subscription charge may be required.

Disadvantages

- It may prove expensive to subscribe to trade magazines; a library card may be a must in this case.

Online Job Posting Databases

There is an abundance of websites, which offer the opportunity to complete an online CV and search and apply for jobs in the database. Typically potential employers are able to search the database and contact you directly.

Advantages

- The service is usually free; the employers have to pay to advertise.
- You could just sit and wait for a potential employer to contact you, but this is not recommended!
- Once you have completed your CV, it is usually very quick and easy to apply for jobs.
- You are often given the opportunity to sign up for 'job alerts' of jobs that are of relevance to you this can be by email, or even by SMS text message to your mobile.
- You may have the opportunity of making different targeted CVs and sending your selected CV in response to a job advert.

Disadvantages

- There will be many other people with similar qualifications to you, so you have to have a remarkable online CV to get noticed.
- Recruitment companies tend to use these services, which makes it difficult for you to do some proper company research before applying.
- A quick and easy way of applying for an online job may mean that lots of people apply for the same job. This could suggest that the organisation you apply to may not always send you a response to your application.
- There are certain security issues with having your CV online, including who will have access to information about you. Online Job Posting Databases have many methods of rectifying this, but you have to make sure that you only give your details to a reputable company and one you trust, please read the terms and conditions of service on the individual websites.

Company Websites

Today most organisations have their own websites and often list any job vacancies they have on their website. These are beneficial for companies, as they do not have to spend a lot of money advertising positions, but it tends to be big companies who do this in conjunction with another method for attracting clients. Occasionally, you may come across a company website that is not advertising a job as such, but give a description of the roles that people in the organisation do and what they are looking for in an employee and ask for people to send in their CV to be kept on file until another vacancy is available.

Advantages

- You can apply directly to organisations that you are interested in.
- You can explore the company website while you are deciding to apply and find out if the organization is one you would be comfortable working in.
- You do not have to apply through a third party; you know that the information you send is going directly to the organization itself.

Disadvantages

- You will have to go through a lot of company websites until you find one that will have a suitable vacancy.

Out and About

Many job opportunities can be seen when you are walking around your neighbourhood, or the town/city where you live. You often find jobs advertised in local shops and supermarkets, this is particularly true about jobs in retail.

Advantages

- If looking at a job in the window of a shop, you can see where you are likely to work before you apply to work.
- You can stumble across great job opportunities when you least expect it; you have to keep your eyes open.
- You may be able to go into the place where the job is being advertised and speak directly to the person who is responsible for hiring. You could leave them with a good impression by asking relevant questions before applying.

Disadvantages

- It is highly unlikely for you to be carrying around your CV when you are walking around the shops, so you may have to return at another time.

Recruitment Agencies

Recruitment agencies exist to put people into jobs and they tend to be paid when they place people in jobs.

You should call the agency for an appointment and take your CV, National Insurance Number and names of 2 referees. Occasionally you will be asked to sit computer/word processing tests and/or basic psychometric tests, please refer to the psychometric test section for more information. The recruitment company will ask you about things such as where you want to work, what you are able to do and your ideal salary requirements. If and when a suitable job comes up, you may be sent to the company for an interview or straight into work.

Before you go to work you need to find out from the agency:

- What you should wear, whether you need to take any specific clothing or equipment.
- The time you need to arrive, where to go and who to report to.
- Anything you need to know for health and safety reasons.
- The rate of pay.

Advantages

- The agency does most of the work finding you the job.
- If you impress the organisation they may decide to keep you on for a longer-term project and buy your contract.
- You may gain valuable experience of an industry by being a temp in different organisations.
- It is easier to find a job whilst in employment, even if it is only temporary.
- Some people prefer the challenge of adapting to many different environments and would like to work for organisations on a project basis.

Disadvantages

- You may have to keep reminding the agency that you are still available for work.
- If you keep turning down work or not impressing the organisation the agency may refuse to refer you for further work.
- People in the organisation may treat you differently as you are a 'temp' and will be only there for a short period of time.
- You may be on a different pay scale to people in the organisation as a percentage of your salary may be given to the agency.
- You will not be able to do much research into companies, as you may not know which organisations you are applying to!

Networking

There have been scores of books written on networking and the best way to do it. Basically, networking is a term to describe the way we interact with people and build relationships with them. In job-hunting terms, it is about asking the people you know, your friends and family for help in your job search. They many have information that could be useful to your job search.

Many job opportunities are not advertised and employers find new employees by asking for recommendations of people to contact. There are many different networking opportunities available, such as conferences, seminars, business clubs, and discussion groups. Remember, networking is a reciprocal process, you have to be prepared to help other people, not just to get help.

Advantages

- People have many different contacts and using your existing network may prove useful.
- You have countless opportunities to get to know people from the industry you are interested in, which could be excellent for learning about the industry and making valuable contacts.

Disadvantages

- Some people are reluctant to talk to people they do not know.
- People may feel uncomfortable about giving information out to people they barely know, you have to take time to build relationships with people
- You have to be careful to respect the wishes of the person giving you the information as to whether or not they want you to use their name in the contact they have given you.
- If you have been given permission to use the name, the person you networked with may get informally asked what they think about you, so make sure you are certain that they will give you a good recommendation.

Speculative Approaches

Making speculative approaches is a very good way of getting a job. Many employers may be considering taking on an employee, but have not got round to formalizing the process they want to take, or they may even create a post for the right applicant.

This method works very well if you have a recommendation from someone they know and trust, so you are able to say „Mr. Smith recommended that I contact you...”

You have to be prepared for rejection as not all companies can afford to take on a new employee, so you should ask them to keep your details on file for a suitable job position in the future. There are three ways of making a speculative approach, but the most important thing to do before considering any of these approaches is to DO YOUR RESEARCH and focus on what you can do for them, not what they can do for you! *In Person*

1. Contact the organisation and ask for the name and job title of a person who is doing the job.
2. Go to the employer's premises in very smart clothing, as if you were going to an interview.
3. Take with you a copy of your CV and Covering Letter in a large envelope addressed to the person that makes hiring decisions.
4. Ask to speak to the person responsible for making hiring decisions.
5. Make sure you are very polite and friendly, as secretaries and receptionists tend to keep people from wasting the time of people in the organization.
6. If the person you want to speak to is available:
 - a) Thank them for agreeing to see you.
 - b) Give your CV to the person.
 - c) Explain who you are, what you want and what interested you in the organization (in less than 5 minutes, practice what you are going to say before you arrive so you come across as confident and prepared).
 - d) Answer any questions they have.
 - e) Thank the person profusely for their time and leave.
 - f) Call the person a few days later to ask about their impression of your CV.
7. If the person you want to speak to is unavailable:
 - a) Ask to speak to someone else in his or her department – try not to be pushy, as this may come across as aggressive.
8. If you are unable to see anyone:
 - a) Thank the receptionist for his or her time and ask if you could leave your CV and Covering letter for the person you wanted to speak to.
 - b) Call the person a few days later to check that they have received your CV and ask about their impression of it.

Advantages

- This shows the employer you are serious about working for the organization and that you are confident, determined and self-reliant.
- You give the person in charge of hiring a face to put to the endless CVs they receive, it is harder to say 'No' to someone they have met than a CV.
- Gives the employer a chance to ask you further questions and get to know more things about you.

- Even if you do not get to speak to the person you were after, the receptionist may be compelled to describe you to the employer.
- Gives you more knowledge about the organization, which will help you decide if you would like to work there.

Disadvantages

- It takes a lot of courage and self-belief to walk into a company and do this.
- If you make a poor first-impression, it is quite difficult to mend relationships so you have to be extremely careful about being polite and professional at all times.
- If the company is a long way from where you live, the costs of getting there may be extortionate, so the best thing to do would be to call the company.

On the Phone

1. Contact the organisation and ask for the name and phone number of the person who makes hiring decisions.
2. The structure of the call would be:
 - a) Explain who you are, what you want and what interested you in the organization (in less than 5 minutes, practice what you are going to say before you phone so you come across confident and prepared).
 - b) Ask the person if you could send your CV to them and how they would like you to do it, e.g. by post or e-mail.
 - c) Make it obvious you have done your research into the organisation.
 - d) Answer any questions they have.
 - e) Thank the person for speaking to you.
3. Send your CV to the person by post or email
4. Call the person a few days later to ask them for their impression of your CV.

Advantages

- The employer will know that you are serious about the organization and the job.
- It will ensure that the person is expecting your email/letter and it will get their interest.
- Gives you a better impression of the organization, which will help you decide if you would like to work there.

Disadvantages

- Can also be a nerve-wracking experience, requiring confidence and self-belief.
- If the person you are calling is having a bad day and does not want to be disturbed, they may come across as annoyed and uninterested, or cut you off. You can't let this upset you or put you off other speculative approaches, you can learn more from situations, which did not go well for the next time.

By Letter/Email

1. Contact the organisation and ask for the name and address/email address of the person who makes hiring decisions.
2. Send the person your CV and Covering letter, making reference to your company research.
3. If you are emailing your CV, some organizations do not like to receive attachments due to computer viruses, it may be better to remove all formatting and put the CV and Covering Letter content into the main body of the email. Then send a nicely formatted CV in the post.
4. Wait until they have had the CV for a few days and call them to ask them if they have received your CV and what they thought about it.

Advantages

- This is the less intimidating route and will suit more introverted people better, your CV still gets delivered to the person who needs to see it.
- It may be extremely difficult to contact someone who is very busy and this way they have something quite tangible that they have to do something with (even if it does mean put it in the bin).

Disadvantages

- This may not be very effective unless you make the call afterwards as it takes less effort for the employer to not respond to speculative CVs, than to respond and say thanks, but no thanks.

Job Centres/ Careers Centres/ University Careers Offices

These places sometimes have Jobs advertised that may not be elsewhere. You do not have to be unemployed to go into a Job Centre. Job/Careers Centres often have company brochures and application forms ready for you to take away and complete, bypassing the need to contact organisations directly. Take your CV with you, as there is usually someone available to have a look at it and give you some advice about any vacancies that have arisen. Also there may be Careers Counsellors on hand to speak to you about your job goals.

Advantages

- You may find jobs that are not advertised elsewhere and you can get advice on how to tackle your application.
- You could ask for help from people who work in the job centre with aspects of applying for jobs.

Disadvantages

- You have to make the effort to go to the job centre.

Create a Job for yourself

Creating a job for yourself basically consists of doing some in-depth research into the target organisation, finding a niche in the organisation that you could fill and the sending a proposal for the job to the person who is in charge of the hiring process.

Just think of yourself as a specialist consultant, offering them your knowledge and skills to solve a problem that they have. You have to put the problem in a reasonably good light, so it does not look like you are blackmailing them for a job.

Advantages

- You could end up with exactly the job you wanted, but could not see advertised.
- Your employers will be very grateful that they found you, especially if you solve their problem.

Disadvantages

- There is a thin line between looking like you want to solve their problem and telling someone how to run their business, which may not go down well!
- The organisation may not have realised they had a problem. They may decide to use your problem and solve it themselves, using your methods, thus not requiring you!
- If you are unable to solve the problem you highlighted to get your job, it will look very bad on you.

Become Self-Employed

Today, with the right idea, you do not have to be an employee. It has never been so inexpensive to start your own business, the start up costs now can consist of; a computer, modem, Internet Service Provider and a Web hosting Account. This has resulted in a proliferation of new businesses worldwide offering every imaginable product and service.

If you want to go down this route, there are many places you can turn to for help. High-street banks have business advisers and can help you with the financial side of starting your business. Organisations such as chambers of commerce or business clubs offer advice to people considering starting up in business. The Inland Revenue arranges workshops covering aspects of business. Your local council may be able to give you information about grants that are available for starting a business, hiring employees etc. Make sure you get advice from everyone who is offering help and research and plan for all eventualities.

Advantages

- You will have total control of the work you do, when you do it and how you do it. You will not have to answer to anyone (other than your customers).
- You could potentially be making a lot more money and feel more satisfied with what you are doing than you were in employment.

Disadvantages

- Starting a new business and becoming self-employed is a life-changing event and it is a big risk not having a monthly pay check coming in. If you are not doing the work, you are not getting paid!
- You are wholly responsible for the success of the company.
- There are frightening statistics about how many new businesses fail in the early years, be sure to research and plan what you will be doing very carefully.

3.3.2. Main rules and requirements in job search

Changing Trends in Work

The nature of work is continuously evolving and changing, the notion that an individual will have a job in the same organisation for life is a very rare concept. Today people tend to change jobs, industries, or even careers more often. It is not unusual for a person who is established in one career to decide to go to college or university to train for another, totally unrelated career for better opportunities and rewards.

Organisations are no longer responsible for an individual's career; it is left up to the person, meaning that some people drift through their Career, without any real goals or focus, changing jobs without a plan of what they want to be doing in the next six months. Whereas other people take control of their own personal development and plan where they want to go and what they want to achieve.

Organisations encourage their employees to take advantage of learning opportunities as a way to enhance their skills and motivation. The accessibility of

learning has increased, with more online, distance and part time courses becoming available for people interested in learning new skills.

The emergence of new technology has dramatically changed the way organisations are run. Computers and Internet technologies have enabled different parts of organisations to communicate with one another across continents and work together from all corners of the globe. This has enabled organisations to centralise departments and use fewer employees to perform the same volume of work that was accomplished previously, cutting costs for employers. This has brought about greater job insecurity for the remaining employees, fearing that their job will be cut next.

Technology had also led to changes in the types of working practises. Part-time work is on the increase, so is Teleworking (working from home), Job sharing, Short-term contracts, flexible working hours, team working, even working with teams across the other side of the world.

Employees today have to be flexible and adaptable and be able to tolerate the level of change that their organisation is going through. They have to be able to use the latest technology in their work and keep up with their continuous personal development so they do not get 'left behind'.

How to prepare for a Job Search?

Resources you will need:

1. Time. Looking for a job or new career is a time consuming process. Expect to spend at least 10 hours a week on working towards getting a job. You need to spend time planning and doing research, completing application forms, tailoring your CV, following up applications and attending selection events.

2. Commitment. You need to be wholly committed to your Career Development, because nobody else will do it for you. It is your responsibility to manage your career and develop to your full potential. It takes a lot of effort and energy to research different career options but it is important for you to choose the right one for you, as you will be in your career for years to come. Properly researching your Career Goals is a major, but extremely worthwhile investment you can make for yourself.

3. Access to Resources. You can find a vast amount of information about Career Planning using the Internet. There are many websites devoted to trade associations and career advice. Organizations provide web surfers with information about what they do, cases studies of recent work they have done and job availability.

Membership of a library may be extremely beneficial, as well as the resources they provide, there is also the added benefit of having somewhere to work on your career without normal day-to-day interruptions. There are many Career Help

books on psychometric tests and interviewing techniques etc. that may come in useful. Libraries often have access to trade magazines and newspapers, which will help you in your Career Research.

4. Support. You will, no doubt, need some support during your career planning, both financial and emotional. A Career Search can be a very stressful process, due to the fact that it is strange and unfamiliar. Also, during selection procedures you have to reveal a lot of sensitive information about yourself to relative strangers and open yourself up to rejection. There is also the added pressure of having to wait to see if you are invited to come for an interview or rejected. Due to the volume of applications a job opening usually has, it is becoming more common that the organisation does not contact you to tell you that you have been successful.

Going to organizations for selection events may be a costly process, especially if you have to travel a long distance. Sometimes the organization will pay your travelling expenses. Help with travelling costs may also be offered by your local job centre, contact them for details.

3.3.3. Career options

There are many difficult decisions to make when looking for a career. The main question people typically ask is:

What Career would suit me and enable me to become successful?

But this is a serious decision and the only person who can answer this question is you. A number of different factors predict „success” in a job. Everyone has his or her own definition of success. For some it is becoming very wealthy, powerful and being the „boss”, for others it is having a job they enjoy, find interesting and can do well.

Motivating Factors

When looking at career choices it may be useful to look at the things you want to get out of your work life.

Examples of motivators include:

- Helping others
- Being involved in good causes
- Enjoyment/fun
- Social Interaction
- Money/Reward
- Power, control and influence
- Variety
- Intellectual Challenge

- Responsibility
- Recognition
- Achievement

You have to decide whether you will get what you want out of your career. It may be useful to remember that within a particular industry, all organisations are different and the benefits offered by a job in one organisation may not be what you get out of another.

Interests

Interests have a big influence over what type of career you would be interested in. For example, if your least favourite subject at school was art and you have no artistic ability whatsoever, you would be advised to stay away from being an artist or graphic designer. The same goes for people who disliked studying maths, they may not enjoy being a maths teacher or accountant.

When making your career choice, try to answer these questions.

1. What subjects did you enjoy at school?
2. What do you enjoy doing now?
3. What skills do you have?
4. If you had the guarantee of being successful, what would you be doing in 10 years time?

These questions will enable you to think about the areas you would be interested in finding more information out about. If you have completed the Careers Interest Report, use your interests and the report to narrow down the type of field you would be interested in to start of your Career Research.

Ability

The actual ability to do a job is an important factor. If you find that you are unable to sing a note, despite having lessons for years, it may not be practical for you to pursue a career as a singer. The same goes for intellectual ability, if you found that you struggled at physics and nothing made sense to you, it may be logical to stay away from jobs that required any use of physics.

Different types of ability have been shown to be gender-specific due to biological and evolutionary factors. Males tend to be better at spatial awareness and numerical reasoning, whereas females tend to be better at communicating and verbal reasoning. There are many exceptions to this, of course, but this is the reason why you find more men in scientific careers and more women in counselling and caring professions, although the gender ratios are rapidly changing. You should not stay away from careers that have been traditionally male or female, you should try to find a job to suit your personal interests and abilities.

3.3.4. Researching your career choices

The Internet

The Internet is an invaluable tool for Career Researchers. The easiest way of finding information about a particular career is typing the job name into a search engine and seeing what information you can get. This type of information will help you in your Career Decision-Making and help you get information about different industries and jobs.

Trade Magazines and Newspapers

Trade magazines and journals can be useful sources of information about new developments in a profession. It may be useful for future selection activities to be familiar with the type of jargon used in the profession's trade magazines. Also, there are often job advertisements in the back of trade magazines, giving you an idea of the qualifications and experience employers in the industry are looking for.

Local newspapers routinely run stories about businesses in the area. It may be useful to keep an eye out for stories that interest you about companies. National Newspapers often run stories about organisations. For example if a particular company in the sector you are researching is announcing record profits, you may feel that is good news for people who want to work in that sector.

An additional note, employers do like applicants who have a good grasp of world affairs, in particular issues that have an effect on their business, so it would not harm your chances to brush up on your general knowledge.

Once you have narrowed down a list of professions you are interested in, it may be useful to find out more detailed and specific information about the different aspects of the job and the types of organisations that employ people within the industry.

Career Interviews

Career Interviews are informal interviews the job hunter has with a person who already holds the job they would like to find out more information about. The main goal of a Career interview is to collect information about the job from the person you are interviewing; you are not there to enquire about job vacancies.

There are many benefits of Career Interviews. You are able to get firsthand knowledge about a job from the person who is doing the job already.

- You are able to ask questions which will be of use to you.
- You will find out about the organisation the person is employed in.
- You will expand your contacts in the area of work.
- You will get some experience of speaking to people in the field about your current aspirations, useful practise before going for job interviews etc.

Decide if you would be able to do the job, and whether you would want to.

Job Shadowing, Work Experience and Voluntary Work

Job Shadowing is much the same as the Career Interview, you spend more time with the person in the job and you may get to observe and help with their day to day work. Job shadowing can last anywhere from ½ a day to a week, depending on arrangements with the person being observed. Follow the advice given for conducting the Career Interview, make sure you ask lots of questions and take notes.

Becoming qualified for a job is not the problem people face, as accessibility of learning has never been better. The major issue that people face is getting suitable experience as many companies ask for 1-2 years experience in the role. This, of course, is a vicious circle! People often ask us how you can get experience when there are not many entry-level jobs on offer.

You could get some work experience, which usually consists of spending a longer period of time in the organisation. You may not get to observe the person in their job as much, but you will gain a better understanding of the organisation and different roles in it, and may be doing a job. You should not expect to get paid doing work experience and when you approach organisations try to make this a selling point.

Voluntary work often consists of regular work you do that is unpaid. Employers look favourably on any type of experience in the industry and working for nothing shows that you are determined and that you want to get ahead in your career.

The main thing to keep in mind in all these situations is, this is an excellent networking opportunity and it would be highly beneficial for you to impress the people you are observing in the organisation enough so they feel that are able to give you a reference in the future.

If you are unable to secure work experience or voluntary work in your chosen industry, it is time to think laterally. Think about jobs that are related to the one you ultimately want or jobs that enable you to use the same skills as your target job. For example, if you are researching a career in law, aiming to become a solicitor, try contacting voluntary organisations that offer free legal advice or organisations that do work in courts, such as looking after witnesses etc. Any similar role will look good on your CV.

Training

For entry onto some jobs, you may find that there is a minimum education requirement. This information can be discovered through contact with people who are already in the industry, or through finding out more information from job adverts/trade associations/careers guidance.

Basically there are three main ways how to gain qualification – (1) attend College or University Full Time, (2) attend it Part Time or (3) do an Online or Distance learning course in your own time.

Many universities are offering sandwich courses; the typical format would be that you go to university to do a 3-year degree, but after your second year you spend a year in industry gaining experience. This will extend your degree by a year, but you will graduate with a years worth of experience in your chosen field.

There is an abundance of financial help available for funding courses your training provider will have further details on this. It may also be useful to contact your local council about training grants offered to employers to train their staff.

3.3.5. Assessing your abilities

Before you write your CV and start applying for jobs, it would be highly beneficial to think about your marketing strategy. In other words, what are your key selling points and what would make an organisation want to employ you. You need to be able to pinpoint your major strengths and skills, so if you are asked questions about them you are able to respond appropriately.

1. What you know?

- a) Knowledge about the Industry
- b) Knowledge about the Job
- c) Specialist Knowledge about the subject

To help you it may be useful to make lists about:

2. What you are able to do?

- a) Particular Qualifications
- b) Competencies

3. What you have experience doing?

- a) Work Experience in the area.
- b) Experience of work in general.

Ask your friends and relatives about your best qualities and ask them how they would describe you. This will enable you to find out how people perceive you and make you more aware of how you present yourself. This is a very valuable learning experience and may give you the motivation to change less appealing perceptions before you start going to selection events.

Competencies

Many organisations use competencies in their personnel selection. Competencies are defined as “a motive, skill, aspect of one’s self-image or social role, or a body of knowledge”

Typical competencies organisations look for are:

Interpersonal Communication Skills. Involving interacting, listening and conversing with other people in order to develop and maintain relationships with them. It may involve giving advice to others, bargaining, negotiation, influencing and encouraging people at work. This may also involve verbal and non-verbal communication, writing and presentation skills.

Team Working. Team Working involves working with others to complete an activity, task or project, or solve a problem using communication/interpersonal and organisational skills. Participation in a team often involves using influencing and persuasion skills, as well as bargaining and negotiation skills, whilst ensuring cooperation rather than competition with fellow team members.

Planning and Organisation. Planning and organisation involves preparation to make sure that all available eventualities are considered, searching for and communicating relevant information to others, and the evaluation of all available evidence. It may also involve coordinating people and other resources in a methodical, logical, and systematic manner with a close attention to detail.

Problem Solving. Problem Solving involves identifying that a problem exists and accurately defining what the nature of the problem is, gathering and evaluating problem relevant information, generating and evaluating possible problem solutions, implementing solutions and monitoring the effectiveness of your actions by setting objectives and milestones.

Adaptability and Resilience. This involves being able to deal with ambiguous or conflicting information, handling conflict and maintaining levels of performance in high-pressure situations. It also involves being able to cope with the demands of change or the unexpected, using personal flexibility, assertiveness, confidence, enthusiasm, responsiveness, objectivity, drive, and judgment.

It may be useful to keep these definitions of competencies in mind so that if you are asked a question on an application form or in an interview, you are able to recall what makes up a particular competency.

Key Selling Points

Thinking about your Key Selling Point is an important part of your preparation for your job search. This is the one thing that makes you stand out and makes you special. You have to answer the question:

3.3.6. Guidelines for the job interview

When conducting job interviews, recruiters have clearly defined expectations! They know what they are after – and rest assured, they never ask a question without knowing the answer they want.

All seeking people who will:

- provide added value
- be influential and credible
- have a solution led approach
- demonstrate a flair for communication
- possess outstanding influencing skills
- be business and performance focused
- take a commercially strategic approach
- collaborate and build relationships across the business
- be capable of devising and delivering successful strategies
- be able to inspire confidence, and make balanced judgments
- have ambition - a self-starter, with enthusiasm and fresh ideas
- be able to inspire and lead your team to deliver first rate results
- be a team player but able to work and make decisions independently

While some deceptively simple interview questions might be easy to field, others are more subtle. Your answers to interview questions will speak volumes about your capabilities, personality and style - whether you fit the job profile and employer's culture - and whether you get the job.

Here are a few tips to ensure a Perfect Interview

The best way to prepare for a job interview is to research the company and market extensively so that you will be able to answer interview questions relevant to that particular work environment. Research the company website to gain an insight into their business, culture and goals. Successful candidates are the ones who have done their research!

Review sample interview questions and answers and carry out a mock interview by formulating and perfecting your own answers to potential questions.

Sample job interview questions and answers

These interview questions seek to cover issues that concern employers to-day:

- How do you think you could add value to this company?
- If we contacted one of your colleagues, what would they say about you?
- Do you enjoy working within a stimulating, yet challenging environment?

- It seems your company went into liquidation, which key factors caused this?
- It appears you have held quite a number of jobs, why do you suppose this is?

Interview preparation will help you respond easily and convincingly to the above and other questions that can be tailored to your level of career

A successful interview technique is to give an example of one of your accomplishments that relates directly to the job vacancy. Review your CV Resume and the job profile and find an example that would be beneficial to the company.

If you applied with a targeted cover letter, draw from that for your response. For instance, if a recent graduate and you are interviewing for a job involving teamwork, explain to the interviewer how during your degree you worked on many team projects and this involved brainstorming ideas, pooling resources, providing support and working together to deliver a presentation within timescale and with a high 2:1 result

Interviewing tips – a few guiding principles

- Listen carefully to the questions, and think through your reply before responding.
- If you don't understand the question ask for it to be repeated, then take your time and don't panic!
- Before speaking, consider: "Is what I am about to say relevant and demonstrate my suitability for the role".
- Support what you say with a specific example.
- Choose a topic that is easy to explain and easy for the interviewer to grasp.
- Take the time to set the scene – we often assume that because we know what we are trying to communicate, the person we are speaking to understand the message. This is not always the case.
- Provide a balanced answer (a) a beginning the background situation, (b) what you actually did and (c) always end with a positive outcome.
- Pause, measure your words carefully, be concise, avoid repetition, don't be negative - keep light and bright.
- Always end on a positive note – you are paid for bottom line result and this is what recruiters notice during and after the interview.

At the end of the interview you could ask whether they have any feedback and what the next stage is - this will demonstrate your interest in the job.

3.3.7. Practical work. CV construction and filling of other documents

CV Construction

Your CV is designed to do one thing and one thing only: to get you an interview. Yet the average recruiter will only spend between 20 to 30 seconds glancing at your CV which means that you need to make an impression quickly and sell yourself.

Your personal statement is your first opportunity to do just that. It is perhaps the single most important part of your CV. Get it wrong and your chances of being invited to interview are drastically reduced.

Its aim is to highlight your professional attributes and goals, emphasising why they should continue reading the rest of your CV. Aim to use no more than 50 words, making each sentence a key selling point.

Unfortunately, too many people follow the tradition of using stock phrases and ‘key’ words that they think will help them stand out from the crowd. Many phrases are tired and clichéd and don’t have the impact employers need.

Phrases such as „Looking for a challenging opportunity...” should be avoided because they’re only focused on ‘me, me, me’. Employers want to know what you will do for them. How will you help their business? It should be clear from the job description what they need you to do, so tell them straight that you can help them do it.

It is important that your statement doesn’t simply tell a potential new employer what you have done or what you would like to do and why you are applying for the advertised position. That’s what your education and work history sections are for.

Advertising agencies are paid large sums of money by brands to create headlines that grab their audience’s attention. They use language that explains the benefits that you, as consumer, will have if you purchase their product.

Similarly, a list of unquantifiable skills such as „team player” or ‘good communicator’ doesn’t actually tell the reader anything about why you’re the right person for the job. Link these to a tangible skill wherever possible such as „Use my excellent communication skills to attract and retain high profile clients”.

Top 10 CV Tips

1) Keep it Simple. A CV, your first and possibly only chance of securing an interview. It is therefore vitally important that it works for you and not against you. Use it to draw attention to your strengths, achievements and technical know-how.

2) Lead with Achievements. Make frequent use of active verbs, such as, achieved, set up, managed, responsible for, led. Don’t use bullet points to describe jobs or achievements, prose is easier to read and you can be more descriptive.

3) Work Reverse Chronologically. Start with your current employment and work back, remembering to include the name of your employer, start and end dates, your job title and a brief description, plus your accomplishments. If you are looking for your first job, list any relevant work experience first, paid or unpaid.

4) Be Honest. Lying on your CV is a waste of your time as well as for your prospective employer. Adding six months to your time in a job can seem like a good idea, but if you are caught out you will have lost the job for sure. But don't sell yourself short. If you think the three summers you spent working for a charity in France show your knowledge of the country and its culture you should say so.

5) IT Skills. You must list all software packages, hardware platforms, operating systems, programming languages, databases, utilities etc that you are currently familiar with. Don't list packages that you haven't used for years, because if you are asked about them at interview you will look foolish.

6) Education. Give equal attention to achievements while at University - but not if you have been in the job market for more than two years. Captain of the debating team, student union rep, set designer for the university play all show you to be enthusiastic, a self-starter and full of initiative.

7) Don't Overcrowd Your CV. Don't feel you need to keep your CV to one page. If it's three pages then fine, as long as the content and layout is appropriate. If your potential employer has to work hard to read your CV, they will quickly lose interest.

8) Spelling. No employer will want to hire someone who can't be bothered to check their own work and typos and grammatical errors mean your CV goes straight in the bin. Don't rely on the spell check to pick up any mistakes, read it over thoroughly.

9) Two Pairs of Eyes. Ask someone else to proof read your CV for you as a fresh eye is useful to spot mistakes or offer suggestions. Once you've read your CV three or four times, it's difficult to stand back and look at it objectively. Never try and finish your CV in one sitting, always go back to it after a couple of days.

10) References. Check with referees before you use their names. There's nothing worse than using someone who has either moved on or holds a grudge against you. The best people to use for references are your current employer or a professor or teacher at your college/university.

You can find templates for a Europass CV at the www pages of the European Commission.

Cover letter Construction

A covering letter, or cover letter, is a letter that is typically sent with a CV or resume when applying for a job. Often cover letters are not read until after the CV

or resume has been reviewed. Despite this, they provide an invaluable opportunity to communicate directly with your prospective employer.

Why write a covering letter?

The purpose of a covering letter is threefold:

- To sell yourself and convince the employer of your suitability and enthusiasm for the role.
- To highlight any particular information from your CV or resume which is especially notable or relevant.
- To communicate any other information such as special circumstances or availability for interview.

All covering letters should adopt a simple, concise and formal style.

Top 3 Tips

- Always write to a specific individual - never address covering letters to Dear 'Sir' or 'Madam'. Use "Mr", "Mrs", "Miss" or "Ms" and then your contact's surname. Never use their first name.
- Tailor your letters to each application - don't mass produce them. You will undoubtedly get more interviews by sending out a small number of well written covering letters, than by sending out many poorly written ones.
- Keep things concise - three or four brief paragraphs is fine. A covering letter should be a maximum of one A4 page.

Further Information

- Mention any relevant qualifications
- Mention any relevant work
- Refer to any training or details mentioned in the advert.
- Remember to compliment firms on their reputation or other characteristics.
- Letters addressed to a specific person, should be signed with 'Yours sincerely'. Letters addressed to Sir/Madam should be signed 'Yours Faithfully'.
- Include your mobile telephone number in the letter.
- If the work was in a specific industry (e.g. tax advice), we would have mentioned this too, and why we are interested & suitable.
- Keep your covering letter concise - only use one side of A4 paper.

In conclusion, you must do the following

- Highlight any relevant experience & qualifications (degree & current role)
- Show a desire to work for an employer.

- Explain why you want the job & what the benefit to you is.
- indicate how you can be reached.
- Use the structure set out in the example cover letter as a guide. Make sure that when your
- letter is finished your spelling and grammar is flawless. A carelessly written cover letter will almost certainly guarantee a rejection.

3.4. Methodical material for training on basic skills in computing

3.4.1. Using the computer

Open & shut down the computer

Desktop

Test

3.4.2. Word application

Opening a word application

Formatting a word application using bars

Saving files

Making a folder when saving

Opening a file which already exists

3.4.3. Communication and computers

Write an e-mail message – send it now

Write an e-mail message – send it later

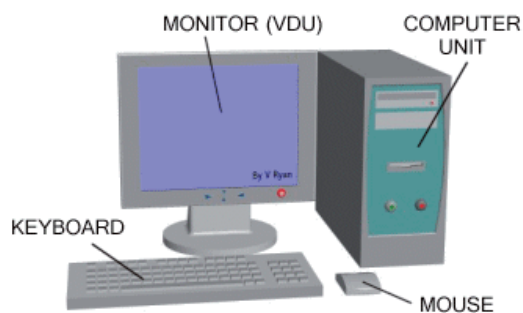
Send an e-mail in a hurry

Attach a file to an e-mail message

3.4.1. Using the computer

Objective

This unit is aimed at teaching students how to use a computer system so that they can use the system competently to achieve their tasks.



Students will be able to:

1. Learn how to open the computer
2. Learn how to close the computer
3. Be familiar with the desktop

Open & shut down the computer

The opening of computer becomes with the **push of** switch in the computer unit.

It corresponds in the push of the switch operation that required for the opening of any device. Then it is automatically charged the operating system of Windows.

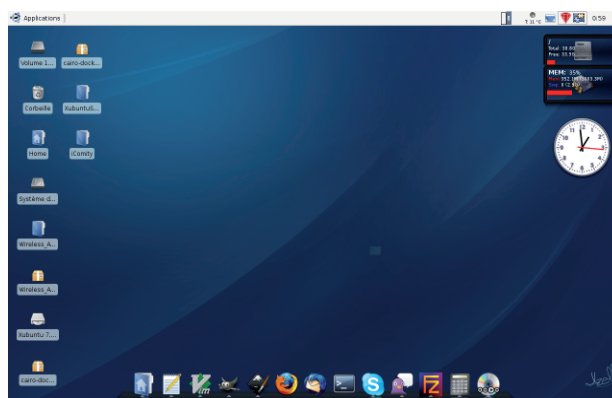
In order to **shut down** the computer users should follow the following steps:

Open & shut down the computer

1. Click on the **Start button** and select **Shut Down**
2. Make sure that **Shut Down** is still selected and
3. Click **OK**



Desktop



The desktop is name of the **screen** that opens after **the Operating System** has loaded and in some cases, after you have logged on to the computer system.

Store folders, files, and application icons on the desktop.

The main button of the desktop is the **start button**. There are many things that a person can do using this button. **For example:**

1. You can run program,
2. You can find programs or documents,
3. You can search for folders or files,
4. You can use the settings option,
5. You can use the help option

Test (Select one answer)

1. The opening of computer becomes with the push of switch in the computer unit.
True False
2. The shutting down of computer becomes with the push of switch in the computer unit
True False
3. The shutting down of computer becomes within Start Button
True False

3.4.2. Word application

Objective

Being able to use a word-processor is necessary in today's society. Few people use typewriters when a computer provides a better alternative. There are clear advantages of using a word-processor compared to the usual method of writing on paper or typing with a typewriter. Users should appreciate the use of a word-processor and be encouraged to use it for most writing tasks. The objective is not to train a qualified typist or secretary, but the knowledge of word-processing and keyboard skills is an advantage when seeking employment

Students will be able to:

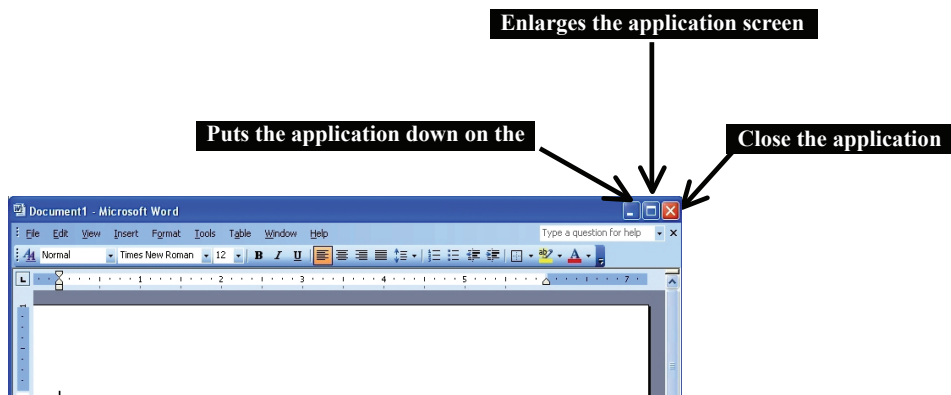
1. Produce a word application
2. Apply some basic changes to the word application
3. Save a word file
4. Make a folder when saving

Opening a word application

There are many ways to open a word application

1. Use the start button, then select Microsoft office, and finally select Microsoft word
2. Use shortcut on the desktop

Formatting a word application using bars



Saving files

This section describes the essential steps in order to save a file

1. Click on **File**
2. Highlight **save as** and Press **Enter**
3. Specify **the correct folder in the Save in Field**
4. **Name** your file by **typing a file name** in the **File Name** field
5. Click on **Save**

Note: there is a difference between **Save** and **Save As**

- * **Save** – overwrites or updates the file you are working in
- * **Save As** – Allows you to change the name of the file and / or the location of the file, but will work the same as “**Save**”.

You can also use the Save icon on the Standard tool bar



Making a folder when saving



Click this icon to open up the folders

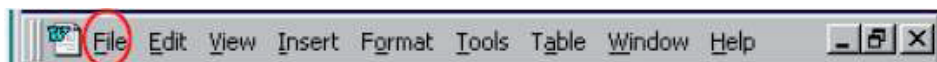
Click this icon to go up one tier

Click this icon to create a new file folder

Opening a file which already exists

This section presents the instructions in order to open a file

1. Click on **File** on the **menu bar**



2. Find the **file name** you want to open look for the **drive letter**, **folder** and **file name**
3. Highlight **Open**. Press **Enter**
4. Click on **Open**

Another way to open a file is the **use of the right icon** on the **Standard Tool Bar**



3.4.3. Communication and computers

Objective

This module is referred to the means of electronic communication such as the electronic mail (e-mail) concerning the possibility to **Send** and **receive messages** and **documents** by using e-mail facilities.

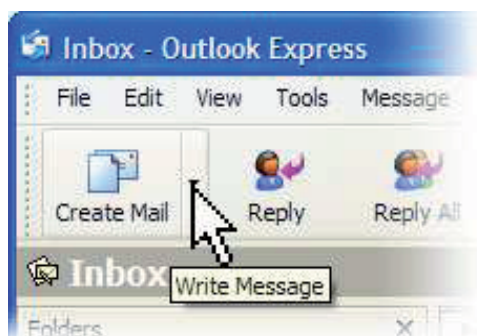
Students will be able to:

1. Learn how to write and send an e- mail message
2. Learn how to attach a file to an e-mail message

Write an e-mail message send it now

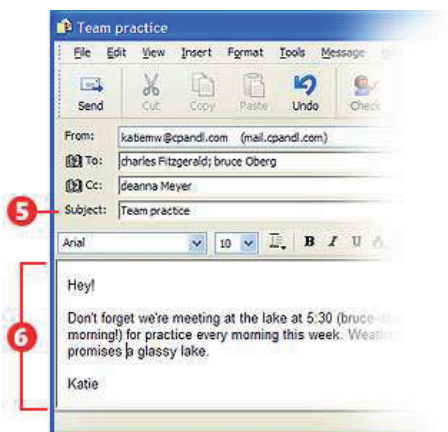
Type few letters of the person's name in the **To** or **CC (for carbon copy) lines, and then Outlook Express** automatically supplies the full address from the address book.

1. Click the Create Mail button.



2. In the **To** box, type the first few letters of the recipient's name as shown below. When **Outlook Express** proposes the name that you want, press the **Enter** key. If the name isn't in the address book, type the **complete e-mail address**. Capitalization doesn't matter, and there should be no spaces in the address.
3. **Repeat step 2 for each person** you want to send the message to, separating names with a comma or semi-colon.
4. To send copies of e-mail, follow steps 2 and 3 above in the **CC box as shown below** for each person who will get a copy.

If **Outlook Express** asks for confirmation of any name, click the correct name in the **Check Names** box, and click **OK**.



E-mail message subject and body, and Send button.

Write an e-mail message send it later

Protect the privacy of the recipients' e-mail addresses. The polite way to send e-mail to a large group of people—a change of e-mail address, a joke, and so on—is to put the recipients' name in the **BCC (blind carbon copy) line**. Names and e-mail addresses in the **BCC line** are invisible to everyone who receives the message; when a recipient opens the message, only the sender's name appears (in the To line). If the **BCC** line isn't visible, on the **View menu**, click **All Headers**. **Then follow the instructions in step 2 above to add names to the BCC line.**

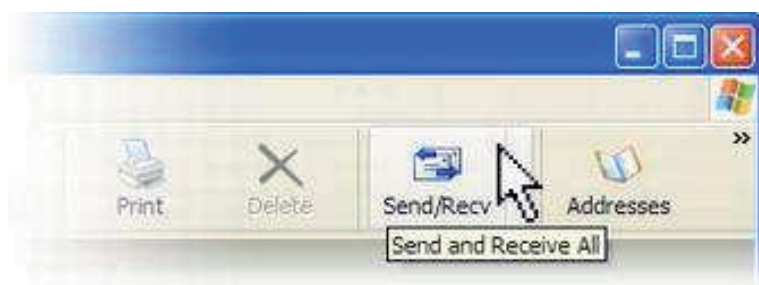
You can compose e-mail while the computer is disconnected from the Internet. Follow the steps in the **Write an E-Mail Message, Send it now** section above. When click **Send**, Outlook Express let you know that it's storing the message in the **Outbox**—it's in the Folder list—and then send it automatically when you go online.

Save e-mail. Outlook Express also automatically saves messages as you write them, so if the computer shuts down unexpectedly, the messages will be waiting for you in the **Drafts folder**. But for extra safety, it's not a bad idea—particularly for an important message—to save the email message as you write. To do this, click **Save**, on the **File menu**.

Send an e-mail in a hurry

If **Outlook Express** doesn't send the e-mail messages as fast as you would like, there is a solution to the problem. Click the **Send/Recv button**.

Outlook Express immediately **sends all messages** in the Outbox (and retrieves any messages from the Internet service provider).



Send/Recv button on Outlook Express toolbar

Attach a file to an e-mail message

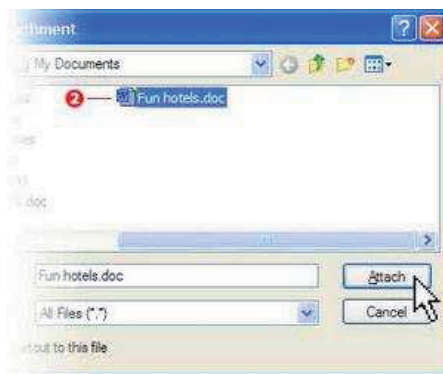
It's easy to attach files to e-mail—a picture of the new baby, a document, a file, etc. It's rather like paper-clipping something to a letter.

1. In your message, click the **Attach button**.

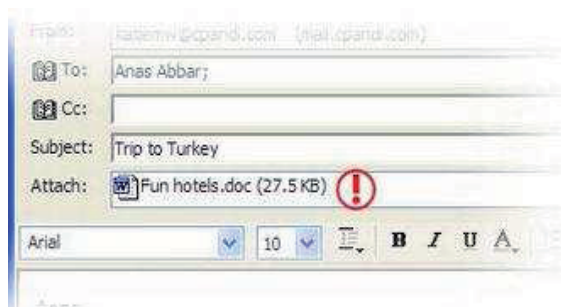


2. You have to browse until you find the file that want to attach as shown below.
3. Click the file, and then click Attach as shown below.

If you want to enclose more than one file, repeat **steps 1 through 3**.



4. Finish the message, and click the Send button.



Attach field showing attached document

3.5. Methodical material for business environment assessment, for business start-up and development

5. Business environment and assessment Business start- up and development		Total hours	Theory hours	Practice hours
		12	4	8
3.5.1	Business success	1½	½	1
3.5.2	Contract Job and self-employment	1⅓	⅓	1
3.5.3	Business ideas and partners	1⅓	⅓	1
3.5.4	Concept of the business project	1⅓	⅓	1
3.5.5	Core of the business project	½	½	
3.5.6	Requirements for preparing a business plan	½	½	
3.5.7	Contents of a business project	2½	1½	1
3.5.8	Preparation and presentation of a small project	3		3

3.5.1. Business success

(theory)

Business success has been received within the scope of enterprise success and the person success:

- a) The enterprise success:
 - financial effectiveness /profit/,
 - complex effectiveness;
 - satisfaction of the owner;
 - satisfaction of customers- market status;
 - satisfaction of employees;
 - the satisfaction of the legal and administrative environments as well as tax system;
 - share in the local and trade development;
 - prestige;
 - other.
- b) The person success connected with professional work:
 - improvement – providing the level of life/ fulfilment of the needs of the worker, his or her family and the environment;
 - professional development, acquisition of a status of an expert in the personal professional field;
 - ensuring the stability of work;
 - keeping balance between the professional work and the personal life, family, environment;
 - undertaking new initiatives, ideas;
 - providing proportions between the independence, autonomy and submitting to the employer;

- performing work in a resourceful manner;
- the will power resulting in reaching the aims;
- people management;
- prestige, social status;
- c) Professional success of a person:
 - the work and financial, material remuneration;
 - possibility of the salary rise;
 - stable employment;
 - creating proportions between the engagement at work and personal/family life, relations with environment (work-life balance);
 - friendly working environment;
 - comprehensible and achievable paths of promotion, achieving a position in the enterprise;
 - financing further development and education;
 - defining the independence at work, independent working time management;
 - work within the scope of products and services of a business interesting for the worker.
 - Presentation case-study of the successes of people, enterprises characteristic for a given region, place;
 - Benchmarking method

(practice)

Persons, enterprises get information through:

- a) external audit;
- b) internal audit;

The SWOT analysis has been used for diagnosing opportunities and threats in the enterprise surroundings as well as strengths and weaknesses inside the enterprise.

Opportunities	Strengths
(economy condition, demographic changes, market etc.)	(original product, unique technology, position on the market etc.)
Threats	Weaknesses
(competition, taxes, distribution, etc.)	(costs, lack of knowledge of the marketing, etc.)

Learners choose individually components of their own current person success. They will put the components in order starting from the most important element, they define its level in quantity or quality. Group discussion without a trainer (LSD). Discussion with a trainer.

Learners individually define aims which can be accomplished thanks to professional work. They will put the components in order starting from the most important element, they define its level in quantity or quality. Group discussion without a trainer (LSD). Discussion with a trainer.

Learners individually define the elements of enterprise success. will put the components in order starting from the most important element, they define its level in quantity or quality. Group discussion without a trainer (LSD). Discussion with a trainer.

Learners individually create a model of connecting the personal success with the aims of personal success and the aims of the enterprise. Group discussion aimed at cooperation with a trainer.

Estimation of the learners' initiative during the course: self-esteem, the evaluation of the trainer, common evaluation of the trainer and the learners.

3.5.2. Contract job and self employment

(theory)

Contract job concerns mainly permanent cooperation with enterprises. For the employees this means /in comparison with self-employment/ more stable professional work situation, narrower scope of professional responsibility, submitting to the management, use of the achievements and the contacts of the enterprise for development of the employee.

Employers employing workers wait for the people with professional experience (also after training period, traineeship, voluntary work), with experience in professional business and with references.

Self-employment is most frequently one-man business activity. A natural person undertakes a business activity on one's own account and risk. Due to the fact there may be usually achieved tax savings and savings of personal costs- in comparison to a contract- job.

Self- employment is usually associated with resourcefulness, creativity, activeness, the use of possibilities, and individual use of different kinds of financial and organizational support, undertaking risk. There is usually low formal arduousness at the start, convenient are the tax forms, uncomplicated way of liquidation. The drawbacks include financial responsibility for the financial obligations of the company, difficulties in acquiring capital. It requires, apart from the concept of the business activity, a little financial capital- and depending on the specificity- material and informational capital. Significant shall be finding and undertaking cooperation with different types of funds in embryonic form, agencies supporting resourcefulness, mines of resourcefulness, state and self-government administration supporting development of resourcefulness, with banks, etc. Very important

shall be knowledge of legal duties in case of undertaking self employment (registrations, licenses, permissions, taxes).

(practice)

- a) Learners individually diagnose main factors, stay in their surrounding in a place, region, in a professional business or an enterprise which decide about making a contract-job: fact-finding method. Group discussion without a trainer directed at competition. Observation of the learners in accordance with the report with the scale 1÷5.
- b) Learners individually diagnose main factors, stay in their surrounding in a place, region, in a professional business or an enterprise which decide about self-employment: fact-finding method. Group discussion without a trainer directed at competition. Observation of the learners in accordance with the report with the scale 1÷5.
- c) Learners individually conduct self-esteem of their own needs, possibilities of planning, bookkeeping, manner of work, HR, marketing management, cooperation, quality management, product launches: group discussion conducted by the trainer directed at competition.
- d) Learners individually conduct self-esteem of the business management concerning: strategic-tactical- operational planning managing the product- distribution-price –promotion, HR, finances, information: indirection of conducting a business. They particularly specify their competence for acquiring investors, anticipation of investment questions; and also opportunities of developing an action plan to develop their business activity.
- e) Learners individually make a specification and self-esteem of the main factors resulting from their needs, situation, personality, competence, experience, capital, for and against contract job, self-employment. They define the level (strength) of these elements both in quality and quantity. Group discussion with participation of a trainer directed at competition. Observation of the learners in accordance with the report with the scale 1÷5.
- f) Learners individually specify the most significant factors, elements and states comprising chances, dangers, strengths and weaknesses of undertaking a contract-job and separately self-employment: SWOT method. Group discussion with participation of a trainer directed at competition. Observation of the learners in accordance with the report with the scale 1÷5.

3.5.3. Business ideas and partners

(theory)

The main business idea consists in defining the vision of the future and the long-term activity directions (over 10 years), connected with the role-participa-

tion of the enterprise in development, society serving. This should be combined with the profit and profitability, positive financial situation, (financial stability, capital structure), market turnover, (turnover volume, share in the market, market position, new markets, HR, connected with the social position (image and prestige). There shall be distinguished one basic concept of marketing management:

- customer oriented (the needs, preferences, marketing and consumer behaviours),
- profit orientation,
- marketing activity interpretation orientation.

The most frequently recommended has been selection of a proper proportion of the three orientations. The effective defining of the business ideas requires answering the questions:

- a) if there are rivals, their characteristics,
- b) if there are customers (clients), their characteristics,
- c) what are the financial, human, material and information capitals at our disposal,
- d) what are the values/utilities as products we want to transfer to our recipients?

Search for business ideas requires:

- a) Gathering information concerning the competition, markets, and environment.
- b) Transforming information into long-term, mid-term and short-term aims; strategic, tactical and operational plans.
- c) Combining aims, information, plans, methods and means of activity into one uniform coherent concept business idea taking into account the desire for success.

In the business search the following questions have been used:

- what is the subject of sale, consumption, production, etc.,
- who is the rival, customer, consumer, organizational observer, etc.,
- when there is a demand; the rivals are active, the customer purchases, etc.,
- what the consumers, rivals, customers, organizational observers do; how to make a product/ how to sell, etc.
- why the rivals behave in such specific manner; the customers buy; there is chosen one specific business idea, etc.,
- how much- profitability of the business idea, effectiveness of the rivals, total costs and the product purchase costs by the client, etc.

The secondary sources of information of the utmost importance include:

- the opinions of specialists, experts, people of success,
- press/the Internet- economy and professional,

- materials from offices, branch offices, institutions, economic self-government, etc.,
- materials concerning the results of the research of the market, economy development, business development including statistical publications, reports,
- business register, address publishing,

Their supplement is observation and experiment with regard to rivals, customers, consumers, of the own enterprise.

The search for business idea shall use: interview, questionnaire, panel realized personally, through the Internet, telephone or in some other way.

Significant shall be aiming at accuracy of the research (rapprochement to real states), precision of the research (repetitiveness of the research results), representative nature of the research (the results reflect the views, aspirations of a precisely specified researched group).

The report from the search for business contains the following main information:

- a) the aim- method, who, when and where realized the search,
- b) the general/ representative trial contained in the research,
- c) how the search was conducted,
- d) accuracy, precision and repetitiveness of the search,
- e) significant results of the research, their interpretation.

The finding of the business idea shall be more effective when:

- 1) there is used cooperation, connections with specialists, advisers, and the people of success,
- 2) it orients significantly to consumers, customers, to understanding and appreciation of their needs, preferences, methods of conduct,
- 3) there develops the will strength, determination of action,
- 4) flexibility appears in actions,
- 5) it adjusts to opportunities;
- 6) obeyed shall be aiming at effectiveness (efficiency), rationality with the use of available modern technologies- information, and other, outsourcing, etc.,
- 7) mental and physical fitness are maintained, suitable relations with business partners as well as with the personal, family and local environment.

(practice)

Learners create individually detailed research questions according to the question model. They present and discuss in a group under the supervision of a trainer.

Learners individually work out a search for business idea plan. They present and discuss in a group under the supervision of a trainer.

They search for business idea using a brainstorm method or another, depending on uniqueness of the region, performance possibilities: group work under the supervision of a trainer.

3.5.4. Concept of the business project

(theory)

Concept of the business project presents internally integrated system of views, values, attitudes and activities aiming at effective business realization. The procedure of a perfect business assumes specifying, for a given market segment, such activities which enable achieving maximum effect with fulfilling the expectations of the product consumers. The concepts of business ideas are subject to a choice due to technical, physical feasibility. There are defined specifications of the products and their characteristics. The costs, quality and reliability are optimized.

The above mentioned operations allow specifying production capacity which bases on:

- estimation of the present and future demand,
- specifying personal needs concerning financial, human, material, informational capital,
- proposition of the use of personal capitals for satisfying the demand,
- verification of business activity effectiveness,
- pointing: major threats, long-term results of business realization.

Basing on the aims, preferences of the clients real becomes the final version of the product, which will:

- a) be technically and technologically feasible,
- b) be possible to conduct through distribution from the producer to consumer,
- c) have price accepted on the market,
- d) possible to be promoted,
- e) financially effective.

The art of the business project requires specifying variants of the concepts through the choice of:

- 1) products with different features, quality and quantity,
- 2) different prices of products,
- 3) varied manners of distribution,
- 4) proper ways of promotion.

Comprehensively with regard to the required financial effectiveness. In the activity of an enterprise on the market there are made choices from 3 basic conduct concepts:

- a) an action not varied to particular market segments,
- b) an action varied to particular market segments,
- c) concentrated action,

- d) an individualized action (mainly on the supply market for other enterprises and organizations).

Placing a product on the market consists in giving the product specific features, and also the features of the price creation realization, distribution, and promotion- in a way, that in the consciousness, views of the consumers, the product has separate, noticeable, attractive place. Placing is applied by diversification of: features, the quality of product, packaging, usefulness- application, producer, consumers, the price, image, selling ways, promotion, etc. The most significant is to subordinate placing to the consumers' concepts, fulfilling their expectations. The most important placing options are:

- 1) placing to one market segment,
- 2) placing to many market segments,
- 3) imitative placing (similar to some other brand)
- 4) anticipation placing (change of the target market)
- 5) adaptation placing (adjusting to market changes)
- 6) defensive placing (introducing a new brand as a supplementation of the attractive already existing own product).

Next there is a detailed choice of technologies, and means and equipment being in use etc., connecting them with location, layout.

A necessary stage of designing shall be making decision- who will do which job.

(practice)

There are following attitudes towards creation of a business project:

- a) attitude based on values (views, convictions, intuition),
- b) attitude based on a wallet (estimation of: a market, an enterprise).

Segmentation of the market and specifying the target market.

In order to adjust the product to needs of a chosen group of clients, the anticipated group is distinguished according to their demographic, geographic, economic, psychological-social features. A segment of the market comprises the people behaving similarly with regard to the product, prices, etc. Having knowledge of the market segments the enterprise can make choice of the target market (the most attractive).

BCG matrix allows for analyzing an enterprise with regard to:

- the scale of sales,
- market increase,
- income from a business activity.

Market dynamics

Stars	Question marks	high
Milk cows	dogs	low
high		<u>low</u>

Relative share in the market

Currently sold products and planned products are qualified to one of the 4 groups of BCG matrices. This placing should direct further enterprise management. The PM matrix defines the most optimal actions of the enterprise from the 4 possible described in the chart:

Market penetration	Product development	<u>Previous market</u>
Market development	Diversification	<u>New market</u>
<u>Previous product</u>		<u>New product</u>

Helpful shall be analysis of the undertaking range (analysis of the structure of activity- products- incomes). As a result of the analysis the rules (capitals) may be applied to the most profitable scopes of activity.

The SG matrix allows for specifying the usefulness of different activities of an enterprise with regard to the attractiveness of the market business and to the strength of the unit (enterprise).

The strength of a unit (market status, product quality, product attractiveness, its price, etc.)			
BIG	MEDIUM	SMALL	
			BIG
			MEDIUM
			SMALL
The business attractiveness (development, sales convenience, market absorption level, number of rivals, etc.)			

Learners individually create a concept of the business project: group discussion conducted by the trainer directed at competition.

3.5.5. Core of the business project

(theory)

Business project gives possibility of the entrepreneur adjustment to the environment requirements. It also specifies necessary internal sources and procedures of work. On creation of the business project very helpful may be answering the following questions by the entrepreneur:

- a) what opportunities does the environment give to the entrepreneur?
- b) what are the strong points of the entrepreneur?
- c) what does the entrepreneur precisely want?
- d) what manners are necessary to achieve the aims of the entrepreneur?
- e) what does the entrepreneur want in the future?

On the stage of business project the following main issues are usually defined:

- a) ownership (starting a new enterprise, franchising, purchase of the already existing enterprise),
- b) ownership form (one man, company),
- c) financing sources,
- d) management (qualifications, posts, organization scheme, managing, control).

Directing internal activity of an enterprise mainly consists in:

- a) designing and making a product (features, pattern, assortment, quality, brand, guarantees, packaging, service, etc.),
- b) conducting a price creation (the price, discounts, price reductions, price encouragements, payment terms, credits etc.),
- c) distribution (ways of transferring the product to the recipient, location of the sales place, logistics, reserves, transport, intermediaries etc.),
- d) promotion (trade information, commercial, sponsoring, promotion of the sales place, direct marketing, etc.),
- e) managing people inside the enterprise (aims, objectives, duties, rights, responsibility, etc.),
- f) influence on the environment (change of tastes and fashion of the clients, new needs of the clients, etc.),
- g) usage of the new technologies (information- e-commerce, just-in-time, customers' service etc.).

3.5.6. Requirements for preparing a business project

(theory)

Business project complied in order to authenticate the undertaking, the enterprise, and new initiative. Addressee of the business project (BP) can be:

- 1) organizations, people from outside (creditors, banks, investors, potential business partners),

2) the entrepreneur, the enterprise workers (internal use),

Recipients – BP users anticipate demonstrating that the enterprise works effectively, does not take any risk, proves very high possibility of the enterprise success. At the same time the BP plays informational role. Implementation of the BP to the activity enables directing activeness. The necessary control is conducted through comparison of the achieved results with BP (control function).

Making the workers aware as for the essence of the performed business, their motivation – appears due to the use of BP- internal information function.

Business project preparation process should be:

- a) planned, together with making decisions (specifying the main and partial aims as well as deciding about optimal aims achievement),
- b) organizing (grouping aims, actions, sources),
- c) managing (motivation, realization, directing),
- d) controlling and estimating (corrections, monitoring of aims).

Creating of a business project requires realization of a system action.

1. It is necessary to deal with all the scheduled actions, elements of the project in a proper order.
2. Very significant is considering bounds, mutual influence of separate elements on each other.
3. It is important to submit all individual works, analyses, directing particular elements of the project, bounds among them, at the main aim of the business plan creation.

Significant shall be the plan of preparing business project which shows what and when to do:

- decision about starting an activity,
- analysis of own possibilities and intentions,
- the choice of a product,
- market research,
- forecasting the profit from sales,
- the choice of location, time,
- working out the plan of production and trade,
- working out the marketing plan,
- working out the organization plan,
- working out the plan of legal and administrative actions,
- working out the plan of insurance,
- working out the plan of bookkeeping,
- working out the financial plan,
- writing a letter, report, presenting the enterprise.

Significant shall be the sequence of working out particular elements of the project, resulting from possessing information concerning the remaining elements of the project.

Main obstacles at creating a business project:

- a) improperly specified aims,
- b) improper system of motivation,
- c) considering a dynamic and complex environment, defining the level of its unpredictability,
- d) reluctance to specify the aims, accurate analysis,
- e) resistance towards changes,
- f) limitations of the freedom of action (lack of ideas, capital, co-workers),
- g) formalization of the project is not accepted by the entrepreneur,
- h) the costs of the project creation,
- i) overestimation of the numerical data (number fetish)

The above mentioned obstacles shall be revealed, in turns:

- a) understand the essence of the aims,
- b) communicate with the environment, participate in the environment and understand it,
- c) the project should be coherent in the aims horizontally and vertically,
- d) specify the authenticity of the author of the project, effectiveness of his work, effective system of rewarding.

Business project should be:

- a) feasible,
- b) effective,
- c) specific (different from other enterprises),
- d) using external possibilities, internal strengths, in order to make advantage on the market,
- e) motivating for action.

The form and the content of the BP should be easy to read, to understand, clear and assimilable. At the same time this material should prove the authenticity of the analyses (numerical data, results and authenticity of the conclusions. The BP details are adjusted to the requirements of the project recipient (for example a bank anticipates information concerning financial security of the undertaking).

In BP it is necessary to use the numerical data to the greatest possible extent, which causes that the BP is specific, the aims and results are measurable and achievable, feasible in strictly defined periods.

3.5.7. Contents of a business project

(theory)

1. Description of a project constitutes a very big abridgement of the whole BP, after reading the description the recipient of the BP should get the view of the whole project. In the description there are descriptions of what is going

to be done, crucial problems of the whole activeness, the most important conclusions. The description capacity should not exceed 2 pages.

- introduction;
- the enterprise name, location, how-where-when it was established;
- the most important parts of the undertaking;
- the planned costs and financial requirements;
- financial forecasts;
- the planned results.

Description is created as the final stage of the business project preparing.

2. Enterprise /undertaking/.

- name, location, establishing, ownership;
- financial, material, human, information capitals;
- management; financial condition;
- production/ trade activity; the activity results;
- detailed values and advantages.

3. Business idea.

- description of a product/ an undertaking: the essence, feature, quality, assortment, uniqueness, attractiveness, usage of: technology, analyses and research; consequences for : distribution, price, promotion, personnel, environment; completing binding and recommended requirements, orders and recommendations;
- financial consequences of the product acceptance;
- consequences of technical arrangement of the product acceptance (management, production, marketing, etc.).

4. Market.

- analysis of the economy climate and the condition of economic situation;
- branch analysis (trends, pace of development, stage of development: initial- growth- maturity- decline, specificity);
- description of the present and future competitors (specific enterprises, positions and share in the market, threats and weaknesses of the rivals, specificity, manners of activity);
- consumers/clients: segmentation criteria, segmentation, target market, detailed description of the needs and preferences of the segment and the target market, absorbency of the market;
- pointing and proving that despite the competition the new product will be successful on the market, the source of competitive advantage, the planned share and position in the market.

5. Price plan.

- the method of specifying the price; the height of price;
- price reductions, discounts, and other price encouragements;
- the price attractiveness and uniqueness.

6. Distribution plan.
 - where, when and how the clients will be able to buy the product;
 - distribution channels;
 - the choice of a direct or (and) an indirect distribution with justification of the choice;
 - the choice of the intermediaries with justification of the choice;
 - financial effectiveness of the distribution channels and intermediaries.
7. Promotion plan.
 - content and form of the information concerning the product, price, distribution;
 - where, when and how to transfer information about the product, price, distribution;
 - content and form of the information persuading to consumption and purchase of the product;
 - where, when and how to transfer persuading information;
 - content and form of the information forcing consumption/purchase of the product (as far as the forcing information will be transferred)
 - where, when and how to transfer information forcing the consumption and purchase of the product (as far as the forcing information will be transferred)
 - effectiveness of promotion.
8. Technical feasibility, manpower, resources, natural environment.
 - technology and technique of production/trade;
 - technical documentation of the product, production, trade (if required);
 - permission for construction, the plan of land development, etc. (if required);
 - resources used for production/trade;
 - permissions/ certificates/ licenses etc. (if required);
 - specification of the production/trade activity, know-how and special skills;
 - suppliers, supply of the resources, hardware, equipment;
 - accessibility and the usage of media (electric energy, gas water, sewage system, waste disposal);
 - communication accessibility and technological convenience of production/trade;
 - section of costs of operational activity through the main types of expenditures;
 - cost and quality of the resources, equipment and hardware.
9. Management (you skip this if you are self- employed).
 - organizational structure (organizational scheme):
 - a) functional (finances, production, marketing and other);

- b) objective (according to products assortment);
 - c) geographical (according to location of the production/trade);
 - d) matrix (the workers are subject to at least 2 managers);
 - e) mixed:
 - managing and performing work (tasks, duties, rights, responsibility).
10. Financial plan.
- costs in structural division into the place of activity, hardware, equipment, resources, other material, human, informational and other important depending on the branch, region, situation;
 - structure of the personal and foreign financial capital in division into the type of financial capital, the source of acquiring, financial conditions (acquisition costs etc.);
 - the capacity of production (sales), sales prices, income in division into products, place of activity and other;
 - financial indicators of financial condition:
 - a) effectiveness = costs/incomes;
 - b) current fluidity = current assets/current liabilities;
 - c) return from investments = net profit/assets in general, and other indicators depending on the branch, region, situation;
 - d) critical indicators specifying effectiveness/structure of the indicators' level in time division.
11. Government regulations and support.
- law, administration, local/branch regulations of production-trade;
 - governmental support of business activity;
 - non-governmental support of business activity.

(practice)

- analysis of understanding of particular parts of the business project: individual work, discussion conducted by the trainer.

3.5.8. Preparation and presentation of a small project

(practice)

- specifying individually particular initial states for creation of a business project with the fact-finding method, and also with methods listed above in chapter 5.;
- individual interpretation of the found information; group discussion with participation of the trainer;
- individual creation of a business project;

- presentation of business projects: presentation, group discussion conducted by the trainer directed at competition, self-assessment and estimation of the learners by the trainer.

3.6. Materials for competition of business plans

The Business Plan Contest aims to provide an integrative learning experience for participants in the GESPEN project. The contest should generate hundreds of business plans, and winners and non-winners alike should go on to implement their plans and start successful enterprises.

The Contest is sponsored by each partner institution member of the GESPEN project and their own National Agencies of the Grundtvig programme.

While it is hoped that business plans developed for the GESPEN Business Plan Contest will reflect real opportunities, there is no obligation for the winners to implement their business plans. More important is that the participants learn about the new venture creation process through their team's efforts, their work with trainers, and their presentations to the judges.

Whether you go on to implement your business plan or not, your experience will be an exciting, challenging, and rewarding one. We look forward to reading your business plans and hope that this contest will play a part in the success of any entrepreneurial venture you may be involved with during your career!

Objectives

The contest has three primary objectives:

1. To educate GESPEN course participants in creating and evaluating new business ventures;
2. To prepare GESPEN course participants for opportunities in entrepreneurship;
3. To harness the unique resources that GESPEN and its communities offer.

Overview of Contest

1. First, you must form a team around an idea of an enterprise. All GESPEN teams must have at least one GESPEN course participant.
2. Next, you must obtain a GESPEN advisor for this team.
3. Fill the entry form (to be prepared by each partner Institution), declaring your participation in the Contest and your (signed) GESPEN Advisor.

Requirements for Teams

A team should consist of GESPEN course participants and / or course participants from any of the partner institutions. The spirit of the contest is that it is both

an educational experience for course participants and a potential launch pad for those course participants who wish to start a business.

We encourage GESPEN course participants to work with course participants from other centres of non-formal education as well as course participants from other partner institutions. We also encourage course participants to work with entrepreneurs, scientists and business executives.

It is strongly encouraged that teams include a minimum of three members. Note that every team must have a minimum of one GESPEN course participant from the home institution.

Course participants may participate in up to two teams. However, experience suggests that course participants should restrict their participation to a single team for several reasons:

- 1) to avoid any conflicts of interest between potential businesses;
- 2) to avoid the impression of lack of real commitment to one particular business plan.

Requirements for the Business Idea

The objective of the Business Plan Contest is to provide a meaningful learning experience for course participants who are interested in pursuing an entrepreneurial opportunity at some point in their careers. As such, most ideas entered in the competition will be ideas for a new business.

Requirements for GESPEN Advisor

Each team must have an GESPEN advisor. When the team makes its entry submission, it must also submit the GESPEN advisor approval form with the signature of the GESPEN member who has agreed to advise the team.

Abiding by Community Values and Policies

As members of the GESPEN community, course participants agree to abide by our shared community values, such as respect for others, honesty and integrity, and accountability for personal behaviour.

According to our plagiarism policy, if the business plan is submitted to more than one partner institution or if it is found not to be an original idea, the project will be disqualified and course participants may be subject to further disciplinary action.

Deadlines

1. Entry Form

An online Entry form or a hardcopy is required for entering the contest (each partner is free to decide the type of entry form).

2. Final Plan Submission

Each partner is free to decide the content of the submissions plans.

Live Presentations

1. First Round of Judging

All GESPEN Business Plan teams will be invited to make live presentations to a panel of judges. Details will be announced as the contest progresses.

2. Final Judging and Awards Presentation

The five semi-finalists' Business Plans will be distributed to a final judging panel of venture capitalists and entrepreneurs. The semi-finalists will be winnowed down to finalists, solely on the basis of quality of their submitted plans. Three finalists will make final presentations to a panel of judges and again at the Awards Presentation.

Prizes

1. First Prize

Diploma signed by partner institutions of the GESPEN project and a first prize sponsored by a partner institution member of the GESPEN Project.

2. Second and third Prize

Diploma signed by partner institutions of the GESPEN project and a second / third prize sponsored by a partner institution member of the GESPEN Project. Each participant will also receive a certificate of participation

Each Partner Institution member of the GESPEN Project can decide about the kind of prize.

Judging

Business plans are judged by a group of professionals from various industries including venture capitalists and entrepreneurs. The objective of the first round of judging will be to reduce the pool of contestants to a smaller group of "semi-finalists."

Judging Criteria

Judges will be asked to evaluate the plans based upon their likelihood of actually becoming the basis of a viable business; or the likelihood of making a meaningful contribution to an existing business.

Frequently Asked Questions

- Who is eligible to enter the contest?
- I am from another non formal education Institute (e.g., Third age University) but would like to take part. What should I do?

- How will I get contest information during the rest of the year?
- How can I find teammates?
- What is the faculty advisor's role?
- What other assistance is available?
- How can I protect the confidentiality of intellectual property?
- How is the prize money split?
- How can I identify a faculty advisor who might be interested in advising my team's plan?
- Who are the judges? What are their backgrounds?
- What if I don't have an idea for a business plan but want to be part of organizing the event?

Who is eligible to enter the contest?

All teams entered are eligible as long as they have at least one GESPEN course participant.

I am from another non formal education Institute (e.g., Third Age University) but would like to take part. What should I do?

People outside of GESPEN project would need to find an GESPEN team organized by at least one GESPEN course participant to join. This can be done by posting your interest in joining a team on the **Team Building** message board or contacting the course participant Co-Chairs for more information.

How will I get contest information during the rest of the year?

Contestants should check the Business Plan Contest Web site. Direct questions should be addressed to the Co-Chairs of the contest.

How can I find teammates?

For current GEPEN course participants, the GESPEN Entrepreneur's Network at Pbwiki.com can help you find other GESPEN teams and teammates. On this website, if you have an idea but are looking to add to your team, you can register and post your business profile so that individuals can search and find you. For those who do not have an idea but want to join a team, you can register your individual profile so that people with business ideas can find you.

Both GESPEN course participants and non-course participants can find teams and/or team members at the GESPEN WEB PAGE.

What is the GESPEN advisor's role?

Each team is required to have a GESPEN advisor. The GESPEN advisor will be active throughout the business plan development process and is responsible for approving all requests for funds, and ongoing review / plan development. Note that the GESPEN Advisor may be any member of the GESPEN Partner Institution.

What other assistance is available?

In addition to the GESPEN advisor, we run a speaker series in conjunction with the Contest. This includes a series of practical „how to” seminars related to

aspects of the business plan, networking opportunities to speak with other entrepreneurs and a forum in which to test business plan concepts and receive feedback. See the Contest Calendar for the full schedule.

How can I protect the confidentiality of intellectual property?

If you feel that significant confidentiality issues will arise in the course of preparing your plan, you should have a thorough understanding worked out with your team members in advance.

While every effort will be made to preserve the confidentiality of each submission, it is suggested that highly sensitive material be excluded from the entry if a team is concerned about the confidentiality of such material. Note, however, that teams will be making final presentations to an open audience. All reasonable measures to ensure the protection of intellectual property introduced and associated with the Contest will be taken. Members of the GESPEN Project and the organizers of the GESPEN Business Plan Contest cannot take further responsibility to protect the intellectual property or other rights of the contestants. Protection of such rights is ultimately the responsibility of each Contestant. Contestants are urged to mark as „CONFIDENTIAL” any portion of their entries which they consider to be confidential.

How is the prize split?

First, the winning team will receive a prize decided by each of the Business Plan Contest organizers in each country. Each team winning a prize will have sole responsibility for deciding how to allocate or otherwise use its prize proceeds. The organizers of the Contest will not become involved, either voluntarily or by request, in a team's decision concerning the allocation or use of prize proceeds.

How can I identify a GESPEN advisor who might be interested in advising my team's plan?

The following options are available:

- Course participants can look up teacher members' backgrounds and areas of academic interests on the GESPEN Web page and approach the appropriate professors - trainer with their idea.
- Course participants can contact the GESPEN local coordinator or contact person in their own Institutions.

Who are the judges? What are their backgrounds?

Contest judges will be drawn from a variety of backgrounds, including venture capitalists, lawyers, accountants, GESPEN alumni, entrepreneurs, University faculty and other professional or specialists deemed necessary to understand the commercial viability of a business idea.

What if I don't have an idea for a business plan but want to be part of organizing the event?

Direct inquiries to the organizing team. Course participants are encouraged to take part in this worthwhile event. Course participants can help on an as-available basis and need not worry about long-term time commitments.