



Funded by  
the European Union

Project Code: 2021-1-ES02-KA220-YOU-000028693

# entre YOUTH

Programul de formare a  
lucrătorilor pentru tineret  
antreprenorial privind  
antreprenoriatul alimentar  
urban sustenabil și circular

## Setul de instrumente Instruiește Lectorul pentru lucrători cu tineretul



UNIVERSIDAD  
DE ALMERÍA



CITIZENS  
IN POWER

helixconnect  
Consult. Finance. Grow.



Această operă este pusă la dispoziție sub Licența Creative  
Commons Atribuire-Necomercial 4.0 Internațional.  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

# Cuprins

## Capitolul 1: Idei și oportunitati

- 1.1. Introducere
- 1.2. Găsirea oportunităților
- 1.3. creativitate
- 1.4. Viziune
- 1.5. valorificarea ideilor
- 1.6. Gândire etică și durabilă
- 1.7. Concluzie

## Capitolul 2: Resurse

- 2.1. Introducere
- 2.2. Activități creative pentru a construi auto-conștientizarea și autoeficacitatea în rândul tinerilor
- 2.3. Crearea și menținerea motivației tinerilor
- 2.4. Resurse de mobilizare inovatoare și creative
- 2.5. Cele mai bune practici în furnizarea de formare pentru educația financiară
- 2.6. Concluzie

## Capitolul 3: În acțiune

- 3.1. Angajați creativ tinerii să ia inițiativă
- 3.2. Strategii de planificare și depășire a incertitudinilor
- 3.3. Învățați despre valoarea muncii în echipă... prin munca în echipă
- 3.4. Beneficiile învățării prin experiență

## Concluzie

## Referințe



# Capitolul 1: Idei și oportunitati

## 1.1 Introducere

În zilele noastre, tinerii din societatea noastră se confruntă cu mari provocări pentru a intra sau a rămâne pe piața muncii. Începând cu criza din 2008, acest sector a fost unul dintre cele mai afectate de șomaj, alături de populația de peste 55 de ani. Această situație a generat sărăcia intergenerațională care a crescut excluziunea socială a acestora.

În acest context, antreprenoriatul apare ca o soluție pentru a atenua această situație. Prin intermediul oportunităților și ideilor antreprenoriale, acestea sunt transformate în valoare (financiară, culturală sau socială).

De aceea a luat naștere cadrul EntreComp, acest proiect a permis o analiză aprofundată a lucrărilor de cercetare care permit promovarea antreprenoriatului. În acest scop, acest cadru descrie antreprenoriatul ca o competență transversală, care este împărțită în 3 domenii de competență, subdivizate în 15 domenii (Figura 1):

# Capitolul 1: Idei și oportunitati

**Figura 1.** Domenii și competențe ale modelului EntreComp Conceptual.



Sursă. EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework (2016)

Prin urmare, dacă considerăm că antreprenoriatul este o competență, care poate fi predată, este de cea mai mare importanță ca formatorii acestor competențe să fie pregătiți corespunzător pentru a preda această abilitate.

De aceea, în această Broșură ne vom concentra pe oferirea de metodologii de predare formatorilor de antreprenoriat în zona Idei și Oportunități. Aceasta este subdivizată în 5 competențe (vezi figura 1):

- Oportunități de observare
- creativitate
- Viziune
- Evaluarea ideilor
- Gândire etică și durabilă

# Capitolul 1: Idei și oportunitati

## 1.2 Oportunități de descoperire

Primul pas către antreprenoriat este să identificăm oportunitățile de afaceri care există în jurul nostru. Pentru a face acest lucru, este esențial să ne folosim abilitățile și imaginația pentru a identifica ce acțiuni pot crea valoare în societatea noastră.

Pentru a găsi oportunități de afaceri care creează valoare, este necesar să ne explorăm mediul social, cultural și economic și să identificăm provocările și nevoile pe care le găsim în acesta. Dacă aflăm care sunt problemele, vom putea găsi soluții la ele.

Potrivit IEBSchool, aceștia sunt pașii de urmat pentru a identifica oportunitățile:

Găsiți clienți nemulțumiți dintr-un sector.

Ascultarea clienților actuali și potențiali.

Acordând atenție schimbărilor demografice ale societății.

Uită-te la gusturile în schimbare ale consumatorilor.

Analizați concurența actuală/potențială din sector, precum și tendințele din sector.

Căutați aspecte ale unui produs/serviciu care pot fi îmbunătățite.

Alegerea unei industrii în creștere.

Atenție la eventualele modificări legislative, fie în avantajul nostru, fie în dezavantajul nostru.

Analizați ce funcționează în alte părți ale lumii.

În cele ce urmează, vor fi prezentate diferite metodologii pentru identificarea oportunităților de afaceri (Rodriguez & Moreno, 2014):

A) Idei bazate pe ceea ce le place tuturor:

Gândiți-vă la activitățile pe care vă place să le faceți des.

Apoi, analizați ce parte din aceste activități vă place să faceți și ce nu vă place să faceți. Și cum le-ați putea îmbunătăți.

Crezi că există mai mulți oameni care gândesc la fel ca și tine și îi poți cuantifica?

Crezi că aceste soluții ar putea fi idei pentru o nouă metodă, sau un nou produs sau serviciu sau un nou concept?

Ar putea această idee să fie transformată într-o afacere sau nu?

Este această idee aplicabilă numai acestei activități sau poate fi aplicată și altor activități similare?

B) Idei din nevoi:

Gândește-te la o activitate care ți-a creat întotdeauna probleme.

Spuneți care este/sunt problema(ele).

# Capitolul 1: Idei și oportunitati

3. Crezi că sunt mai mulți oameni care gândesc ca tine și îi poți cuantifica?
4. Vă puteți gândi la un motiv pentru care acest lucru ar putea fi rezolvat? Cum?

C) Idei din experiența lor de muncă:

- Ce face compania ta și care este rolul tău în ea?
- Ce este în neregulă cu el?
- Cum pot fi îmbunătățite?
- Poate acea soluție (soluții) să creeze un produs (bun sau serviciu)?
- Crezi că există oameni care ar putea fi interesați de această soluție?
- Această soluție poate fi aplicată și altor companii?

## EXERCIȚIUL 1. GENERAREA DE OPORTUNITĂȚI DE AFACERI

Gândiți-vă la cel puțin trei oportunități de afaceri aplicând fiecare dintre cele trei tehnici menționate mai sus. Și pentru fiecare dintre ele ar trebui să răspundeți la întrebările corespunzătoare fiecărei secțiuni.

<b>Business ideas associated with things you like</b>	1. _____ 2. _____ 3. _____
<b>Business ideas associated with everyday needs</b>	1. _____ 2. _____ 3. _____
<b>Business ideas associated with your work experience</b>	1. _____ 2. _____ 3. _____

# Capitolul 1: Idei și oportunitati

## 1.3 Creativitate

Odată ce potențialele oportunități de afaceri au fost identificate, este timpul să ne folosim imaginația și creativitatea pentru a dezvolta noi idei care să răspundă nevoilor identificate.

Pentru a face acest lucru, este important să dezvoltăm diverse idei care ne permit să oferim cele mai bune soluții la problemele și provocările existente. Pentru a face acest lucru, este necesar să explorăm și să experimentăm abordări inovatoare care le completează sau le înlocuiesc pe cele tradiționale și, de asemenea, să combinăm cunoștințele și resursele necesare care ne permit să oferim un produs (bun sau serviciu) valoros.

În secțiunea anterioară am folosit deja creativitatea pentru a genera posibile soluții. Cu toate acestea, în această secțiune vom prezenta tehnici de promovare a creativității.

1. **Brainstorming:** Aceasta este o tehnică care încurajează gândirea creativă. Constă în a oferi un număr mare și varietate de idei pentru a oferi o soluție la o problemă dată. Cu alte cuvinte, nu contează dacă sunt idei posibile sau nu. Lucrul important aici este să vii cu cât mai multe idei posibil, adică, tot ce îți vine în minte. Și este esențial să nu critici ideea nimănui, deoarece o idee care pare o prostie poate fi originea unei alte idei care rezolvă problema.

2. **Metode de viteză.** Acest instrument vă permite să vă exersați mintea pentru a rezolva aceeași problemă în fiecare zi. Ideea acestei tehnici este de a ne cronometra în fiecare zi în căutarea unor soluții la aceeași problemă, și trebuie să observăm că în fiecare zi soluția dată este mai concretă și de mai bună calitate decât cele anterioare.

3. **Futurism.** Această tehnică constă în a-ți da drumul imaginației. Ideea este să ne gândim cum am rezolva o problemă dacă ar exista tehnologii, materiale și procese care nu există astăzi sau care nu sunt la îndemâna noastră. Ulterior, s-ar căuta soluții similare sau alternative folosind resursele existente.

4. **Metoda Walt Disney.** Această tehnică constă în a propune trei soluții creative diferite la aceeași problemă:

a) **Gândire de vis.** Această primă fază constă în a da o idee fără restricții și fără a te opri să te gândești la critici. Această idee ar trebui scrisă pe o foaie de hârtie. Cu alte cuvinte, trebuie să gândim ca niște visători. Putem răspunde la întrebări precum:

La ce soluție mă pot gândi pentru a obține ceea ce îmi doresc?

Cum îmi imaginez o astfel de soluție?

- Care sunt beneficiile implementării unei astfel de soluții?

# Capitolul 1: Idei și oportunitati

b) *Gândire realistă. În acest caz, trebuie să transformăm visele în realitate. Așa că trebuie să căutăm modalități de a aplica aceste idei în lumea reală. Putem răspunde la întrebări precum:*

- *Cum aplic aceste idei în lumea reală?*
- *Ce plan ar trebui să urmez pentru a implementa această idee?*
- *Cât timp am nevoie pentru a implementa ideea?*
- *Cum pot evalua succesul și eșecul acestei idei?*

c) *Gândirea critică. Această ultimă fază constă în trecerea în revistă a punctelor slabe ale fazelor anterioare. Pentru a face acest lucru putem răspunde la întrebări precum:*

- *Ce poate fi în neregulă cu ideea mea?*
- *Ce am lăsat afară?*
- *Ce ne împiedică să punem în aplicare ideea?*

*Pentru a încheia această metodă, se face o discuție comună a tuturor ideilor dorite cu căile necesare realizării lor, și evidențiind diferitele obstacole de depășit.*

*5. 6 pălării gânditoare. Această tehnică constă în reproducerea minții umane. Sunt 6 pălării, iar fiecare dintre ele reprezintă o prismă din care să observăm realitatea. Cu alte cuvinte, un mod diferit de a privi lumea. Astfel încât:*

- *Alb: Reprezintă a fi neutru, care sunt faptele reci?*
- *Galben: A fi pozitiv - care sunt beneficiile?*
- *Negru: A fi negativ - care sunt dezavantajele?*
- *Green: Fii creativ - la ce alternative ne putem gândi?*
- *Roșu: Emoțional: Ce sentimente ne dă?*
- *Albastru: Control: Ce pași ar trebui să luăm?*

*Dinamica acestei tehnici este că fiecare membru al grupului trebuie să-și îmbrace una dintre pălării și să răspundă la problema dată din perspectiva pălăriei și, în final, să împărtășească rezultatele.*



# Capitolul 1: Idei și oportunitati

## 1.4 Viziune

Până acum am văzut tehnici care ne permit să identificăm o oportunitate de afaceri, la fel cum am văzut tehnici de creativitate pentru a dezvolta idei care pot oferi o soluție la problemele sau nevoile detectate. Următorul pas este să lucrăm spre o viziune asupra viitorului, adică să ne imaginăm viitorul ideilor, să dezvoltăm o viziune care să permită acestor idei să devină acțiuni.

Viziunea antreprenorială este legată de obiectivele pe care dorim să le atingem cu viitoarea noastră companie, dar este legată și de identificarea morală a companiei. Viziunea trebuie să arate cât de departe vrem să mergem ca antreprenori, proiecția drumului pe care vrem să o parcurgem, în ciuda problemelor care pot apărea pe parcurs.

Viziunea proiectului nostru ne va ajuta să planificăm și să implementăm strategii atunci când afacerea noastră este lansată. Totuși, trebuie să ne amintim că chiar acum această viitoare afacere este o idee, iar viziunea pe care am creat-o în acest moment inițial nu este ceva fix și imobil, ci este recomandat să o îmbunătățim și să o consolidăm pe măsură ce ideea se dezvoltă.

Din toate aceste motive, este necesar să avem o viziune inițială clară asupra ideilor noastre, chiar dacă aceasta se poate schimba în timp. Mai jos sunt o serie de întrebări care ne vor permite să avem o viziune inițială asupra ideilor noastre:

- Ce vrei să obții prin înființarea unei companii? O inițiativă de învățare?
- Care sunt așteptările dumneavoastră în ceea ce privește participanții și rezultatele?
- Care este principala problemă pe care încerci să o rezolvi cu această idee?
- Care este viziunea ta, impactul final pe care vrei să-l obții?
- Cum vei ști că ți-ai atins obiectivul?
- Care sunt principalele constrângeri cu care vă confrunțați cu această idee?

# Capitolul 1: Idei și oportunitati

## 1.5 Evaluarea ideilor

Următoarea fază este să evaluăm ideile pe care le-am avut pentru a o alege pe cea mai bună. Pentru a face acest lucru, este important să judecăm ce valoare are fiecare idee în termeni sociali, culturali și economici și să recunoaștem potențialul acesteia de a crea valoare maximă.

În această secțiune, vă vom oferi un ghid pentru autoevaluarea unei idei de afaceri pentru a vă permite să alegeți pe cele care au cele mai multe șanse de a reuși. Pentru aceasta vom folosi un tabel care conține o serie de afirmații, legate de interesul dumneavoastră și de atributele unei idei de afaceri. În mod logic, ar trebui să completăm tabelul pentru fiecare dintre ideile de afaceri selectate.

Fiecare dintre afirmații trebuie evaluată pe o scară de la 1 la 5, unde 1 înseamnă FALS (F) și 5 înseamnă ADEVĂRAT (V) în raport cu ideea de afaceri pe care o evaluăm. Tabelul XX este prezentat mai jos:

Interest/Disposition Statements	RATING SCALE			
	(F)			(V)
The Business Idea I have fits what I have always wanted to do.	1			5
I would not be embarrassed to tell others that I am involved in this activity.	1			5
I am willing to spend as much time as necessary to develop the business.	1			5
I believe that in 6 months I can have the business up and running.	1			5
<b>Total number of statements valued at:</b>				

Sursa: Jonathan Moreno R./Coordonator al Serviciului de sprijin pentru antreprenori

Odată realizată clasamentul, se adună numărul total de afirmații pentru fiecare evaluare (1, 2, 3, 4 și 5). Și completați aceste date în următorul tabel:

	A		B		C
No. of statements valued at 1:		x	1	=	
No. of statements valued at 2:		x		=	
No. of statements rated 3:		x		=	
No. of statements rated 4:		x		=	
No. of statements rated 5:		x	5	=	
<b>Sum of total points</b>					

Sursa: Jonathan Moreno R./Coordonator al Serviciului de sprijin pentru [antreprenori](#)

## Capitolul 1: Idei și oportunitati

Rezultatele obținute pot fi comparate între diferite idei și verificați care dintre ele ne interesează cel mai mult. Există însă și o interpretare în funcție de tipul punctajului obținut.

Interpretarea punctajului total:

De la 20 la 15 puncte: această idee chiar te interesează.

15 până la 10 puncte: această idee nu ți se pare pe deplin potrivită. Trebuie să iei în considerare și alte aspecte.

Mai puțin de 10 puncte: această idee nu vă interesează momentan.

Pe lângă evaluarea cât de interesante sunt ideile pentru noi, este foarte important să evaluăm dacă ideile sunt fezabile de implementat. Pentru a face acest lucru, este necesar să se evalueze atributele ideilor. Mai jos este un tabel care ne permite să evaluăm atributele ideii:

Attributes of ideas Statements	RATING SCALE				
	(F)				(V)
This idea allows me to differentiate myself from the current competition.	1				5
This idea can generate the income I need	1				5
There are customers who are interested in the proposed product.	1				5
It is easy to get the inputs to run the business (raw materials, tools, machinery...).	1				5
I have the necessary financial resources to carry out the project.	1				5
I can get the necessary staff to carry out the activity.	1				5
<b>Total number of statements valued at:</b>					

Sursa: Jonathan Moreno R./Coordonator al Serviciului de sprijin pentru antreprenori  
Ca și în evaluarea anterioară, trebuie să adunăm numărul de afirmații care au fost obținute în fiecare punctaj, adică. 1, 2, 3, 4 și 5 și, în final, includeți-le în următorul tabel:

	A		B		C
No. of statements valued at 1:		x	1	=	
No. of statements valued at 2:		x		=	
No. of statements rated 3:		x		=	
No. of statements rated 4:		x		=	
No. of statements rated 5:		x	5	=	
<b>Sum of total points</b>					

Sursa: Jonathan Moreno R./Coordonator al Serviciului de sprijin pentru antreprenori

# Capitolul 1: Idei și oportunitati

Interpretarea rezultatului total este următoarea:

30 până la 25 de puncte: Se pare că pare a fi o idee bună de afaceri. Ar trebui să continuați să lucrați la el și să mergeți mai adânc în el.

De la 24 la 15 puncte: Această idee de afaceri are slăbiciuni serioase, ar trebui să analizeze aceste slăbiciuni și să caute soluții pentru ele.

Mai puțin de 15 puncte: poate merita să luați în considerare o altă idee.

Până acum, am putut să ne evaluăm ideile în funcție de interesul nostru și dacă acestea îndeplinesc cerințele de bază care ne permit să confirmăm fezabilitatea lor. În continuare, vom analiza punctele forte și punctele slabe ale ideilor de afaceri ale acelor idei care pot fi fezabile, pe baza metodelor anterioare. Pentru a face acest lucru, vom analiza caracteristicile acestor idei în profunzime, așa cum este descris de R. Buskirk (1985):

Statements	Disagree					Agreed.				
1) No investment required.	1				5			8		
2) It is in an established market.	1				5			8		
3) The need and the product required are clear.	1				5			8		
4) It has a reliable source of raw material supply.	1				5			8		
5) There are no adverse government regulations.	1				5			8		
6) It does not require a large number of workers.	1				5			8		
7) 100% gross profit.	1				5			8		
8) Demand for the product is frequent and continuous.	1				5			8		
9) Tax conditions are favourable.	1				5			8		
10) A solid and reliable distribution and/or marketing system is in place.	1				5			8		
11) Customers pay in advance.	1				5			8		
12) High advertising value is easy to achieve.	1				5			8		
13) It is exempt from any civil liability (does not affect users).	1				5			8		
14) There is no risk of product obsolescence.	1				5			8		
15) Environmental conditions (temperature, rainfall, etc.) have no effect.	1				5			8		

## Capitolul 1: Idei și oportunitati

16) There is no intellectual property rights problem.	1				5			8		
17) There are no competitors to displace me in the short term.	1				5			8		
18) You can manage a price at which customers are willing to buy.	1				5			8		
19) It does not require sophisticated technology.	1				5			8		
20) I know all aspects and details of the business.	1				5			8		
<b>Total frequencies per column</b>										

Sursă: Jonathan Moreno R./Coordinator of the Entrepreneur Support Service

În același mod ca și în evaluările anterioare, se procedează la calcularea evaluării finale a ideii pe baza următoarei scheme:

	A		B		C
No. of statements valued at 1:		x	1	=	
No. of statements valued at 2:		x		=	
No. of statements rated 3:		x		=	
No. of statements rated 4:		x		=	
No. of statements rated 5:		x	5	=	
No. of statements valued at 6:		x		=	
No. of statements valued at 7:		x		=	
No. of statements valued at 8:		x	8	=	
No. of statements valued at 9:		x		=	
No. of statements rated 10:		x		=	
<b>Sum of total points</b>					

Sursă: Jonathan Moreno R./Coordinator of the Entrepreneur Support Service

Odată obținut rezultatul final, acesta poate fi interpretat astfel:

200 de puncte la 170 de puncte = Această idee are profilul unei oportunitati de afaceri.

169 de puncte la 140 de puncte = Această idee are potențialul de a fi o oportunitate de afaceri.

139 de puncte din 100 de puncte = Această idee are prea multe puncte slabe pentru a fi o oportunitate de afaceri.

99 puncte la 0 puncte = ar trebui să renunț la idee.

# Capitolul 1: Idei și oportunitati

## 1.6 Gândire etică și durabilă

Până acum, ne-am concentrat asupra modului de generare de idei, a modului de a crea valoare și a modului de evaluare a acestor idei din perspectiva interesului și din perspectivă economică, de exemplu. Dacă aceste idei îndeplinesc cerințele de bază pentru a fi considerate oportunități de afaceri.

Cu toate acestea, lumea s-a schimbat și odată cu ea și scopul companiilor. În mod tradițional, singurul scop al companiilor era profitul economic, dar astăzi, așa cum spusesese deja Friedman (1970), companiile trebuie să evolueze către un rezultat triplu. Cu alte cuvinte, pentru ca companiile să fie sustenabile pe termen lung, ele trebuie să fie viabile din punct de vedere economic, durabile din punct de vedere ecologic și responsabile din punct de vedere social. Prin urmare, dacă o companie trebuie să îndeplinească acest obiectiv pentru a rezista în timp, ideile pe care le avem nu pot fi mai puține. Prin urmare, trebuie să evaluăm tipul de impact pe care ideile noastre îl vor avea asupra sferelor sociale, de mediu și economice.

Numărul de variabile care trebuie măsurate în fiecare dintre aceste domenii poate fi foarte extins, așa că totul depinde de tipul de idee pe care o evaluăm. Mai jos sunt câteva exemple de posibili indici (Paternoster, A., 2011):

Dimensiunea de mediu:

- Energie, Apa
- materialele folosite
- Emisii și deșeuri (Amprenta de carbon)
- Proiectări operaționale eco-eficiente
- Noi produse și servicii
- Impact asupra sistemului de trai
- Dimensiunea economică:
  - Creșterea profitului
  - productivitate
  - Creșterea beneficiilor marginale
  - Randamentul investițiilor
  - costuri capitale
- Evaluarea companiei
- Riscuri asumate de management
- Dimensiunea socială:
  - Impactul social și comunitar
  - Sănătate și securitate la locul de muncă
  - egalitatea de șanse
  - Educație
  - Recunoaștere socială
  - Pensii de pensionare

## Capitolul 1: Idei și oportunitati

Odată ce au fost aleși indicatorii care ne afectează proiectul în fiecare dintre dimensiuni. Este necesar să se marcheze obiectivele fiecăruia dintre ele care să le permită să fie considerate durabile, date de regulă prin rapoarte anterioare, sau printr-o reglementare legală care le stabilește. Odată ce avem clar aceste obiective, va trebui să ne evaluăm proiectul în fiecare dintre indicatori și să verificăm dacă proiectul nostru este sustenabil în cele trei dimensiuni (economică, socială și culturală) analizate.

# Capitolul 1: Idei și oportunitati

## 1.7 Concluzie

În această broșură am dezvoltat diferite metodologii și explicații despre modul în care formatorii de antreprenoriat pot ajuta tinerii să genereze idei și oportunități de afaceri. În acest scop, au fost analizate 5 competențe de bază pentru a genera aceste idei:

- Oportunități de observare
- creativitate
- Viziune
- Evaluarea ideilor
- Gândire etică și durabilă



# Capitolul 2: Resurse

## 2.1 Introducere

Ca tânăr antreprenor, este imperativ să fii conștient de toate resursele pe care le poți folosi pentru a-și asigura succesul afacerii. De-a lungul carierei lor, antreprenorii ar trebui să poată utiliza aceste resurse pentru a-și explora în continuare și a-și atinge obiectivele. Formarea în înțelegerea acestor resurse și cunoașterea modului de utilizare a acestora este vitală.

Finanțarea este cea mai importantă parte a călătoriei unui tânăr antreprenor. Potrivit statisticilor, startup-urile eșuează adesea în primii cinci ani din diverse motive, dar principalul motiv este finanțarea. În acest context, o bună educație financiară și competențe ajută la construirea carierei tinerilor antreprenori.

În această parte a Broșurii ne vom concentra pe predarea diferitelor definiții de care au nevoie formatorii de antreprenoriat pentru a putea înțelege și transmite cursanților ce resurse diferite pot folosi în ceea ce privește afacerile lor. Acesta este subdivizat în 4 secțiuni diferite care vor fi explorate în acest capitol:

- Activități creative pentru a construi auto-conștientizarea și autoeficacitatea în rândul tinerilor
- Crearea și menținerea motivației tinerilor
- Resurse de mobilizare inovatoare și creative
- Cele mai bune practici în furnizarea de formare pentru educația financiară

## Capitolul 2: Resurse

### 2.2 Activități creative pentru a construi auto-conștientizarea și autoeficacitatea în rândul tinerilor

Autoeficacitatea este un concept examinat de diverse discipline precum sociologia, psihologia etc. Este definită ca convingerile oamenilor cu privire la capacitatea lor de a reuși și de a atinge un anumit nivel de performanță (Showry & Manasa, 2014). Potrivit lui Bandura (1995), autoeficacitatea se referă la credința că cineva poate funcționa bine în parametrii unei situații specifice. Este, de asemenea, un proces cognitiv și afectiv care îi poate face pe oameni să crească în termeni de încredere sau invers. În special când vine vorba de tineret, autoeficacitatea poate ajuta la dezvoltarea abilităților și competențelor pentru a percepe obiectivele și țintele viitoare. Pentru a continua, Bandura (1997, p.3) consideră că autoeficacitatea este importantă deoarece „influențează cursurile de acțiune pe care oamenii aleg să le urmeze, cât de mult efort depun în eforturile date”. În consecință, acest lucru va ajuta lucrătorii de tineret să dobândească abilități de auto-creștere și de conducere.

Odată ce oamenii de știință identifică autoeficacitatea, ei nu ar trebui să treacă cu vederea rolul conștientizării de sine în antreprenoriatul tinerilor. În primul rând, ar trebui identificată definiția antreprenoriatului. Potrivit Hisrich, Peters și Shepherd, (2008; p. 8) antreprenoriatul este „procesul de a crea ceva nou cu valoare prin dedicarea timpului și efortului necesar, asumându-și riscul financiar, psihic, personal și social care îl însoțește și primind recompense de rezultat”. Îndreptarea către conștientizarea de sine necesită autoobservarea și autocritica, în timp ce comparația socială și autoevaluarea (Showry & Manasa, 2014) sunt esențiale pentru creșterea personală a lucrătorilor de tineret. Atunci când un lucrător de tineret decide să se implice în antreprenoriat, este important să înțeleagă că dezvoltarea abilităților de autoeficacitate și conștientizare de sine este crucială pentru a evolua în sector. Acesta este motivul pentru care Consiliul Consultativ de Afaceri al Universității Stanford a identificat conștientizarea de sine drept „competența superioară pe care liderii trebuie să o dezvolte” (Showry & Manasa, 2014, p.16).

Antreprenoriatul tinerilor necesită autoeficacitate antreprenorială (ESE), deoarece este esențial să fii educat în acest sector, deoarece există multe ambiguități și incertitudini de care trebuie să fii conștient înainte de a începe o afacere, cum ar fi respingeri, fluctuații în condițiile pieței și schimbări în politicile de afaceri (Bandura, Freeman și Lightsey, 1999). În plus, Internetul lucrurilor (IoT) a adus noi narațiuni în antreprenoriatul tinerilor, deoarece tehnologiile bazate pe date determină acum tendințele, iar tinerii antreprenori trebuie să fie actualizați zilnic cu privire la acestea. Aici intervine autoeficacitatea. S-a susținut că autoeficacitatea ajută la depășirea tuturor incertitudinilor și problemelor care pot afecta negativ o afacere și oferă putere și perseverență pentru a depune un efort pentru a depăși condițiile ambigue (Bandura, 1997).

## Capitolul 2: Resurse

Pentru a înțelege în continuare autoeficacitatea, au fost dezvoltate diverse scale pentru a crea active precum experiența de stăpânire, experiența indirectă, persuasiunile sociale și starea fiziologică. Un exemplu este scara Likert, așa cum este prezentată în Figura 1, care utilizează de obicei o declarație de cinci puncte de (1) Dezacord puternic; (2) Dezacord; (3) Nici de acord, nici de dezacord; (4) de acord; (5) Foarte de acord (Preedy & Watson, 2010). Folosind aceste scale, ESE încearcă să dezvolte cunoștințe, predispoziție la risc, experiență și conștientizare de sine pentru viitorii antreprenori (Memon, Soomro & Shah, 2019). Prin urmare, folosind aceste metode, ESE influențează un comportament alterat prin crearea și întărirea așteptărilor de eficacitate personală (Bandura, 1978).

### Statement

Academic detailing is a useful form of education that aligns providers' prescribing behavior with evidence-based practice.

Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree
1	2	3	4	5

Figure 1 Example of a 5-point Likert Scale, source (Bounthavong, 2019)

În ceea ce privește metodele de construire a autoeficienței și a conștientizării de sine, ESE ajută la dezvoltarea încrederii în sine în rândul tinerilor antreprenori și le stimulează dinamismul antreprenorial. Se sugerează că există abordări alternative în care tinerii sunt mai activ implicați în experiențe antreprenoriale (Van der Westhuizen & Goyayi, 2020). Metodele sugerate de diverși cercetători implică potențiali tineri antreprenori în experiență directă de lucru, cum ar fi stagiile de practică, simulări și alte activități creative (Arpiainen & Tynjala, 2017; Botha & Bignotti, 2016). ESE a fost analizată în start-up-urile din domeniul tehnologiei de afaceri de către tineri antreprenori și s-a dovedit că persoanele cu ESE ridicate au avut o rată de succes mai mare în afacerile lor (Van der Westhuizen & Goyayi, 2020). De remarcat este faptul că atunci când autoeficiența este examinată în ceea ce privește antreprenoriatul tinerilor, mulți cercetători implică afacerile online în analizele lor, deoarece creează mai multe oportunități și este mai accesibilă, în special pentru tinerii cărora le lipsește capitalul, dar au expertiza necesară pentru a începe unul (Gumbi & van der Westhuizen, 2020; Van der Westhuizen & Goyayi, 2020).

## Capitolul 2: Resurse

Autoeficacitatea și conștientizarea de sine sunt esențiale pentru antreprenoriatul tinerilor pentru a îmbunătăți competența și încrederea potențialilor „noi” proprietari de afaceri. Trei factori joacă un rol substanțial în acest sens: comportamentul personal, de mediu și uman. Predarea tinerilor antreprenori îi ajută să-și îmbunătățească stările emoționale și să-și corecteze convingerile de sine și obiceiurile de gândire greșite (factori personali), să-și îmbunătățească abilitățile academice și practicile de autoreglare (comportamentul uman) și să-și modifice structurile de mediu care le pot submina succes (factori de mediu; Pajares, 2006). Acestea sunt descrise de triunghiul din Figura 2 și arată că cei trei factori sunt interconectați. Rolul acestei cauzalități reciproce triadice susține interesul tinerilor pentru educația antreprenorială pentru a cultiva viitori antreprenori (van der Westhuizen & Goyayi, 2020).

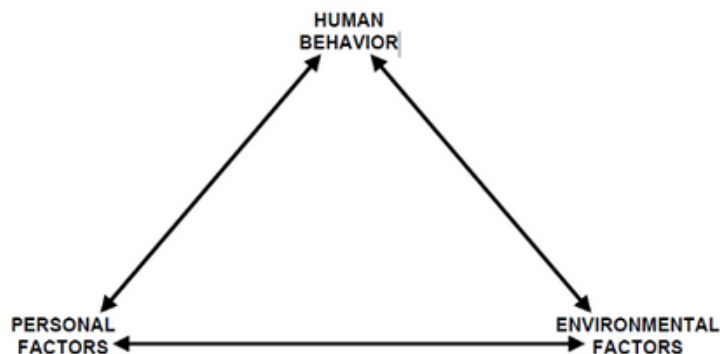


Figure 2 Model illustrating relations between determinants in triadic reciprocal causation, source (Pajares, 2006)

Autoeficacitatea și conștientizarea de sine ar trebui dezvoltate la tineri, studenți și antreprenori, datorită rolului lor de mediere în furnizarea de motivație. Educația antreprenorială oferă studenților încredere în sine și independență, făcându-i să creadă că pot reuși (Jwara, 2015). De exemplu, rata ridicată a șomajului în rândul tinerilor a încurajat țara să dezvolte și să formeze cursanți în ESE și, ca urmare, aceste rate au scăzut (Gumbi & van der Westhuizen, 2020). Guvernul a recunoscut că, prin educarea tinerilor despre antreprenorat, există potențialul de a stimula ocuparea forței de muncă și competitivitatea. Ei se bazează în special pe sectorul tehnologiei, deoarece oferă oportunități unice descrise mai sus. Prin chestionare s-a dovedit că tinerii au avut un nivel ridicat de autoeficacitate, care a fost realizabil prin educarea tinerilor despre antreprenoriatul online.

## Capitolul 2: Resurse

Tinerii par să fie mai interesați de schemele de antreprenoriat tehnologic avansat, care ar trebui luate în considerare atunci când se examinează autoeficacitatea. Construirea autoeficacității și a conștientizării de sine se poate face prin diferite metode. Activități cum ar fi jurnalul, practicarea mindfulness-ului, hobby-urile extra-ocupaționale, aderarea la cluburi, voluntariatul, discuțiile de grup și altele pot construi autoeficacitatea în ceea ce privește antreprenoriatul tinerilor. Autoeficacitatea se bazează pe performanță, care poate crește încrederea în sine, rezultând antreprenoriat de succes și crearea de tineri lideri. Există o măsurătoare când vine vorba de leadershipul tinerilor cu scala autoeficacității liderului (LSE). Această măsurătoare a fost adăugată la scara Likert și a încercat să dezvolte constructul LSE la studenți într-un studiu realizat de Rehm & Selznick (2019). Ei și-au bazat analiza pe Kane și Baltes (1998), iar Bobbio și Manganelli (2009) au oferit câteva întrebări standard aplicabile în sondaje care derivă din categorii, așa cum este explicat în Figura 3 de mai jos.

Categorization (Kane & Baltes, 1998; Bobbio & Manganelli, 2009)	Applicable Questions (Rehm & Selznick, 2019)
Self-awareness and self-confidence	I see myself as a leader
Motivating others	I can help others to work hard on a task
Build others confidence	I can help others feel good about what we are doing
Develop teamwork	I value working with other people in groups
Take charge when necessary	I can take charge when necessary
Communicate effectively	I can communicate effectively with others
Develop effective task strategies	I look at challenges effectively with other
Assess the strengths and weaknesses of the group	I understand that leadership can be taught
Additional items related to LSE that can be included in the survey	I believe that leadership can be taught

Table 1 (Rehm & Selznick, 2019)

## Capitolul 2: Resurse

Multe platforme și cadre încorporează conceptele de mai sus, în special autoeficacitatea și conștientizarea de sine, în antreprenoriatul tinerilor. Unul dintre cele mai importante instrumente oferite la nivel european este Strategia Europeană de Formare (ETS) și o parte din aceasta numită SALTO-YOUTH. SALTO-YOUTH este o rețea de șapte Centre de Resurse care lucrează pe domenii prioritare europene din domeniul tineretului. Modelul de competență ETS definește competența ca o combinație de atitudini, cunoștințe, abilități și comportamente. SALTO oferă sute de instrumente valoroase pentru învățare special concepute pentru tineri și încurajează antreprenoriatul tinerilor. UE a observat dezlegarea tinerilor de viața politică și a dorit ca aceștia să fie incluși într-un mod în care ideile lor să fie incluse în viața civică. Prin urmare, prin diverse proiecte precum SALTO și strategii precum ETS, UE a stimulat antreprenoriatul tinerilor ca concept, deoarece abordează și provocările socioeconomice. Aceste inițiative oferă certificate (YOUTHPASS) lucrătorilor de tineret sau antreprenorilor care pot fi folosite ca experiență de lucru și le oferă abilități practice pentru a avea succes în domeniile lor.

## Capitolul 2: Resurse

### 2.3 Crearea și menținerea motivației tinerilor

Datorită vârstei, tinerii sunt cunoscuți a fi nerăbdători, așa că se pot plictisi rapid de ceva și au nevoie de motivație constantă. Când vine vorba de antreprenoriatul tinerilor, concepte precum determinarea, perseverența, pregătirea, răbdarea și încrederea sunt esențiale pentru a avea succes. Rezultatul antreprenoriatului în rândul tinerilor a fost subliniat de UE, deoarece acesta poate face față șomajului în rândul tinerilor, poate crea condiții de muncă mai bune și încurajează ca factorii de decizie să încurajeze și să motiveze tinerii.

Diferența dintre antreprenorii maturi și tinerii este că aceștia dețin diverse resurse și abilități diferite între ele. (Minola, Criaco & Cassia, 2014). Antreprenoriatul tinerilor este condus de o varietate de factori (motori), care variază în funcție de contextul examinat. De exemplu, vigilența față de oportunitățile de afaceri, încrederea în sine antreprenorială și teama de eșec (Holienska, Pilková & Jancovicova, 2016). Acești șoferi fie pot ridica vertiginos cariera cuiva, fie îl pot împinge să renunțe la sectorul antreprenorial. Luând, de exemplu, vigilența față de oportunitățile de afaceri, este caracteristica perceptivă de a fi mereu treaz și pregătit să profite de o oportunitate când se va dezvălui. Acest lucru va avea nevoie de tineri antreprenori să urmărească tendințele și să fie la curent cu progresele tehnologice. În anii de Covid, piețele blockchain - NFT sau Cryptocurrencies - au reprezentat o oportunitate unică pentru tinerii cu un anumit set de abilități digitale de a începe să se implice ca tineri antreprenori (Heathfield, 2022). Chiar dacă acești Covid preexistau, în timpul pandemiei, cei care au urmat tendințele au înțeles că va avea loc o revoluție în acel sector. Prin urmare, era nevoie de vigilență, pregătire și răbdare, iar în cele din urmă au beneficiat de ea.

Încrederea în sine antreprenorială se referă la conceptul de autoeficacitate, care reprezintă judecata propriei capacități de a executa o acțiune și de a produce niveluri de performanță desemnate (Bandura, 1994). Autoeficacitatea reprezintă încrederea în sine a unui tânăr antreprenor, deoarece necesită un set de abilități, experiențe și abilități pentru un start-up de succes (Holienska, Pilková & Jancovicova, 2016). Este important să fii hotărât și păstrat în mod constant și dornic de noi cunoștințe, deoarece acest lucru ajută la creșterea încrederii și autoeficacității unui potențial antreprenor de tineret. Alți factori care îi motivează pe tineri sunt motivele de oportunitate și necesitate (Holienska, Pilková & Jancovicova, 2016). În acest sens și în contextul Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă (ODD), multe programe au fost create în termeni de oportunitate și necesitate. Tânărul „wannapreneur” trebuie să stăpânească un set de abilități diferite, inclusiv finanțe, planuri de afaceri, administrare fiscală și, în special, marketing (Entrepreneurship Campus, 2019).

## Capitolul 2: Resurse



Figure 3 Photo Credit: [Gerd Altmann](#) from [Pixabay](#)

Este important să îi facem pe tineri să înțeleagă că drumul către succes în sectorul antreprenorial nu va fi atât de ușor. O abordare bazată pe oportunități din partea tinerilor antreprenori îi va face cel mai probabil să aibă succes în cariera lor. Cu toate acestea, părinții, mentorii și alte figuri importante din viața unui potențial antreprenor de tineri pot avea un impact semnificativ asupra carierei lor. Studiul lui Geldhof și colab. (2014) a constatat că „alții importanți” care au fost mai relevanți pentru obiectivele și obiectivele unui tânăr antreprenor ar trebui să vă încurajeze și să vă ofere un spațiu sigur care să permită asumarea riscurilor. Acești „alții importanți” contribuie apoi la evoluția și cariera de succes a unei persoane și nu ar trebui să stea ca un obstacol. Ele pot juca un rol crucial, deoarece îi vor ajuta pe tinerii antreprenori să dezvolte hotărâre, perseverență, pregătire, răbdare și încredere într-un punct de basculanță în care eșecul este posibil. Mai ales atunci când se observă riscuri financiare (Geldhof et al., 2014), conceptele menționate anterior sunt importante.



## Capitolul 2: Resurse

Construirea unei mentalități potrivite și a avea lângă tine oameni care te motivează sunt importante, dar nu sunt singurele instrumente necesare de care vei avea nevoie. Aceștia sunt factori interni care afectează comportamentul și motivația unui tânăr antreprenor. Factorii de motivație externi pot fi găsiți pentru a împinge pe cineva să-și împlinească visele. Motive-cheie precum libertatea, banii, un echilibru mai bun între viața profesională și viața privată, viziunea pesimistă asupra pieței muncii, competitivitatea, dorința de a face diferența, stimularea economiei, dobândirea de noi competențe, responsabilitatea față de societate și nevoia de realizare și recunoaștere au fost identificați ca factori externi cruciali care influențează motivația tinerilor antreprenori (Team ZenBusiness, 2020). Aceste motivații diferite sunt văzute ca motive-cheie puternice care implică adesea explicații statistice pentru raționamentul lor. De exemplu, independența este o motivație puternică pentru 35% dintre proprietarii de afaceri care încep în SUA, 39% în Marea Britanie și 57% în Australia și Japonia (Team ZenBusiness, 2020). De asemenea, în ciuda faptului că banii sunt aparent un motiv evident, un echilibru mai bun între viața profesională și viața privată este prioritizat la un nivel superior de către tineri. Acest șofer le oferă flexibilitate în timp ce își programează responsabilitățile și prioritățile sau îndeplinesc alte sarcini din viața lor de zi cu zi. Aceștia sunt considerați factori cheie pentru așa-numiții tineri antreprenori sau „milenipreneurs”. Acest nou termen a fost fondat în SUA, pe măsură ce tot mai mulți tineri și-au început propriile afaceri cu noi inițiative datorită progreselor tehnologice.

Cu toate acestea, acele statistici interesante nu sunt întotdeauna rezultatul real al antreprenoriatului tinerilor. Mulți tineri antreprenori au nenumărate dezamăgiri, eșecuri și frustrări deoarece nu se angajează suficient în afacerea lor. Trebuie să fie perseverenți și hotărâți să găsească oameni care să-i ajute. Ar trebui să fie întotdeauna dispuși să-și asume riscuri și să înțeleagă că eșecul este întotdeauna posibil. Prin urmare, ar trebui să înțeleagă că determinarea și perseverența fac parte din autodisciplină și, dacă le stăpânesc, pot prospera sub presiune. Autodisciplina, autoeficacitatea și conștientizarea de sine pentru un tânăr antreprenor sunt vitale, deoarece le pot folosi pentru a reuși. Este important să cunoașteți motivul din spatele obiectivului lor și să le vizualizați succesul, astfel încât să fie pregătiți pentru orice posibil rezultat (Mills, n.d.). Conceptul de pregătire a fost numit recent pregătire antreprenorială (EP) și este definit în linii mari ca „un proces de învățare cumulativ care subliniază natura de dezvoltare a antreprenorilor (Wang et al., 2014). Înțelegerea acestui concept este crucială pentru tinerii antreprenori, deoarece sugerează o învățare orientată către obiective, punând accent pe brainstorming-ul obiectivului lor și direcționându-i către acțiuni relevante. Cu alte cuvinte, EP îi face pe antreprenori să se concentreze în primul rând pe a ajunge la rezultat și a depăși obstacolele.

## Capitolul 2: Resurse

Există mai multe activități pe care mulți antreprenori le urmează pentru a atinge acest set de abilități și pentru a deveni conștienți și pregătiți. Cel mai comun instrument care este folosit în sectorul antreprenorial este analiza SWOT, care reprezintă punctele forte, punctele slabe, oportunitățile și amenințările. O analiză SWOT este un cadru care ajută la evaluarea și înțelegerea forțelor interne și externe care pot crea oportunități sau riscuri pentru o organizație.



Figure 4 SWOT meaning, source (Corporate Finance Institute, 2022)

O analiză SWOT este utilizată în sectorul antreprenorial pentru a ajuta diferitele părți interesate să se pregătească pentru riscuri și împrejurimi prin înțelegerea factorilor interni și externi. Puterea (S) și punctele slabe (W) constau din factorii interni care sunt abilitățile pe care le posedă o parte interesată, în timp ce Oportunitățile (O) și Amenințările (T) sunt factorii externi de care trebuie să fie conștienți. Cel mai frecvent exemplu de realizare a unei analize SWOT este adresarea următoarelor întrebări (Peterdy, 2022):

- (Puterea) Ce facem bine?
- (Puterea) Care este atuul nostru cel mai puternic?
- (Slăbiciune) Care sunt detractorii noștri?
- (Punctul slab) Care sunt liniile noastre de produse cu cele mai slabe performanțe?
- (Oportunitate) Ce tendințe sunt evidente pe piață?
- (Oportunitate) Ce categorii demografice nu vizăm?
- (Amenințare) Câți concurenți există și care este cota lor de piață?
- (Amenințare) Există noi reglementări care ar putea dăuna operațiunilor sau produselor noastre?

## Capitolul 2: Resurse

De asemenea, există o sesiune de „white-boarding” sau „sticky-note” pe care o poate face o companie pentru a face o analiză SWOT. Această sesiune este unică deoarece nu are răspunsuri corecte sau greșite, dar toți participanții sunt încurajați să răspundă la întrebările propuse pentru a face brainstorming obiectivul actual. Este sugerat de Kenton (2022) și este explicat în Tabelul 1 de mai jos:

Strengths	Weaknesses
<ol style="list-style-type: none"><li>1. What is our competitive advantage</li><li>2. What resources do we have?</li><li>3. What products are performing well?</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Where can we improve?</li><li>2. What products are underperforming?</li><li>3. Where are we lacking resources?</li></ol>
Opportunities	Threats
<ol style="list-style-type: none"><li>1. What new technology can we use?</li><li>2. Can we expand our operations?</li><li>3. What new segments can we test?</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. What regulations are changing?</li><li>2. What are competitors doing?</li><li>3. How are consumer trends changing?</li></ol>

Table 1 source (Kenton, 2022)

Pe lângă conceptul de analiză SWOT, tinerii antreprenori ar trebui să fie conștienți de eșecul temporar. Se susține că mulți mari antreprenori, înainte de a deveni de succes, aveau ceva în comun, toți s-au confruntat cu un fel de eșec în carieră. Cu toate acestea, eșecul este un proces de învățare în antreprenoriat, iar beneficiile acestuia pot fi semnificative (Lattacher & Wdowiak, 2020). Provocări precum eșecul, adversitatea și presiunea sunt cruciale atunci când se investighează comportamentul unui tânăr antreprenor și modul în care acesta reacționează la ele. Diferiți cercetători examinează aceste concepte în baza teoretică a învățării antreprenoriale (Lattacher & Wdowiak, 2020). Acest cadru teoretic este un „must” în zilele noastre pentru tinerii antreprenori, deoarece conține multe instrumente care îi ajută să-și dezvolte autoeficacitatea și conștientizarea de sine. Învățarea antreprenorială include conceptul de eșec antreprenorial, care investighează modul în care schimbările comportamentale ale antreprenorilor sunt afectate de aceasta. În termeni generali, eșecul este înțeles ca un concept negativ, dar atunci când este investigat în context antreprenorial, acesta are un impact pozitiv asupra oamenilor (Lattacher & Wdowiak, 2020).

## Capitolul 2: Resurse

Prin urmare, eșecul antreprenorial este un fenomen complex și dinamic, cu un impact pe mai multe niveluri și rezultate pozitive pe termen lung, potrivit Klimas și colab. (2021). Pentru a rezuma instrumentele și metodele menționate mai sus, tinerii antreprenori se află pe o linie subțire între succes și eșec. Cu toate acestea, mulți factori joacă un rol major sau minor în performanța lor. După cum Pan și colab. (2022) sugerează în Figura 5, un tânăr antreprenor ar trebui să fie pregătit pentru fiecare rezultat posibil și să-și construiască un set de abilități care să-l ghideze în toate cazurile. Acest set de abilități este stimulat de practici și strategii care vor fi investigate în secțiunea următoare.

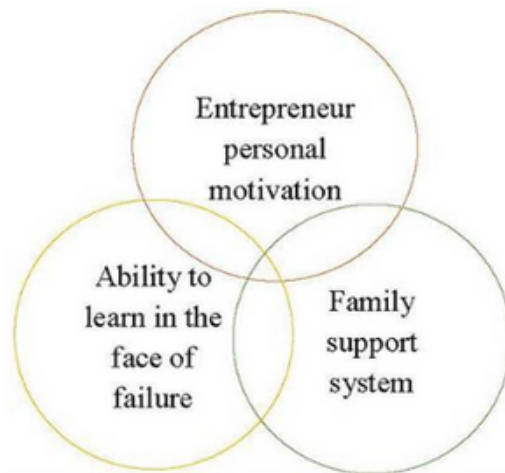


Figure 5 Source (Pan et al, 2022)

## Capitolul 2: Resurse

### 2.4 resurse inovatoare și creative de mobilizare

Creativitatea și inovația sunt importante pentru succesul unei afaceri și se implică în sectoare cruciale. Cele două concepte sunt studiate în mod obișnuit în cercetare, care susține în general influența practicilor de management al resurselor umane și a leadershipului asupra creativității și inovației organizaționale (IvyPanda, 2020). Cu alte cuvinte, managementul resurselor este practica de planificare, programare și alocare a oamenilor, banilor și tehnologiei unui proiect sau program. Aceste resurse ajută un antreprenor sau un proprietar de afaceri să-și simplifice viața de zi cu zi, programul și planificarea. Astfel, managementul resurselor ajută organizațiile să optimizeze oamenii, oferind o perspectivă asupra sarcinilor lor de lucru, disponibilitate, cerințele de timp pentru proiect, abilități și multe altele.

Resursele inovatoare sunt mai ușor de adaptat tinerilor antreprenori datorită cunoștințelor digitale și competențelor digitale. În ultima vreme au fost descoperite multe instrumente software care ușurează viața tinerilor antreprenori. Aceste instrumente software pot ajuta cu o serie de „puncte dure” care fac o afacere dificilă (IvyPanda, 2020). De exemplu, gestionarea și prioritizarea cererilor de lucru pe proiect și stabilirea așteptărilor adecvate cu părțile interesate cheie, gestionarea capacității de resurse versus cererea pentru acea capacitate și înțelegerea cine este disponibil pentru a prelua noi lucrări și când, înțelegerea rolurilor/sau seturi de abilități necesare, fie pe plan intern sau prin noi angajări, pentru a îndeplini angajamentele părților interesate, asigurându-se că resursele disponibile lucrează la proiectele cu cea mai mare prioritate care sunt cel mai bine aliniate cu obiectivele strategice ale organizației și optimizarea programelor pentru momentul în care resursele adecvate sunt disponibile pentru a lucra la proiecte.

Cele de mai sus sunt rezumate în 10 instrumente care pot fi folosite ca exemplu, dar există multe altele care pot fi utile. Acestea sunt considerate primele 10 de către Managerul de Proiect Digital (DPM) și se află într-un articol actualizat postat pe 3 noiembrie 2022. Sunt Monday.com, Mission-X, Kantata, Float, Runn, Forecast .app, Resource Guru, Saviom, Mosaic și Silverbucket. Aceste instrumente au fost preluate în ceea ce privește evaluarea recenziilor și a interfeței cu utilizatorul (UI), precum și a factorilor care fac din software o opțiune bună pentru gestionarea resurselor (Aston, 2022). De exemplu, interfața de utilizare pentru a include diferite meniuri, spații albe și bare de instrumente care îi fac să navigheze cu ușurință prin instrument. În plus, o gamă largă de caracteristici, cum ar fi foile de pontaj, vizualizarea volumului de lucru, orele de capacitate, rapoartele de timp sau vizualizările proiectului în funcție de resursă. Integrările extind funcționalitatea unei platforme prin conectarea acesteia la instrumente externe. În cele din urmă, prețul este unul dintre cei mai importanți factori, deoarece joacă un rol major pentru versiunile gratuite ale software-ului, testele gratuite și prețul de pornire al planurilor plătite.

## Capitolul 2: Resurse

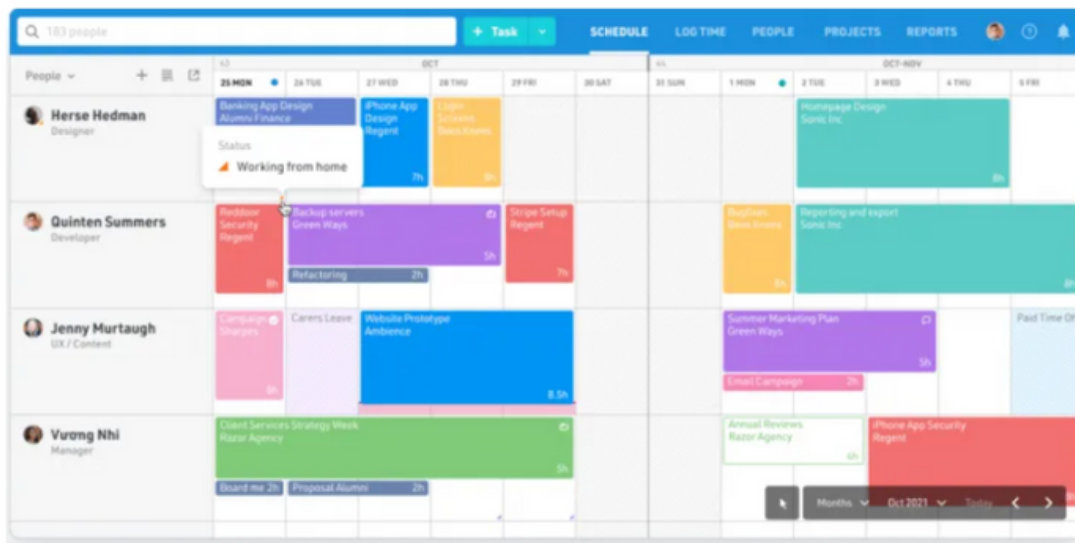


Figure 6 Float platform, extracted from <https://thedigitalprojectmanager.com/tools/resource-management-software/#resource-management-tool-reviews>

Platforma Float din Figura 6 este un software de gestionare, planificare și planificare a resurselor care ajută echipele să gestioneze programele de lucru comune. Avantajele Float sunt asistență 24/7, cu răspunsuri de 30 de minute, 99,5% timp de funcționare și o aplicație mobilă pentru iOS și Android. Dezavantajele sunt că actualizarea listelor de personal/personal necesită timp, iar urmărirea timpului necesită să obțineți un plan mai scump. Prețul Float este de 7,50 USD per utilizator pe lună. Așa cum este prezentată Figura 7, arată vizualizarea programului care vă oferă o imagine de ansamblu precisă, la nivel înalt, a disponibilității și capacității echipei (Aston, 2022). Prin urmare, aceste tipuri de platforme sunt importante pentru tinerii antreprenori să le țină cont și asta îi va ghida în conducerea unei echipe și în succesul în sectorul sau disciplina lor.

Tinerii antreprenori pot folosi aceste platforme de gestionare a resurselor și le pot folosi pe altele și îi pot mobiliza pentru a performa la maximum. Acest lucru este benefic atât pentru părțile interesate (tineri antreprenori și părți interesate relevante), deoarece poate demonstra o comunicare eficientă, persuasiune și negociere și poate transforma tinerii antreprenori în lideri și antreprenori. Antreprenoriatul tinerilor nu este larg răspândit doar la nivelul UE, ci este considerat necesar și la nivel internațional și este promovat de Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD) ale Națiunilor Unite (ONU). Multe proiecte derulate de ONU vizează promovarea antreprenoriului tânăr care face tineri lideri.

## Capitolul 2: Resurse



Figure 7 SDGs, extracted from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2015/12/sustainable-development-goals-kick-off-with-start-of-new-year/>

De exemplu, Young Entrepreneur Leadership Launchpad (YELL) își propune să dezvolte capacitatea tinerilor pentru ODD-urile ONU. Acest proiect vizează obiectivele 4,8,10,11,15 și 17 ale ODD-urilor prezentate în Figura 7. Țara în care este implementat este Canada și încearcă să dezvolte perspective globale de rezolvare a problemelor în rândul tinerilor, investind în capacitățile acestora. și promovarea cetățeniei globale. Acest proiect este primul liceu antreprenorial din Canada care oferă tinerilor instrumente practice și experiențe pentru a reuși în lumea reală și le oferă abilități de conducere.



Figure 8 YELL logo, extracted from [YELL Website](#)

## Capitolul 2: Resurse

### 2.5 Cele mai bune practici în furnizarea de formare pentru educația financiară

Potrivit Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE), definiția oficială a educației financiare este „procesul prin care consumatorii/investitorii financiare își îmbunătățesc înțelegerea produselor, conceptelor și riscurilor financiare și, prin informații, instrucțiuni și/sau sfaturi obiective, dezvoltă abilitățile și încrederea de a deveni mai conștienți de riscurile și oportunitățile financiare, de a face alegeri în cunoștință de cauză, de a ști unde să meargă pentru ajutor și de a întreprinde alte acțiuni eficiente pentru a-și îmbunătăți bunăstarea financiară” (Dashero, 2022). Prin acest tip de educație, tinerii antreprenori devin conștienți de cum să gestioneze activele și cunoștințele referitoare la piețele financiare, operatorii financiare, instrumentele financiare, stocurile, criptomonedele și fluxul de numerar.

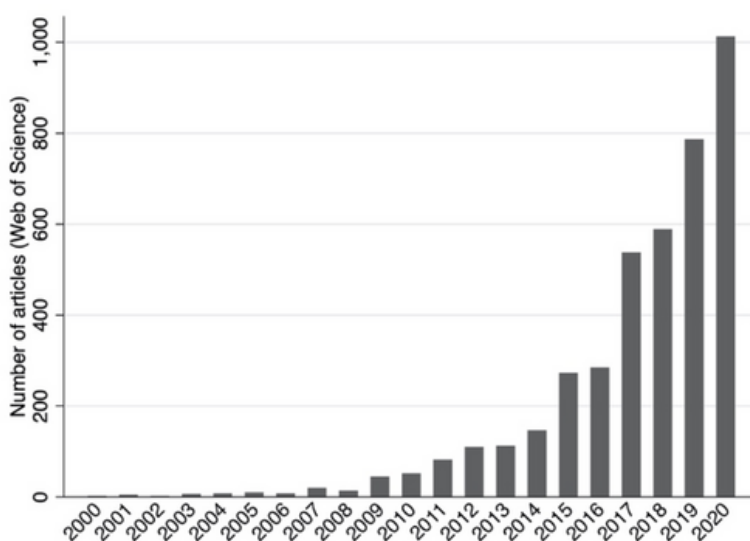


Figure 9 Number of Articles on 'financial literacy' per year in the Web of Science, (Kaiser et al., 2022)

Deși educația financiară nu este încă predată pe scară largă în școli sau locuri de muncă, a existat o creștere semnificativă a articolelor publicate pe această temă începând cu 2017, așa cum se arată în Figura 9. Cunoscută și sub numele de alfabetizare financiară, educația financiară îi ajută pe tinerii antreprenori să-și gestioneze obiectivele activelor. A ști să ne mișcăm în evoluțiile continue ale lumii economice și financiare care ne înconjoară viața de zi cu zi, ne permite să ne trăim viața într-un mod cu adevărat activ și conștient. Gândirea la bani în concordanță cu vremurile este cea mai eficientă modalitate de a realiza, pas cu pas, viața pe care o dorești să o trăiești, în armonie cu sine și cu ceilalți (Dashero, 2022)..



## Capitolul 2: Resurse

Importanța tinerilor antreprenori și a tinerilor adulți în general, atunci când vine vorba de educația financiară, este de a învăța câteva abilități financiare de bază care să-i ghideze în carieră. Acest ghid le va pune bazele pentru a avea succes în viitor. De exemplu, nu suntem învățați cum să facem bugetul de bază în timpul anilor noștri de școală. Planificarea și menținerea unui buget reprezintă o bază pentru sănătatea financiară la fiecare vârstă și una dintre cele mai esențiale abilități financiare pentru adulții tineri (TCA, 2016). De asemenea, acest lucru ajută la promovarea învățării despre elementele de bază ale contului bancar și despre importanța economisirii pentru situații de urgență. Mai mult, este important să știi când să ceri ajutor, cum ar fi când să iei sau nu un împrumut. Toate aceste abilități sunt sugerate de TCA (2016) ca abilități financiare esențiale pentru tinerii adulți.

Finanțarea este cea mai importantă parte a călătoriei unui tânăr antreprenor. Potrivit statisticilor, startup-urile eșuează adesea în primii cinci ani din diverse motive, dar principalul motiv este finanțarea. Educarea antreprenorilor despre managementul financiar din timp îi poate ajuta să vadă calea cea bună. Se susține ca obiceiurile financiare pot fi dezvoltate de la o vârstă foarte fragedă, de la vârsta de 7 ani, pentru ca dacă sunt neglijate, în ultimii ani ai vieții lor de adult, lipsa cunoștințelor îi poate determina pe oameni să ia decizii care îi pot conduce la un management financiar deficitar, cu rezultate ale descendenților (Springer, 2013). Multe activități și instrumente de formare sunt disponibile online și gratuit, pentru dezvoltarea alfabetizării financiare. De exemplu, TERRAM PACIS oferă un modul Open-Source privind înțelegerea și analiza preliminară a implicațiilor alfabetizării financiare asupra antreprenoriatului tinerilor.

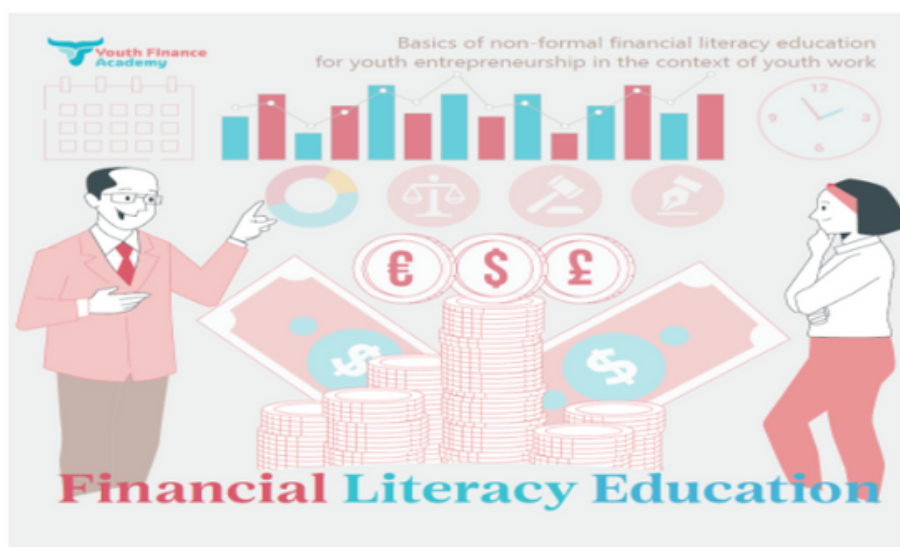


Figure 10 Front Page of the Guide, extracted from <https://www.terrapacis.org/resources/publications/financial-literacy-education-278.html>

## Capitolul 2: Resurse

Mai mult, Investește în tine: Money 101 și Money Basics sunt instrumente distractive pe care tinerii adulți le pot învăța cunoștințe financiare. Primul este cursul gratuit de 8 săptămâni al CNBC pentru libertatea financiară, livrat săptămânal direct în căsuța de e-mail. Al doilea este un curs introductiv care ajută la formarea unei fundații financiare sănătoase pentru restul călătoriei cu finanțele personale (Fitzsimons, 2021). După ce ați învățat elementele de bază ale alfabetizării financiare, este important să înțelegeți cum să estimați valoarea ideilor de produse. Aceasta este o abilitate esențială pe care ar trebui să o dobândească un tânăr antreprenor. După ce o idee este stabilită și instrumentele analitice au fost folosite pentru a înțelege ce trebuie îmbunătățit și dezvoltat, un tânăr antreprenor ar trebui să fie capabil să identifice câțiva factori cheie ai prețului estimat al start-up-urilor. Un tânăr antreprenor ar trebui să aibă în vedere următorul cost înainte de a-și estima prețul ideii (Kriss, 2014):

- Echipamente
- Taxe de constituire
- spațiu de birouri
- inventar
- Marketing
- site-ul web
- Mobilier de birou și rechizite
- Utilități
- statul de plată
- Consultanți profesioniști
- Asigurare
- taxe
- voiaj
- Transport

## Capitolul 2: Resurse

### 2.6 Concluzie

În concluzie, oricine se formează în educația financiară poate face diferența în sectorul antreprenorial. Tinerii, în special, se pot adapta rapid la instrumente noi și inovatoare și au oportunitatea unică de a deveni antreprenori.

Abilitățile financiare sunt punctul de lansare pentru construirea carierei pe care și-o doresc cu expertiza și know-how adecvate (Pholpituke, 2022). După ce au acoperit cele 4 secțiuni de mai sus, formatorii de antreprenariat ar trebui să fie mai capabili în formarea tinerilor cu eforturile lor de afaceri.

# Capitolul 3: În acțiune

## 3.1 Angajați creativ tinerii să ia inițiativă

### Tinerii ca agenți ai schimbării, ai viitorului

În această secțiune, vom înțelege agenții schimbării ca oameni care au potențialul de a modifica structuri solide deja stabilite în anumite zone ale societății. Agentul schimbării nu numai că va trebui să cunoască realitatea cu care lucrează, ci va trebui să aibă și abilitățile sociale necesare pentru a aduce problema sau structura cu care lucrează restului grupului. Înțelegem că tinerii sunt agenții schimbării viitorului deoarece, printre multe alte aspecte, au următoarele calități:

Tinerii vor fi moștenitorii viitorului, așa că multe dintre dinamicele care pot avea repercusiuni negative asupra viitorului lor sunt aspecte pentru care vor să lupte.

În prezent, tinerii reprezintă un grup foarte preocupat de multe dintre problemele care există.

În general, au cunoștințele și abilitățile de comunicare contemporane necesare pentru a aduce mesajele, obiectivele și preocupările proceselor de schimbare la provocarea oamenilor.

Abilitățile soft pe care un agent de schimbare ar trebui să le aibă sunt:

**Leadership:** Înțeles ca abilitatea oamenilor de a motiva, influența, organiza și dezvolta acțiuni pentru a iniția procese sau atinge obiective care implică oameni și grupuri. Ca agenți ai schimbării, va trebui să dezvoltăm capacitatea de conducere pentru a putea implica oamenii în procesele de schimbare pe care le conducem. Aspecte care vor fi analizate ulterior, dar pe care le vom introduce aici, vor fi diferența dintre a fi lider și a fi șef. Un lider motivează și ghidează o echipă fără a-și impune propriile idei, în timp ce un șef își folosește autoritatea pentru a-și impune regulile.

**Empatie:** Înțelegerea ca abilitatea de a participa afectiv la o realitate care ne este străină, adică de a putea înțelege cum se poate simți o persoană atunci când este expusă la anumite

circumstanțe sau afectate de anumite sentimente. Fiind conștienți că, în același mod în care suntem afectați de anumite situații, și alte persoane pot fi afectate de acestea.

## Capitolul 3: În acțiune

- Ascultarea activă: ca agent al schimbării pentru viitor, trebuie să avem capacitatea de a asculta activ, nu doar de a auzi cealaltă persoană, ci și de a fi pe deplin conștienți de mesajul pe care dorește să-l transmită, acordând atenție verbală și non- verbală.
- Inteligența emoțională: un alt aspect pe care trebuie să îl aibă un agent de schimbare este inteligența emoțională, adică a ști să perceapă, să exprime, să înțeleagă și să gestioneze emoțiile. O altă calitate care este strâns legată de inteligența emoțională și de care un agent de schimbare trebuie să fie foarte conștient este toleranța la frustrare. A fi capabili să înfruntăm și să gestionăm adecvat circumstanțele care ne fac să nu ne putem satisface întotdeauna dorințele profesionale. Să avem capacitatea de a gestiona eșecul într-un anumit obiectiv și să fim rezistenți, adică să ne întărim după un astfel de eșec și să ne confruntăm din nou cu anumite situații.
- Creativitate: având capacitatea de a inventa sau de a crea și știind să extrapolăm această capacitate la procesul pe care îl inițiem ca agenți ai schimbării. Să aibă capacitatea de a iniția în mod creativ și inovator astfel de procese și de a face față situațiilor care apar în timpul procesului.

Pe lângă aceste abilități sociale, agenții de schimbare vor trebui să cunoască și realitatea grupului de oameni cu care intenționează să lucreze. Modul în care interacționează între ei și cu societatea, codurile pe care le împărtășesc și percepțiile lor sociale asupra diferitelor probleme sau situații. În acest fel reușim să implicăm cel mai mare număr de oameni în procesul ipotetic al schimbării sociale.

- Tehnici motivaționale pentru implicarea tinerilor în procesele de schimbare. Simțul de apartenență și protagonism în acțiunile care promovează binele comun.
- Motivația va fi înțeleasă în cadrul proceselor de schimbare ca fiind procesul de obținere a unei atitudini de angajament la tineri, de ex. acțiuni pe care liderii de echipă vor trebui să le realizeze pentru a transmite legătura și angajamentul celorlalți oameni care alcătuiesc echipa.

Pentru a menține motivația unui grup, trebuie urmat un proces în trei pași:

## Capitolul 3: În acțiune

1. Inițial, trezește o dorință sau interes în tineri pentru ca aceștia să se simtă implicați în procesul de schimbare pe care vrei să-l inițiezi alături de ei. Faceți-i participanți la proces, astfel încât să devină conștienți și să vadă importanța sau gravitatea problemelor care sunt tratate. În același mod în care ei se văd ca parte a soluției acestor probleme, înțeleg că fără participarea lor, acțiunile implicate în procesul de schimbare nu ar putea fi realizate.
2. În al doilea rând, îndrumarea în acțiunile și eforturile lor de a lucra spre obiectivele procesului de schimbare. În orice moment, acțiunile desfășurate de echipă vor avea nevoie de sfaturi, dar acest sfat nu trebuie să se transforme niciodată în impunerea de reguli sau în conducerea echipei.
3. În sfârșit, atingerea obiectivelor, care în multe cazuri vor fi transmiterea atitudinilor către restul oamenilor care alcătuiesc echipa. Realizarea acestei motivații la restul participanților va fi un obiectiv îndeplinit care se va transforma în transmiterea restului echipei a aspectelor necesare desfășurării proceselor de schimbare socială.

Ca agent al schimbării sociale, va fi foarte important să punem mare preț pe sentimentul de apartenență la grup. Acest lucru va ajuta grupul să treacă la următorul pas:

1. Obiective comune: sentimentul de apartenență va crește odată cu împărtășirea obiectivelor între toți oamenii din echipă. Toți cei din echipă se vor simți parte din echipă.
2. Să ne simțim identificat cu restul membrilor: a fi conștienți de faptul că preocupările sau grijile noastre sunt împărtășite de restul oamenilor ne va consola angajamentul față de obiectivul principal al procesului de schimbare.
3. Împărtășirea experiențelor procesului de schimbare la care lucrăm împreună, prezentând ideile, preocupările și grijile noastre restului grupului, precum și împărtășirea obiectivelor noastre.

Protagonistul pe care un agent de schimbare îl dobândește într-un grup este de o importanță vitală atunci când vine vorba de dinamizarea echipei în care lucrăm. În același mod, o atitudine de conducere participativă trebuie menținută pe tot parcursul procesului de schimbare. Leadershipul participativ este leadership care ia în considerare contribuțiile tuturor persoanelor implicate și își bazează luarea deciziilor pe această participare. Conducerea participativă se caracterizează prin următoarele:

## Capitolul 3: În acțiune

- O varietate mai mare de puncte de vedere: Luând în considerare toate punctele de vedere ale persoanelor implicate în procesul de schimbare, vom putea găsi idei mai îmbogățite și de mare ajutor atunci când căutăm soluții la problemele care pot apărea în timpul nostru. muncă.
- Implicare și angajament mai mare: Implicarea tuturor și a-i face să vadă că ideile lor sunt ascultate și luate în considerare va avea ca rezultat o mai mare implicare, motivare și angajament din partea tuturor oamenilor care alcătuiesc echipa.
- Mai multă uniune în echipă: Datorită acestui sistem de conducere, comunicarea va fi un instrument cheie atunci când se lucrează și va permite o mai mare uniune între toți oamenii care alcătuiesc echipa.

### **Beneficii personale atunci când conduceți grupuri**

Ca agenți de schimbare într-un proces de schimbare socială, va trebui să avem în vedere faptul că ne vom configura de mai multe ori ca lideri de echipă. O astfel de conducere, așa cum sa menționat deja, va îmbunătăți climatul și funcționarea echipei angajate în procesul de schimbare socială. În același mod, faptul de a fi lideri ai unui grup ne va oferi posibilitatea de a obține o serie de beneficii personale precum:

- Satisfacție personală. A fi lideri ai unui proces de schimbare socială este intrinsec angajamentului față de procesele și obiectivele acestei schimbări. Faptul derularii procesului va provoca un sentiment de satisfacție personală în persoana care îl conduce, prin îndeplinirea obiectivelor stabilite.
- Motivație crescută. A ne constitui lideri ai unui grup ne va crește motivația pentru procesul pe care îl conducem.
- Îndeplinirea scopului. Strâns legată de satisfacția personală, îndeplinirea obiectivelor nu se referă doar la realizarea unui obiectiv final, simplul fapt de a iniția o acțiune se poate referi și la îndeplinirea unui obiectiv.
- Să știi că preocupările și grijile tale sunt împărtășite de alții.

În acest domeniu în care colectivul este mai presus de individualism, faptul de a ne împărtăși preocupările și grijile, și știind că sunt împărtășite și de alți oameni, va ajuta la motivarea și continuitatea proceselor de schimbare inițiate.

- Creștere personală: Conducerea unui grup va contribui la creșterea noastră personală, deoarece a avea un astfel de rol va spori dezvoltarea propriilor potențiale și abilități personale și sociale.

## Capitolul 3: În acțiune

### **Posibilitati de a genera schimbări reale sociale, economice,....**

Ca agenți ai schimbării sociale, trebuie să fim conștienți de posibilitatea reală de a produce schimbare. Schimbarea socială este înțeleasă ca modificarea care poate interveni în structura unei societăți în raport cu valorile, normele sau codurile acesteia.

Pentru a face posibil un proces de schimbare socială trebuie să credem în el. Trebuie să fim conștienți că, în calitate de tineri, putem fi agenți ai schimbării, deoarece suntem familiarizați cu noile tehnologii, avem puterea de a ne motiva reciproc și avem capacitatea de a mobiliza grupuri mari. Nu ar trebui să fim conștienți doar de capacitatea noastră de a conduce mișcări care urmăresc procese de schimbare socială, ci și de potențialul nostru de a conduce procese care promovează economice, culturale, politice etc. schimbări.

În acest aspect, acela de conștientizare a posibilității de a aduce schimbări, rolul liderului de echipă va fi foarte important. Liderul va trebui să transmită această gândire și motivație restului echipei, să-i facă să vadă că eforturile și munca lor au potențialul de a deveni o schimbare reală. Prin schimbare reală înțelegem posibilitatea modificării structurilor comportamentale care au fost total stabilite în societate.

### **Concentrarea pe colectiv, nu pe individualism.**

Ca lideri ai unei echipe, trebuie să optăm întotdeauna pentru colectiv, spre deosebire de individualism. Colectivul este înțeles ca un grup de oameni care împărtășesc probleme sau interese comune. Continuând cu convingerea beneficiilor intrinseci ale lucrului împreună și nu individual, trebuie să fim conștienți și să prezentăm colectivului nostru următoarele:

Munca în echipă va spori obiectivul procesului nostru de schimbare socială. Participarea mai multor persoane și valorizarea acestei participări și luarea în considerare a contribuțiilor acestora ne vor îmbogăți obiectivele. Tehnici precum brainstormingul ajută astfel de procese.

Rezolvarea problemelor în cadrul procesului nostru de schimbare va fi, de asemenea, favorizată de colectiv. Încercarea de a rezolva o problemă individual poate fi o sarcină dificilă, motiv pentru care lucrul în echipă poate favoriza căutarea soluțiilor la problemele care apar în procesele noastre de schimbare socială.



## Capitolul 3: În acțiune

- Sentimentul de apartenență și de lucru colectiv, văzând că nu ești singur în procesul de schimbare socială va favoriza atingerea obiectivelor.
- Munca în echipă vă va permite să vă expuneți punctele forte individuale și să le dezvoltați, atât cu contribuția altor colegi, cât și prin lucrul împreună cu abilitățile sau punctele forte ale altor oameni.
- Capacitatea de a influența restul populației și de a face procesul nostru de schimbare socială un succes va fi mai mare dacă lucrăm colectiv decât dacă lucrăm individual.
- Munca în echipă promovează comunicarea eficientă între toți oamenii din echipă. Faptul de a lucra împreună va însemna că va trebui să comunicăm cu ceilalți pentru a continua să avansăm în obiective, de aceea va trebui să comunicăm eficient cu restul colegilor noștri în beneficiul individual și de grup.
- Munca în echipă va ajuta la dezvoltarea încrederii pentru toți membrii echipei și pentru obiectivele noastre comune. Munca în echipă construiește încredere unul în celălalt și acest lucru va avea un impact asupra întregii echipe.
- Munca în echipă va ajuta la îmbunătățirea procesului decizional. Ca echipă, atunci când trebuie să facem față unei decizii, ne vom simți cu toții susținuți de întreaga echipă și decizia poate fi luată în comun. În plus, deciziile luate vor fi îmbogățite cu contribuțiile tuturor ideilor prezentate de membrii echipei, adică o persoană poate prezenta o soluție pe care toți ceilalți oameni o consideră adecvată, dar și să adauge modificări sau contribuții la soluția respectivă.

După ce am analizat toate beneficiile muncii în echipă în domeniul proceselor de schimbare socială, este mai mult decât evident că, în calitate de lideri ai unei astfel de echipe, vom avea misiunea de a ne asigura că modul în care echipa noastră funcționează este cel descris mai sus.

## Capitolul 3: În acțiune

### 3.2 Strategii de planificare și depășire a incertitudinilor

„Ucenicii pentru a lupta cu incertitudinea sunt aceiași în toate sectoarele, indiferent de nivelul de educație. Ceea ce diferă este abordarea și implementarea.”

Scenariile de management al schimbării  
(de exemplu, planificare, schimbări climatice, dezvoltare software, printre altele)

Efectele incertitudinii:

Stres, anxietate, pesimism, individualism, supracomplicație/simplificare, mărire

Practici comune pentru combaterea incertitudinii:

- i) Îmbrățișează disconfortul de a nu ști
- ii) Distingeți între complicat și complex
- iii) Rezistă simplificărilor excesive și concluziilor rapide
- iv) Găsirea soluției prin munca în echipă
- v) Micșorarea (recadrarea scenariului cu care trebuie să vă confrunțați)
- vi) EVITAȚI: Prejudecăți de disponibilitate (luând decizii DOAR ceea ce știți deja), Neglijarea probabilității (Prea multă greutate asupra evenimentelor improbabile), Prejudecăți de stabilitate (Contra presupunerii că viitorul este același cu trecutul)

Crearea predictibilității prin:

- Planificarea scenariului
- Împărțirea problemei în părți mai mici
- Creați scenarii alternative (dar fiți gata să le schimbați)

Abordări comune pentru a face față scenariilor incerte:

- Gândește pozitiv și nu explora modalități în care ar putea merge prost
- Învăță prin experiențele trecute / Învăță făcând
- Promovați abilități puternice de gândire analitică și critică
- Adoptă schimbarea
- Creați și împărțiți echipe pentru a rezolva o problemă, DAR țineți cont de diferențele individuale (dispoziții sociale)
- Soluții multiple pentru „doar în cazul în care”
- Mai nou nu este întotdeauna mai bun (dacă nu este rupt...)
- Pași mici
- monitorizarea

## Capitolul 3: În acțiune

### 3.3 Învățați despre valoarea muncii în echipă... prin munca în echipă

Ce este munca în echipă? Atitudini pentru a-l atinge: autocritică, responsabilitate, loialitate, inițiativă, optimism, bine comun

Munca în echipă poate fi definită ca un mod organizat de lucru între mai multe persoane în vederea atingerii unor scopuri sau obiective comune. În munca în echipă toate abilitățile tuturor membrilor echipei ar putea fi configurate ca abilități complementare, în care fiecare persoană își menține responsabilitatea individuală și reciprocă, dar păstrând un scop comun. Munca în echipă urmărește, prin efortul coordonat al membrilor săi, să obțină performanțe, productivitate și satisfacție mai mari.

Atitudinile pe care trebuie să le avem pentru a putea lucra în echipă sunt:

**Autocritica:** se va cauta în orice moment îmbunătățirea continuă, făcând o trecere în revistă și analiză a situației echipei, nu cu scopul de a pedepsi sau critica ceea ce s-a făcut rău, ci de a modifica sau îmbunătăți. Autocritica va fi realizată în orice moment cu obiectivul comun de a îmbunătăți procesul nostru de schimbare socială.

**Responsabilitate:** înțelege că calitatea îndeplinirii obligațiilor și a fii atent în luarea deciziilor. Va trebui să dezvoltăm împreună un simț al responsabilității de grup, în care toți oamenii care fac parte din procesul de schimbare socială vor trebui să fie implicați.

**Loialitate față de toți oamenii care alcătuiesc echipa,** de ex. menținerea unui sentiment de respect și loialitate atât față de principiile și valorile individuale, cât și față de restul persoanelor care alcătuiesc grupul.

**Inițiativă:** având capacitatea de a concepe sau de a acționa, aceasta implică și crearea unui climat de încredere, astfel încât oamenii din echipă să aibă încredere să ia inițiativa fără teama de consecințe.

**Optimism:** având o atitudine pozitivă față de lucruri, ar trebui să menții o atitudine pozitivă atunci când lucrezi cu echipa ta. Ceva care ar putea afecta negativ procesul nostru de schimbare poate fi legat de a avea o atitudine negativă.

**Bunul comun:** a căuta în orice moment binele comun. Aici trebuie să acordăm o atenție deosebită faptului că în niciun moment un beneficiu individual nu poate fi mai important decât un beneficiu de grup. În calitate de lideri de echipă, sarcina noastră va fi să creștem importanța beneficiilor de grup

Urmând aceste atitudini vom putea lucra în echipă într-un mod îmbogățitor și sănătos, aspecte care vor fi de o importanță vitală pentru atingerea scopului proceselor noastre de schimbare socială. De aceea, trebuie să acordăm o atenție deosebită aspectelor pe care le-am subliniat și, de asemenea, celor care vor apărea în timp.

## Capitolul 3: În acțiune

### **Grup vs. Echipă. Atribute: Leadership, comunicare, responsabilitate, aptitudini, rezultate, mod de lucru, conflicte.**

De multe ori este dificil să faci distincția între un grup și o echipă, așa că înainte de a explica atributele necesare pentru a lucra în echipă, vom explica diferențele dintre un grup și o echipă.

Un grup ar putea fi înțeles ca un grup de oameni adunați împreună care au anumite caracteristici. În timp ce o echipă ar fi un grup de oameni organizați pentru a acționa împreună.

Într-un grup fiecare persoană are obiective individuale și le poate realiza individual, într-o echipă obiectivele sunt comune și este nevoie de colaborarea celorlalți oameni pentru a le atinge, i.e. obiectivele sunt comune.

Într-un grup, fiecare persoană își poate îndeplini sarcinile atribuite individual, în timp ce într-o echipă, performanța este colectivă, adică. depinde de ceilalți membri.

Într-un grup, de regulă, oamenii au o atitudine pasivă, de obicei membrii respectă doar liniile directe stabilite, în timp ce în echipe participante ar trebui să aibă o atitudine proactivă, de ex. ar trebui să fie predispuși să anticipeze problemele și soluțiile.

Când decidem să lucrăm în echipă, trebuie să înțelegem diferența dintre lucrul în echipă și lucrul în grup. În linii mari, s-ar putea spune că într-un grup, oamenii lucrează individual, fiecare în cadrul propriilor domenii de activitate, în timp ce munca în echipă urmărește să se desprindă de aceste domenii, adică să lucreze împreună în orice moment.

Leadership: atunci când vorbim despre munca în echipă, trebuie să simțim acea echipă ca pe ceva împărtășit de toți oamenii care o compun, nu ca un grup deținut de o singură persoană. Prin urmare, echipa va fi condusă, nu poate fi niciodată dirijată. Diferența dintre leadership și management este simplă, sub paradigma leadership-ului în niciun moment nu putem dirija grupul, misiunea noastră va fi să-i ghidăm, adică nu putem da ordine obligatorii, ideile vor fi prezentate și discutate cu toți. persoanele implicate în echipă.

## Capitolul 3: În acțiune

- **Comunicarea:** comunicarea într-o echipă trebuie să se desfășoare întotdeauna liber între toate persoanele care alcătuiesc echipa și nu este nici necesară, nici benefică pentru echipă dacă comunicarea este inițial cu liderul și nu circulă printre toți membrii. Prin urmare, se va urmări comunicarea orizontală, care poate avea loc între toate persoanele fără a fi nevoie să comunice aspecte liderului care solicită aprobarea. Pe langa asta, comunicarea trebuie să fie și asertivă, trebuie să avem capacitatea de a exprima comentarii sau opinii într-un mod respectuos, fără ca oamenii să se simtă jigniți de modul nostru de a comunica anumite aspecte.
- **Responsabilitate:** într-o echipă trebuie să simțim responsabilitatea individuală și colectivă, nu doar individuală. Consecințele acțiunilor sau deciziilor luate de echipă vor avea repercusiuni asupra întregii echipe. Dacă există atât consecințe negative, cât și pozitive în timpul procesului nostru de schimbare socială, trebuie să ne asumăm responsabilitatea pentru aceste consecințe într-un mod colectiv, implicând pe toată lumea în asumarea acestor consecințe. Una dintre sarcinile liderului se va baza pe acest aspect, să insuflă că, ca echipă, trebuie să răspundem cu toții la anumite situații care pot apărea.
- **Abilități:** În cadrul unei echipe, toate abilitățile deținute de oamenii care alcătuiesc echipa vor fi folosite pentru atingerea obiectivelor. Aceste abilități vor fi înțelese ca capacități individuale pe care fiecare membru le va folosi pentru a îndeplini sarcini individuale sau colective. Din paradigma muncii în echipă, una dintre funcțiile liderului va fi să încurajeze împărtășirea abilităților individuale cu scopul de a le îmbogăți cu cele ale celorlalți participanți.
- **Rezultate:** Rezultatele vor fi roadele muncii colective a echipei.
- **Mod de lucru:** Într-o echipă nu vei lucra niciodată într-un mod care să urmărească doar sarcinile individuale care ți-au fost atribuite, vei lucra pentru a-ți atinge obiectivele personale și ale echipei.

**Conflicte:** Conflictele nu vor fi rezolvate prin impunerea ordinilor de la terți, ci prin confruntare colectivă între persoanele implicate în conflict. Cu alte cuvinte, atunci când apare un conflict în cadrul echipei, trebuie efectuate procese de mediere între persoanele implicate în conflict.

## Capitolul 3: În acțiune

### **Cele 5 „C” ale muncii în echipă: complementaritatea; coordonare; comunicare; Încredere și angajament.**

Ca urmare a lui Tom Peters, în studiile sale despre modul în care echipele pot atinge performanțe ridicate, am identificat cinci elemente necesare pentru a realiza acest lucru.

**Complementaritate:** Fiecare membru al echipei trebuie să-și pună cunoștințele și aptitudinile în slujba echipei. Restul oamenilor vor trebui să desfășoare aceeași acțiune, astfel încât faptul de a împărtăși toate aceste abilități va face posibilă atingerea unor obiective care nu ar fi posibile individual. Pe lângă realizarea unor obiective pe care nu le-am putea realiza individual, atât procesul de lucru, cât și realizarea obiectivelor se vor îmbogăți prin toate contribuțiile tuturor persoanelor implicate în procesul de schimbare socială.

**Coordonare:** Fiecare dintre membrii echipei va avea sarcini individuale, prin urmare liderul echipei va trebui să cunoască cu precizie calitățile și aptitudinile fiecăruia dintre membrii echipei. În acest fel, repartizarea sarcinilor se va realiza în cel mai adecvat mod pentru a realiza atât atingerea obiectivelor, cât și un proces de lucru îmbogățitor.

**Comunicare.** Pentru ca progresul echipei să fie adecvat și orientat spre atingerea obiectivelor, va fi necesară o comunicare bazată pe ascultare activă, care să fie asertivă și proactivă. Comunicarea va juca un rol fundamental în coordonarea acțiunilor din cadrul echipei, atât individuale, cât și de grup.

Unele dintre caracteristicile comunicării asertive pe care noi, în calitate de lideri, ar trebui să le promovăm sunt:

**Respectarea drepturilor noastre și ale celorlalți:** să fim fideli cu noi înșine, respectându-ne drepturile, dar și respectând drepturile celorlalți. Când ne exprimăm punctul de vedere, îl exprimăm din punctul nostru de vedere și ascultăm punctul de vedere al altora, fără a încerca să ne impunem credințele altora.

**Exprimarea ideilor și emoțiilor într-un mod direct, onest, empatic și respectuos.** Pentru a comunica asertiv, trebuie să facem acest lucru respectând cele patru componente enumerate mai sus. Dacă comunicăm doar sincer și direct, vom fi percepuți ca agresivi, iar dacă comunicăm respectuos și empatic, vom fi percepuți ca supuși.

## Capitolul 3: În acțiune

- Să exprimăm în orice moment ceea ce avem nevoie fără a neglija nevoile altor oameni. Comunicarea asertivă este cea mai eficientă modalitate de a ajunge la acorduri în care nevoile ambelor părți sunt luate în considerare. Cu alte cuvinte, prin acest tip de comunicare se caută în orice moment un echilibru, în care să fie recunoscute atât nevoile proprii, cât și ale celorlalți.
- Exprimându-ne sentimentele fără a judeca sau a învinovăți pe alții. Responsabilitatea își asumă un rol foarte important în acest tip de comunicare. În comunicarea asertivă îți asumi responsabilitatea pentru consecințele acțiunilor tale, permițând în același timp oamenilor să-și asume responsabilitatea pentru ale lor.
- Comunicați într-o manieră fermă, calmă și încrezătoare. Aceasta înseamnă că atunci când este necesar să corectezi, să ceri sau să ceri, poți să o faci cu calm rămânând calm, încrezător în ceea ce spui și fiind empatic și respectuos.
- Tratând momentele de conflict într-un mod constructiv. Atunci când tratăm conflictele într-un mod constructiv, acestea generează beneficii, îmbunătățiri și schimbări pozitive, spre deosebire de dacă le tratăm într-un mod distructiv, ceea ce va avea doar un impact negativ. Pentru a face față conflictelor într-un mod constructiv, trebuie să folosim tehnicile de comunicare asertivă descrise mai sus.

Acesta va fi tipul de comunicare care va permite echipei noastre să funcționeze bine. Încurajând acest tip de comunicare în echipa noastră, vom putea lucra cu oameni care vor facilita munca, adică vom putea lucra cu oameni asertivi, caracterizați prin:

- - Sunt oameni curajoși și autentici.
  - Ei caută binele comun.
  - Ei își domină ego-urile.
  - Ei se iubesc pe ei înșiși.
  - Sunt inteligenți din punct de vedere emoțional.
  - Ele urmăresc să-și îmbunătățească abilitățile de comunicare.
- Sunt deschiși la minte și buni ascultători.

## Capitolul 3: În acțiune

- **Încredere:** liderul echipei trebuie să creeze un climat de încredere în cadrul echipei, făcându-i pe membrii echipei să creadă în abilitățile lor și ale celorlalți membri. Încrederea se generează și prin transparență, așa că încă de la început liderul trebuie să explice membrilor echipei în mod clar și concis sarcinile fiecărei persoane din echipă și obiectivul de atins. Un aspect pozitiv pentru realizarea acestei încrederi ar putea fi organizarea de ședințe sau adunări în care sunt explicate aspecte precum următoarele:
- **Transparență:** comunicarea în orice moment echipei în momentul în care ne aflăm, amploarea anumitor acțiuni, victorii și eșecuri. În calitate de lideri de echipă, este posibil să avem acces la anumite informații pe care ceilalți membri ai echipei nu le au, prin urmare, funcția noastră va fi să transmitem aceste informații celorlalți membri ai echipei. Acest aspect va fi de o importanță vitală pentru a menține un nivel ridicat de transparență și pentru ca toți membrii echipei să aibă încredere în echipa însăși.
- **Recunoașterea greșelilor:** dacă vine momentul când trebuie să ne asumăm vreo consecință negativă pentru orice acțiune desfășurată de echipă, va trebui să ne asumăm împreună, adică liderul va trebui să se asigure că această greșeală nu este asumată individual. de către orice persoană, ci mai degrabă că este asumată colectiv.
- **Împuternicirea colegilor:** pentru a îmbunătăți climatul de încredere în echipa noastră, o acțiune care poate fi întreprinsă atât de liderul echipei, cât și de ceilalți colegi este acțiunea de abilitare a colegilor.
- **Evitarea favoritismului:** în calitate de lideri de echipă, poate fi o sarcină dificilă să evitați favoritismul în orice moment pentru unii dintre oamenii din echipă va duce la un climat mai bun de încredere între toți oamenii din echipă, deoarece se vor vedea la fel. nivel.
- **Medierea conflictului:** atunci când apare un conflict în cadrul echipei, una dintre funcțiile noastre ca lideri de echipă va fi să încurajăm un proces de mediere într-un astfel de conflict, fără a impune niciodată o sancțiune sau ordin de către lider.
- **Angajament.** Trebuie să existe un angajament din partea tuturor membrilor echipei, interesele grupului având prioritate asupra intereselor individuale. Liderul trebuie să încurajeze acest angajament, astfel încât membrii echipei să-și pună la dispoziție abilitățile și talentele echipei.
- Pentru a stimula angajamentul tuturor oamenilor din echipă, noi, în calitate de lideri, putem realiza următoarele atitudini și acțiuni

Cunoașterea motivațiilor tuturor oamenilor care alcătuiesc echipa. Este important ca lideri să cunoaștem preocupările oamenilor cu care vom lucra în procesul nostru de schimbare socială și să îi motivăm să împărtășească aceste preocupări cu restul colegilor noștri.



## Capitolul 3: În acțiune

- Implicați pe toată lumea în orice moment când trebuie luate decizii. Asigurați-vă că toți cei din echipă se văd la același nivel și lăsați-i să vadă că deciziile lor sunt importante prin implicarea tuturor în procesul de luare a deciziilor.
- Fii inovator și promovează inovația în întreaga echipă.
- Apreciază munca tuturor colegilor în orice moment.
- Demonstrați-le colegilor că, în calitate de lideri de grup, vă pasă de ei.

**Roluri: integrator, creator, consilier, salvagardare, controlor, producător, organizator, promotor.**

Potrivit lui Stephen P. Robbins, în cartea sa „Comportament organizațional”, în fiecare echipă, în funcție de obiectivele sau scopurile pe care le are echipa, vor fi necesare unele roluri sau altele. Totuși, Robbins identifică nouă roluri potențiale în echipe.

Rolurile de lucru în cadrul echipelor ar fi funcțiile pe care fiecare dintre oamenii din mediul lor trebuie să le îndeplinească pentru a atinge obiectivele așteptate ale echipei. Prin urmare, rolurile s-ar referi la așteptările comportamentale pe care liderul le așteaptă de la oamenii din echipă.

În acest fel, liderul echipei ar trebui să aibă o înțelegere aprofundată a capacităților membrilor echipei și să atribuie munca și rolurile care se potrivesc cel mai bine fiecărei persoane.

- Integrator: Acesta ar fi persoana responsabilă cu aspectele de coordonare și integrare.
- Creator: Inițiator de idei sau proiecte creative.
- Consilier: Aceasta ar fi persoana care motivează să obțină sau să caute mai multe informații.
- Safeguarder: Persoana responsabilă cu bătăliile externe echipei.
- Controller: Misiunea lui principală ar fi să examineze tot ce ține de echipă și să aplice regulile care există în echipă.
- Producator: Responsabil cu conducerea și monitorizarea echipei.
- Organizator: Funcția principală a organizatorului va fi aceea de a da structura echipei.
- Consilier: va oferi o analiză a diferitelor opțiuni disponibile.
- Promotor: Persoana responsabilă cu promovarea și celebrarea ideilor odată ce acestea au fost inițiate.

## Capitolul 3: În acțiune

### **importanța muncii în echipă. Avantaje: beneficii pentru persoane fizice și beneficii pentru organizații.**

Beneficiile muncii în echipă sunt nenegociabile, dar pentru ca aceste beneficii să aibă impact asupra unei echipe trebuie să acordăm o atenție deosebită organizării echipei și ca obiectivele să fie împărtășite de toți membrii echipei.

Beneficiile pentru persoane fizice ar fi:

Problemele, tensiunile sau stresul care poate fi cauzat de o astfel de muncă este împărtășită de toți oamenii care alcătuiesc echipa, reducând efectele negative care pot fi cauzate de astfel de situații stresante.

Este o sursă de satisfacție pentru indivizi, deoarece îi face să se simtă parte din ceva. Sentimentul de apartenență la grup va fi un aspect care va crește exponențial atunci când se lucrează în echipă.

Îmbogățirea muncii, mai multe puncte de vedere sunt disponibile atunci când vine vorba de luarea deciziilor. În acest fel, atunci când se inițiază o dezbatere pe o temă, dezbateră în sine va duce la o creștere a cunoștințelor noastre despre acea temă, întrucât se va îmbogăți de cunoștințele tuturor colegilor noștri. Cu alte cuvinte, munca în echipă dezvoltă punctele forte individuale.

Prin împărtășirea informațiilor și cunoștințelor individuale, începe să se dezvolte învățarea colaborativă.

### **Beneficiile grupului ar fi:**

Luarea deciziilor prin consens, prin urmare o mai mare acceptare a acordurilor. Deciziile încetează să fie responsabilități individuale și devin mai acceptate ca decizii de grup. Prin urmare, munca în echipă va îmbunătăți brainstormingul.

Munca în echipă îmbunătățește abilitățile de rezolvare a problemelor. Problemele vor avea mai puțin potențial de a afecta negativ echipa, deoarece vor fi tratate colectiv și nu individual.

Mărește transferul de informații între lucrători, crescând astfel cunoștințele grupului în ansamblu, ducând la dezvoltarea unor idei mai bune.

Apar noi moduri de abordare a problemelor.

Crește angajamentul față de scopul grupului. Dacă toți împărtășesc același obiectiv, ne va crește șansele de a-l atinge.

Crește comunicarea eficientă în cadrul grupului. Comunicarea este un aspect cheie al lucrului în echipă eficient.

Munca în echipă ajută la dezvoltarea încrederii. Încrederea este un aspect care ne va favoriza munca. O echipă în care membrii săi au încredere unii în alții este capabilă să-și comunice ideile mai ușor, să se simtă mai confortabil la locul de muncă și să colaboreze mai mult.

## Capitolul 3: În acțiune

### **Recomandări pentru îmbunătățirea muncii în echipă: obiective SMART. Specific, măsurabil, realizabil, realist și limitat în timp.**

Am văzut că beneficiile muncii în echipă sunt vaste, dar chiar și așa, în calitate de lideri de grup trebuie să menținem această filozofie de lucru în cadrul grupului. Prin urmare, sarcinile fundamentale ale liderilor vor fi să ofere sprijin și să dezvolte acțiuni de îmbunătățire continuă.

Stabilirea unor obiective clare și ușor de înțeles: Una dintre misiunile liderului echipei va fi să stabilească obiective clare și ușor de înțeles, astfel încât toți membrii să știe ce se așteaptă să realizeze. Cu alte cuvinte, fiți clar și concis în stabilirea modului în care ne vom desfășura munca.

La constituirea echipei, ar trebui să acordăm o atenție deosebită membrilor care vor alcătui echipa. Trebuie să căutăm membri cu aptitudini utile pentru atingerea obiectivelor comune dorite. Acordați o mare atenție rolurilor descrise în secțiunea anterioară: integrator, creator, consilier, salvagardare, controlor, producător, organizator, consilier și promotor.

Încurajează comunicarea asertivă în cadrul echipei. Pe lângă un climat bun pentru împărtășirea ideilor și cunoștințelor între ei.

Crearea unui climat de încredere în echipă.

Pentru a oferi membrilor abilitatea de a-și confrunta ideile.

Rolul liderului va fi întotdeauna să ghideze și să sprijine, niciodată să controleze echipa. Un alt aspect legat de liderul grupului vor fi aspectele de care va trebui să țină cont la stabilirea obiectivelor. Obiectivele SMART, un instrument propus de cercetătorul George Doran, se referă la importanța stabilirii unor obiective adecvate. Ele se bazează pe cinci criterii:

**Specific:** Obiective precise și clare în ceea ce privește ceea ce se intenționează să atingă, astfel încât concentrarea să nu se piardă în timpul procesului.

**Măsurabil:** Va fi necesar să stabilim indicatori care să ne permită măsurarea situației obiectivului nostru, cele cinci criterii sunt interdependente și de aceea este necesar ca obiectivele să fie clare și concise, altfel nu pot fi măsurate.

## Capitolul 3: În acțiune

- **Realizabil:** Obiectivele stabilite trebuie să fie rezonabile pentru a fi realizabile. Prin urmare, nu are rost să stabilim obiective nerealiste, de nerealizat; Ar trebui efectuate mai multe sesiuni de luare a deciziilor, astfel încât acestea să poată fi creative și realizabile în același timp.
- **Realist:** Sub acest aspect, se acordă o atenție deosebită capacității echipei de a-l atinge sau de a-l atinge, adică dacă suntem capabili să atingem obiectivul propus cu resursele noastre, ținând cont de capacitățile noastre economice precum și de resursele umane de care dispunem. .
- **Limitat în timp:** Toate obiectivele propuse de echipă ar trebui să aibă o limită de timp pentru realizarea lor.
- Prin urmare, înainte de a stabili obiectivele propuse, acestea ar trebui studiate de echipă pentru a vedea dacă respectă cei 5 itemi descriși mai sus.

### **Dinamica grupului: ce sunt, pentru ce sunt și tehnici.**

În calitate de lideri ai grupurilor de schimbare socială va trebui să ținem cont de dinamica de grup, aceste activități vor contribui la o bună unire și comunicare în echipele de lucru prin activități cu aspect recreativ. De multe ori acestea sunt activități care la prima vedere par a fi pur și simplu menite să distreze grupul, dar obiectivul acestor activități merge mult mai departe.

Dinamica grupului servește, printre altele, la:

- Spargeți gheața, atât la formarea grupului, cât și la includerea de noi membri. În special în primele sesiuni de grup, va fi foarte important să se realizeze dinamice de introducere pentru a sparge gheața dintre toți oamenii care alcătuiesc echipa.
- Aspecte precum motivația pot fi lucrate. În anumite momente când, în calitate de lideri de grup, observăm că spiritul echipei este scăzut, putem realiza dinamici pentru a lucra împreună aceste aspecte. Putem realiza chiar dinamici în afara mediului în care lucrăm de obicei.

Stimulează uniunea și un sentiment de apartenență la grup. Dinamica va fi, de asemenea, utilă pentru a împărtăși timp și spațiu cu oamenii cu care lucrăm în procesele noastre de schimbare socială. În ele vom vorbi despre aspecte legate de procesul de schimbare socială, cu echipa și, de asemenea, despre aspecte nu numai legate de echipă și procesul de schimbare socială, care încurajează legătura de echipă și cunoașterea colegilor.

## Capitolul 3: În acțiune

- Va ajuta la îmbunătățirea comunicării între toți oamenii din grup. Sunt un moment în care putem comunica într-o atmosferă mult mai exigentă cu toți colegii noștri, facilitând astfel comunicarea.
- Acestea îmbunătățesc mediul de lucru și vor ajuta la îmbunătățirea comunicării între membrii echipei.
- Ele ajută la evidențierea abilităților și competențelor membrilor. Dinamica va fi, de asemenea, utilă pentru a învăța noi abilități sau competențe ale tuturor oamenilor din echipă.
- Sunt utile pentru împărtășirea cunoștințelor pe diferite subiecte.
- Sunt utile pentru gestionarea conflictelor. Prin tehnici precum „Role Playing” putem simula situații în care două sau mai multe poziții pe o problemă trebuie confruntate, aceste tehnici ne pot ajuta să înțelegem cum funcționează grupul în situații de confruntare a ideilor reale.
- Unele dintre tehnicile utilizate în dinamica de grup sunt următoarele. Acestea depind de numărul de oameni cu care urmează să lucreze, de punctul în care se află grupul, de timpul disponibil și de experiența liderului.

### Phillips 66:

- Aceasta constă în împărțirea membrilor grupului în subgrupuri de 6 persoane pentru a discuta un anumit subiect. Această tehnică are ca scop promovarea capacității de sinteză și concentrare. Se vor lucra și aspecte precum comunicarea, empatia și luarea deciziilor.

### Joc de rol:

- Această dinamică urmărește să-i determine pe membrii echipei să acționeze asupra unei situații într-un mod spontan, de ex. unde interpretarea nu este scrisă anterior. Ceilalți membri ai echipei observă și analizează discuția. Ulterior, are loc o dezbatere asupra performanței membrilor echipei. Vor fi utile pentru a aprecia și discuta aspecte legate de tipul de comunicare folosit de membrii echipei.

### Schimb de experiență:

Această tehnică va favoriza integrarea echipei de lucru, colaborarea și rezolvarea conflictelor. Prin schimbul de experiențe se va putea afla despre experiențele altor persoane, le va analiza și propune soluții. Această prezentare a problemelor se poate face în mod anonim pentru a nu interfera atunci când se lucrează la un conflict în echipa de lucru.

## Capitolul 3: În acțiune

Interviu sau chestionar:

- Constă într-o baterie de întrebări cu răspunsuri închise sau deschise pentru a afla părerea sau cunoștințele oamenilor care alcătuiesc echipa în raport cu anumite aspecte. În calitate de lideri, această tehnică poate fi folosită pentru a culege informații despre ceva pe care îl considerăm important pentru echipă.

Brainstorming:

- Aceasta constă în notarea ideilor care au apărut spontan în echipă pe o anumită temă pe o tablă sau într-un spațiu vizibil pentru restul membrilor echipei. Având toate ideile prezente, membrii echipei le va fi mai ușor să compare aceste idei sau să îmbogățească una dintre aceste idei cu contribuția altora.

Activitate: Provocare

- Scopul acestei dinamici este de a încuraja participanții să își asume riscuri și provocări și că acest lucru îi va ajuta să se dezvolte personal și profesional. Pentru a realiza această dinamică, va trebui să împărțim echipa în două subgrupe cu același număr de participanți. Într-o cutie, vom pune cărți cu provocări și vor trece cutia între ele în timp ce cântecul se joacă. Când melodia se oprește, persoana care are cutia trebuie să ia un cartonaș cu una dintre provocări și va avea trei opțiuni.
- Acceptă provocarea și câștigă puncte pentru echipa ta.
- Transmite provocarea unui alt membru al echipei.
- Atribuiți provocarea unei persoane din echipa adversă și fiți penalizat cu puncte.
- Pot fi refuzate maximum trei oportunități, dar de la a patra oară, provocările trebuie îndeplinite.

Câștigă echipa cu cele mai multe puncte.

## Capitolul 3: În acțiune

### 3.4 Beneficiile învățării prin experiență

- Rezultatele învățării ar trebui să se bazeze pe următorii factori:

Cunoștințe - Cunoștințe despre subiect, familiaritatea, conștientizarea sau înțelegerea subiectului, cum ar fi fapte, informații, descrieri sau abilități, care sunt dobândite prin experiență sau educație prin descoperire sau învățare. Cuvintele utilizate în mod obișnuit sunt enumerați, recunoașteți, definiți etc.

Cognitive – Abilități intelectuale, ar trebui să includă modul de aplicare a cunoștințelor la acțiuni, ar trebui să includă abilități de rezolvare a problemelor. Cuvintele utilizate în mod obișnuit sunt descrie, explică, identifică etc.

Practic – Cum se proiectează și se efectuează experimente? Cuvintele utilizate în mod obișnuit sunt demonstrarea, implementarea etc.

Abilități generice - Abilitățile generice includ tehnici de rezolvare a problemelor, chei pentru învățare. Cuvintele folosite frecvent sunt analiza, compara etc.

- constructivism: Cursanții construiesc noi cunoștințe pe baza învățării anterioare,

#### Caracteristici

- 1) Cunoștințele vor fi împărtășite între profesori și elevi.
- 2) Profesorii și studenții vor împărtăși autoritatea.
- 3) Rolul profesorului este unul de facilitator sau ghid.
- 4) Grupurile de învățare vor fi formate din un număr mic de studenți eterogene.

#### Obiective pedagogice

- 1) Să ofere experiență în procesul de construire a cunoștințelor (elevii determină modul în care vor învăța).
- 2) Să ofere experiență și apreciere pentru perspective multiple (evaluarea soluțiilor alternative).
- 3) Învățare în contexte realiste (sarcini autentice).
- 4) Încurajează asumarea și o voce în procesul de învățare (învățare centrată pe elev).
- 5) Să încorporeze învățarea în experiența socială (colaborare).
- 6) Să încurajeze utilizarea mai multor moduri de reprezentare.
- 7) Conștientizarea procesului de construcție (reflecție, metacogniție)

## Capitolul 3: În acțiune

### **Beneficii**

- 1) Învăță cu plăcere
- 2) Concentrați-vă pe gândire și înțelegere
- 3) Natura transferabilă a cunoștințelor
- 4) Creați proprietatea asupra a ceea ce se învață (studenti)
- 5) Concentrați-vă pe scenarii reale (autenticitate)
- 6) Concentrați-vă pe abilitățile sociale și de comunicare

Învățare situată (învățare bazată pe comunitate):

Mentorat

Învățare prin împărtășirea experiențelor trecute

Învățare bazată pe jocuri, Învățare bazată pe simulare, Stagii, Grupuri comunitare,  
Învățare la scară mică vs Învățare la scară mare (Constructivism/Învățare situată vs  
Behaviorism)



# Bibliografie

- Aston, B. (2022, November 3). The 10 Best Resource Management Software & Tools Of 2022. The Digital Project Manager. <https://thedigitalprojectmanager.com/tools/resource-management-software/>
- Bacigalupo, M., Kamylyis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). EntreComp: The entrepreneurship competence framework. Luxembourg: Publication Office of the European Union, 10, 593884.
- Bandura, A. (1978). Reflections on self-efficacy. *Advances in behaviour research and therapy*, 1(4), 237-269.
- Bounthavong, M. (2019, May 17). Communicating data effectively with data visualization – Part 15 (Diverging Stacked Bar Chart for Likert scales). Mark Bounthavong. <https://mbounthavong.com/blog/2019/5/16/communicating-data-effectively-with-data-visualization-part-15-divergent-stacked-bar-chart-for-likert-scales>
- Dashero. (2022, May 3). The basics of financial education. <https://dashero.com/financial-education/>
- Entrepreneurship Campus. (2019, March 28). How Entrepreneurship Empowers Youth? <https://www.entrepreneurship-campus.org/how-entrepreneurship-empowers-youth/>
- Fitzsimons. (2021, August 6). 13 Financial Literacy Games For Children And Adults (Gamification Resources). Fitzsimons Credit Union. <https://www.fitzsimonscu.com/financial-literacy-games-for-children-and-adults/>
- Geldhof, G. J., Porter, T., Weiner, M. B., Malin, H., Bronk, K. C., Agans, J. P., ... & Lerner, R. M. (2014). Fostering youth entrepreneurship: Preliminary findings from the young entrepreneurs study. *Journal of research on adolescence*, 24(3), 431-446.
- Gumbi, N., & van der Westhuizen, T. (2020, September). Youth Entrepreneurial Self-Efficacy Towards Technology for Online Business Development. In ECIE 2020 16th European Conference on Innovation and Entrepreneurship (p. 270).
- Heathfield, A. (2022, March 15). The NFT revolution in the covid-era. Collyer Bristow. <https://collyerbristow.com/shorter-reads/the-rise-of-nfts-in-the-covid-era/>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008) *Entrepreneurship* (7th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Irwin.

## Bibliografie

- Holienka, M., Pilková, A., & Jancovicova, Z. (2016). Youth entrepreneurship in Visegrad countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(4), 105.
- IvyPanda. (2020, December 11). Creativity and Innovation Mobilization in Business. <https://ivypanda.com/essays/creativity-and-innovation-mobilization-in-business>
- Kaiser, T., Lusardi, A., Menkhoff, L., & Urban, C. (2022, February 17). Financial education is effective and efficient. CEPR. <https://cepr.org/voxeu/columns/financial-education-effective-and-efficient>
- Kenton, K. (2022, August 11). SWOT Analysis: How To With Table and Example. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp>
- Klimas, P., Czakon, W., Kraus, S., Kailer, N., and Maalaoui, A. (2021) Entrepreneurial Failure: A Synthesis and Conceptual Framework of its Effects, *European Management Review*, 18, 167– 182, <https://doi.org/10.1111/emre.12426>
- Kriss, R. (2022, July 14). 14 Business Startup Costs Business Owners Need to Know. NerdWallet. <https://www.nerdwallet.com/article/small-business/business-startup-costs>
- Kurt, D. (2022, February 12). Everyday Activities to Teach Financial Literacy to Kids. Investopedia. <https://www.investopedia.com/everyday-activities-that-can-teach-financial-literacy-to-kids-5091909>
- Lattacher, W. and Wdowiak, M.A. (2020), "Entrepreneurial learning from failure. A systematic review", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 26 No. 5, pp. 1093-1131. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2019-0085>
- López, M. J. G. (2015). The triple bottom line or triple bottom line account. *Accounting and management journal*, 20, 65-77.
- Mills, A. (n.d.). Ten Ways to Thrive Under Pressure - Alden Mills. Retrieved November 4, 2022, from <https://www.alden-mills.com/blog/2022/05/ten-ways-to-thrive-under-pressure>
- Pajares, F. (2006). Self-efficacy during childhood and adolescence. *Self-efficacy beliefs of adolescents*, 5, 339-367.
- Pan, L. Y., Tsai, I. C., Popan, S. H., & Chang, S. C. (2022). Entrepreneurial business start-ups and entrepreneurial failure: How to stand up after a fall?. *Frontiers in Psychology*, 13.

## Bibliografie

- Paternoster, A. (2011). Tools for measuring corporate sustainability: a comparative analysis of sustainability reports (Master's thesis, Universitat Politècnica de Catalunya).
- Peterdy, Corporate Finance Institute. (2022, October 27). SWOT Analysis. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/swot-analysis/>
- Pholpituke, V. (2022, November 3). Financial Education Is the Backbone of Entrepreneurship. Newsweek. <https://www.newsweek.com/financial-education-backbone-entrepreneurship-1756385>
- Preedy, V.R., Watson, R.R. (eds) (2010). 5-Point Likert Scale. In: Handbook of Disease Burdens and Quality of Life Measures. Springer, New York, NY. [https://doi.org/10.1007/978-0-387-78665-0\\_6363](https://doi.org/10.1007/978-0-387-78665-0_6363)
- Rodríguez, F., & Moreno, J. (2014). Manual for the identification of business opportunities. Retrieved from [http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/infoem/documents/3\\_dentificacionOportunidades\\_SAE.pdf](http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/infoem/documents/3_dentificacionOportunidades_SAE.pdf).
- Sspringer, V. A. P. B. (2013, September 3). Many money habits are set by age 7. <http://www.mtmfec.org/many-money-habits-are-set-by-age-7/>
- TCA. (2016, August 26). 7 Essential Financial Skills for Young Adults. Take Charge America. <https://www.takechargeamerica.org/7-essential-financial-skills-for-young-adults/>
- Team ZenBusiness. (2022, July 20). 10 Reasons For Young Entrepreneurs To Get Motivated. ZenBusiness Inc. <https://www.zenbusiness.com/blog/10-reasons-young-entrepreneurs-get-motivated/>
- van der Westhuizen, T., & Goyayi, M. J. (2020). The influence of technology on entrepreneurial self-efficacy development for online business start-up in developing nations. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 21(3), 168-177.
- van der Westhuizen, T., & Goyayi, M. J. (2020). The influence of technology on entrepreneurial self-efficacy development for online business start-up in developing nations. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 21(3), 168-177.
- Wang, C. L., Rafiq, M., Li, X., & Zheng, Y. (2014). Entrepreneurial preparedness: an exploratory case study of Chinese private enterprises. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

## **Bibliografie**

Websites consulted:

<https://www.iebschool.com/blog/oportunidades-de-negocio-creacion-empresas/>

<http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/tecnicas-generar-nuevas-ideas-negocio2/>

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene.

Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute.

Project Code: 2021-1-ES02-KA220-YOU-000028693

# entre YOUTH



Funded by  
the European Union



UNIVERSIDAD  
DE ALMERÍA



CITIZENS  
IN POWER

helixconnect  
Consult. Finance. Grow.



Această operă este pusă la dispoziție sub Licența Creative Commons Atribuire-Necomercial 4.0 Internațional.  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

