



Course for mentor – Tečaj za mentore

Back to Course – povratak na tečaj

## 1. tema – Jesi li spreman postati mentor za inkluziju?

### Dijeljenje dobre prakse za inkluziju

Životopis (CV) je jedno od osnovnih sredstava za uspješan ulazak na tržište rada. U tom smislu, CV je osmišljen da obuhvati pedagoški i profesionalni aspekt, tj. to je intuitivan model sastavljen od jednostavnog i privlačnog izgleda, u skladu sa standardima definiranim za izradu "dobrog životopisa". Znajući da su ciljna publika ovog predmeta studenti s intelektualnim i razvojnim teškoćama, jedan od glavnih izazova u razvoju ovog CV modela bilo bi pojednostavljenje, kako same strukture, tako i elemenata koje studenti trebaju ispuniti. Kao takvi, određeni su sljedeći odjeljci:

**Osobni podaci** (Ime, dob, mobitel, e-pošta i državljanstvo). Neki od tih podataka omogućuju automatsko popunjavanje radi lakšeg popunjavanja cijelog CV-a. Ovaj odjeljak također ima polje za umetanje slike.

**"Profesionalno iskustvo"** sadrži polja za automatsko popunjavanje, kao što su datumi koje treba popuniti, a pojavljuje se kalendar za lakši i intuitivniji odabir datuma za upotrebu. Zatim se pojavljuju polja "Naziv subjekta, tvrtke ili mjesta rada" i "Položaj ili funkcija koja se obavljala", tako da studenti mogu prepoznati u kojim su entitetima radili i na kojim su pozicijama bili, a da su relevantni s njihovim profesionalnim iskustvom.

**"Obrazovanje i osposobljavanje"** sadrži polja za automatsko popunjavanje, slična prethodnom odjeljku, poput "Datumi" i "Institucija za obrazovanje i osposobljavanje". Jedino polje koje se razlikuje je "Tečaj, osposobljavanje ili ekvivalentna razina", što omogućuje prepoznavanje vrste ili razine osposobljenosti učenika.

Odjeljak **"Osobne vještine"** sastoji se samo od automatskog popunjavanja polja. Početna polja su namijenjena jezičnim vještinama, nazvanima "Maternji jezik" i "Ostali jezici". Tri polja koja se odnose na razinu "Razumijevanje", "Govor" i "Pisanje" pojavljuju se u nastavku i mogu se klasificirati, uzimajući u obzir Zajednički europski referentni okvir, tj. kroz zajedničke referentne razine (A1 i A2 - temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2 –iskusni korisnik). Ova se mreža nalazi kao fusnota u predlošku životopisa, tako da studenti mogu konzultirati svaku razinu i njen opis, vodeći svoj izbor prilikom odabira razine "Razumijevanje", "Govor" i "Pisanje".

**"Ključne vještine"** uključuje vještine koje su nakon sastanka s tvrtkama identificirane kao "ključne vještine" koje bi studenti trebali uspješno integrirati na tržište rada. Neke od ovih ključnih kompetencija su: točnost; poštovanje; rješavanje sukoba; kreativnost; itd.



Da bi se jasnije pokazao stupanj relevantnosti ovih kompetencija na profilu studenta, primijenjena je Likertova skala sa sljedećim stavkama: 1-Ništa; 2-Nekoliko; 3-Bлага; 4-velika; koji predstavljaju razine sklonosti koje studenti osjećaju da imaju prema određenoj kompetenciji.

Odjeljak "**Komunikacijske vještine**" uključuje metodologiju usvojenu za popunjavanje osnovnih podataka, slično kao u prethodnom odjeljku. Razlike se pojavljuju samo u stavkama primijenjene Likertove ljestvice, a to su: 1- malo; 2- prikladno; 3-dobro; 4- vrlo dobro; 5-izvrsno. Također, vještine su različite, a primjenjuju se vještine povezane s komunikacijskim aspektom studenta. Između ostalog, to su vještine kao: neverbalna komunikacija; aktivno slušanje; suosjećanje; poštovanje.

Odjeljak "**Organizacijske vještine**" strukturiran je u skladu s istim metodološkim postupkom, odnosno primjenom Likertove ljestvice s istim klasifikacijskim stavkama (od 1-malo do 5 - izvrsno). Što se tiče samih kompetencija, one su uokvirene aspektima organizacijskog upravljanja kao što su, između ostalih, upravljanje idejama, upravljanje vremenom; osjećaj organizacije; autonomija; fleksibilnost.

Odjeljak "**Digitalne vještine**" strukturiran je prema skupu digitalnih alata (Microsoft Office Word; PowerPoint; Excel; Google dokumenti i prezentacije; Google Hangouts; Skype; Padlet; Windows Movie Maker; Engine; Gmail). Ti su alati prepoznati kao ključni skup alata za digitalno učenje studenata i klasificirani su prema razinama: osnovna, srednja i napredna. Te razine omogućuju studentima bolje razumijevanje njihove domene i upotrebljivosti za svaki digitalni alat.

Izvor: CV LITERACIA DIGITAL\_diogo bernardo.pdf

## CV

### LITERACIA DIGITAL PARA O MERCADO DE TRABALHO

#### DADOS PESSOAIS



**NOME:** Diogo Bernardo Fernandes Rosário  
**IDADE:** 20 anos  
**TELEMOVEL:** Clique ou toque aqui para introduzir texto.  
**EMAIL:** 180200004@ese.ipsantarem.pt  
**NACIONALIDADE:** Portuguesa

#### EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

**DATA DE:** 03/01/2017 **ATÉ:** 01/06/2018

**NOME DA ENTIDADE, EMPRESA OU LOCAL DE TRABALHO:** Biblioteca na Escola Ginestal Machado

**CARGO OU FUNÇÃO DESEMPENHADA:** Administrativo

#### EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

**DATA DE:** 01/09/2016 **ATÉ:** 01/06/2018

**INSTITUIÇÃO DE ENSINO OU FORMAÇÃO:** Escola Dr Ginestal Machado

**CURSO, FORMAÇÃO OU NÍVEL EQUIVALENTE:** Carpintaria, 12 ano

**DATA DE:** 11/10/2018 **ATÉ:** 09/06/2020

**INSTITUIÇÃO DE ENSINO OU FORMAÇÃO:** Escola Superior de Educação de Santarém

**CURSO, FORMAÇÃO OU NÍVEL EQUIVALENTE:** Curso Literacia Digital para o Mercado de Trabalho

#### COMPETÊNCIAS PESSOAIS

**LÍNGUA MATERNA:** Português – Portugal

**OUTRAS LÍNGUAS:** Inglês – Estados Unidos

## 3. tema – Izazovi, prilike i zapošljivost u digitalnom okruženju

### Samozapošljavanje

#### Definicija poduzetništva

Poduzetništvo je izuzetno zahtjevno i uključuje znatnu količinu rizika, pa se odluka mora donijeti pažljivo. Vrlo korisna vježba je procijeniti poduzetničku sposobnost, analizirajući s realizmom i frontalnošću širok raspon pitanja, temeljnih za poduzetnika, koja su detaljno opisana u nastavku:

### Znati kako to učiniti:

Školsko, akademsko ili stručno usavršavanje promotora relevantno za predstavljenu ideju.

Znanje iz tehničkog područja relevantno za predstavljenu ideju.

**Profesionalno iskustvo:** Profesionalno iskustvo relevantno za predstavljenu ideju.

**Poslovno iskustvo:** Poslovno iskustvo relevantno za provedbu predstavljene ideje.

**Znanje o sektoru:** Razina znanja o sektoru i okolini u područjima predstavljene ideje.

### Osobne značajke:

**Zrelost:** Očitovana razina odgovornosti i samokontrole.

**Imidž, govor i komunikativnost:** Prikladnost imidža u kontekstu procjene situacije; držanje, formalnost / neformalnost u uspostavljenom kontaktu. Vrsta korištenog rječnika; struktura sadržaja; tečnost; objektivnost sadržaja. Stupanj jasnoće u objašnjenju ideja i razmišljanja; dostupnost korištenog rječnika.

**Kreativni potencijal:** Sposobnost generiranja ideja koje se mogu vrednovati.

**Inovativni stav:** Sposobnost korištenja kreativnog potencijala u provedbi ideja koje se mogu vrednovati.

**Duh inicijative:** sposobnost strukturiranja akcijskih planova, unutarnjih i vanjskih, za provedbu akcija.

**Osobna afirmacija:** Sposobnost prenošenja pozitivne osobne slike koja će očarati, zainteresirati i uvjeriti sugovornike.

**Definicija i jasnoća ciljeva:** Sposobnost jasnog i odgovarajućeg definiranja namjeravanih ciljeva.

**Sposobnost kvantificiranja rizika:** Sposobnost kvantificiranja na jasan, svjestan i primjeren način stvarnosti, u skladu s unutarnjim karakteristikama i okolišem, rizike povezane s poslovnim razvojem predstavljene ideje.

**Sposobnost riskiranja:** Sposobnost riskiranja na jasan, svjestan i primjeren način stvarnosti, u skladu s unutarnjim karakteristikama i okolinom.



**Samoanaliza:** Sposobnost utvrđivanja snaga i slabosti sebi i predstavljenoj ideji.

**Motivacijski čimbenici:** usredotočite se na subjekt. Sposobnost koncentracije i usmjeravanja misli na objašnjavanje iznesene ideje.

**Osjećaj za priliku:** Sposobnost prepoznavanja stvarnih i odgovarajućih poslovnih prilika.

**Dostupnost / predanost / motivacija / odlučnost:** Razina dostupnosti i predanosti, unutarne i vanjske, izražena za provedbu predstavljene ideje. Razina motivacije i mobilizacije resursa, unutarne i vanjske, pokazana za provedbu predstavljene ideje. Razina odlučnosti, unutarne i vanjske, izražena u provedbi predstavljene ideje.

**Osobna energija:** Razina eksteriorizacije i mobilizacije unutarnje energije za provedbu predstavljene ideje.

**Obiteljski položaj:** Razina obiteljske podrške i entuzijazma za projekt.

Izvor: <http://sitiadoempreendedor.nersant.pt/>

## Kako biti poduzetnik

### 10 koraka za uspješno samozapošljavanje

#### 1. KORAK - IMAJTE JAKU IDEJU

Prvi korak koji treba poduzeti nedvojbeno je imati dobre, inovativne, diferencirane ideje koje mogu postići snažno prihvaćanje na tržištu.

Da biste bili poduzetnik, potrebno je imati jaku poslovnu ideju koja odgovara identificiranoj, a još uvijek nedovoljno iskorištenoj PRILICI i znati iskoristiti prednost na INOVATIVNI način.

Izvori ideja mogu se podijeliti u tri glavne skupine:

#### 1. ANALIZIRAJTE PROBLEME / POTREBE OKOLINE

#### 2. UVOZITE POSLOVNE IDEJE KOJE SU BILE USPJEŠNE DRUGDJE

#### 3. ISTRAŽITE PROMJENE I POSLOVNE TRENDOVE



Center for Social  
Innovation





Naravno, potrebno je imati sposobnost prepoznavanja prilika. Osim što ćete biti osjetljivi, morate prikupljati informacije i povećavati svoje znanje.

Međutim, dobra ideja nije sinonim za uspjeh. Da bi minimalizirali rizike neuspjeha, potrebno je pustiti ideju da sazrije i procijeniti njene rizike i potencijal, posebno razumijevanjem tržišnih trendova.

## 2. KORAK - PROUČITE CIJELO OKRUŽENJE

Proces sazrijevanja mora uključivati dubinsko proučavanje cjelokupnog unutarnjeg i vanjskog okruženja, počevši od analize profila poduzetnika, budući da je za biti poduzetnik zapravo potreban skup karakteristika i vještina koje nemaju svi, pa bi stoga potencijalne praznine trebale biti smanjene prije nastavka poslovanja.

Morate imati znanje i iskustvo, biti kreativni, biti uvjerljivi, elastični i samopouzdana kako biste proveli ideju i osigurali prihvaćanje proizvoda / usluge, kao i dinamični i susretljivi prema poslovnim prilikama kako biste usluge prilagodili tržištu i ekonomskim fluktuacijama.

Način na koji se nosite s rizikom još je jedan važan faktor. Kao poduzetnik, bitno je da ste spremni na neke rizike, ali na odmjeren način. Riskirati znači prihvatiti izazove.

Vodstvo je još jedna bitna karakteristika. Sposobnost strukturiranja poslovanja, organizacije poslovanja tvrtke, upravljanja ljudskim i materijalnim resursima od ključne je važnosti za razumijevanje kako se vrijednosti može dodati u tvrtki.

U vanjskom okruženju moraju se analizirati tržište i trendovi za koje se očekuje da će utjecati na poslovanje, kao i važeće zakonodavstvo.

Potrebno je temeljito poznavanje profila potencijalnih kupaca, vrste proizvoda / usluge koju traže i veličine tržišta, kao i dobavljača i konkurencije, njihovih snaga i slabosti, naplaćenih cijena i uobičajene marže.

Cijela ova studija vremenski je, a ponekad i resursno zahtjevna, jer neki podaci koje treba dobiti mogu predstavljati troškove. Ova bi studija trebala koristiti neizmjernu količinu informacija dostupnih na mreži, portale sa statističkim informacijama, poslovna i sektorska udruženja, zakone i portale službenih tijela.

## 3. KORAK - DEFINIRAJTE POSLOVNI MODEL KOJI SE POSEBNO USMJERAVA NA PREDSTAVLJANJE DOBRE VRIJEDNOSTI

Definiranje poslovnog modela neophodno je da biste mogli preći s ideje na posao, odnosno transformirati ideju u posao.





Važno je shvatiti da sama ideja nema vrijednost. Njena provedba i kako će se odvijati ono je što može, ali i ne mora pretvoriti ideju u nešto vrijedno.

Prilikom izrade poslovnog modela, prva pitanja na koja treba odgovoriti su "tko je kupac" i "što kupac cijeni".

Znajući ove odgovore, moći ćete definirati prijedlog vrijednosti za svoje kupce, odnosno definirati kako će vaša ponuda predstavljati nešto što vaš kupac cijeni. Tada ćete mi moći reći kako ćete dobiti novac u ovom poslu.

Tada će biti potrebno definirati kako ćete stvoriti, održavati i produbljivati odnos sa svojim kupcima, kao i koje ćete kanale koristiti za njihovo doseganje.

Nakon definiranja svih ovih problema, moći ćete napredovati u poslovnom modelu do dijela za operacionalizaciju, odnosno obavljati posao kojem predlažete koje su ključne aktivnosti, koji su ključni resursi koje ćete trebati, koja će biti ključna partnerstva za provedbu i koji su troškovi povezani s tim aktivnostima.

#### 4. KORAK - PRIPREMITE POSLOVNI PLAN

U mnogih poduzetnika postoji ogromna napast da prijeđu iz faze IDEJA u fazu POSLOVNOG PLANA bez prolaska kroz proučavanje okoliša i bez definiranja poslovnog modela. Ovo je iskušenje pogreška jer je poslovni plan vrlo važan alat čija korisnost ovisi o kvaliteti informacija koje sadrži.

Poslovni plan trebao bi sadržavati detaljne informacije o svim kritičnim točkama poslovanja, od objašnjenja ideje i njezinog potencijala do profila partnera i menadžera, analize tržišta, opisa i opravdanja strategije, rada i ulaganja potrebnih za njegovo poslovanje, projekcija i opravdanje predviđenih rezultata i mape riznice, također spominjući pitanja u vezi s upravljačkom kontrolom koja se treba primijeniti te izlazna strategija u slučaju neuspjeha.

Poslovni plan je ključan u definiranju ciljeva i strategija za njihovo postizanje te je "živi" alat, jer moramo biti svjesni da se mnoge stvari vremenom mogu promijeniti ili dogoditi drugačije od planiranog, pa bi se poslovni plan trebao redovito pregledavati i predstavljati nove strategije i inovativna rješenja za nove izazove koji se pojavljuju.

#### 5. KORAK - USPOSTAVITE PARTNERSTVA

Tvrtke se moraju posvetiti onome što rade najbolje, s većom učinkovitošću i produktivnošću, pružajući partnerima sve one aktivnosti koje mogu, jeftinije i učinkovitije od same tvrtke.



Među ključnim aktivnostima za vaše poslovanje, koje ste definirali u poslovnom modelu, morate definirati one koje ćete raditi na temelju internih resursa i one u kojima ćete koristiti partnere. Tada bi trebali uspostaviti partnerstva s referentnim partnerima i spriječiti, gdje je to moguće na ugovorni način, kako će partnerstva funkcionirati, posebno uzimajući u obzir pitanja kao što su povjerljivost (tamo gdje je to relevantno), ekskluzivnost (tamo gdje to ima smisla), jamstvo održavanja cijena, kontrolu kvalitete, podjelu odgovornosti u slučaju neuspjeha. Tvrтка bi također trebala proučiti alternative ako je potrebno promijeniti partnera.

## 6. KORAK – OKUPITE DOBAR TIM

Ponekad neke osobe žele poduzeti sve same, čak i ako prepoznaju svoja ograničenja. Na primjer, svatko tko želi krenuti sam i kaže da ne voli raditi komercijalne prezentacije. Ili bilo tko tko zna puno o određenom metjeru (*métier*), ali ne zna ništa o upravljanju. Ti bi poduzetnici trebali imati dobru reklamu ili menadžera u svom timu, inače će biti osuđeni na neuspjeh.

Stvaranje raznolikog radnog tima, s ljudima koji imaju znanje iz različitih područja koja se nadopunjuju s poduzetnikom, može biti presudno u osiguravanju upravljanja različitim područjima tvrtke i njenog uspjeha.

Prilikom uspostavljanja tima važno je obratiti pažnju na određena pitanja, prvenstveno povjerenje u uspostavljene profesionalne odnose, definiciju položaja i funkcija prema sklonostima svakog člana te uspostavljanje i prenošenje ciljeva koji trebaju biti postignuti u svakom trenutku.

## 7. KORAK - DOBIJTE ODGOVARAJUĆE FINANCIRANJE

Pitanje financiranja često je odlučujuće pri pokretanju novog posla. Stoga se prema njemu mora postupati s posebnom pažnjom.

Nerijetko je da se novi poduzetnik jako brine o jamstvu resursa za početno ulaganje i bude zadovoljan kad dođe do tih resursa, zaboravljajući na financiranje operativnog dijela, posebno na obrtni kapital potreban da bi poduzeće prevladalo novčane deficite aktivnosti, koji su prirodni u prvim mjesecima.

Dvije druge uobičajene pogreške novih poduzetnika u vezi s financiranjem su, s jedne strane, žurba za dobivanjem financiranja, neproučavanje koje su opcije najprikladnije za njihov slučaj, a s druge strane ideja da postoje subjekti ili sustavi poticaja gdje samo trebate doći, zatražiti 100% novca koji vam treba, a da niti ne uložite vlastiti kapital.

Pitanje financiranja je presudno, stoga bi poduzetnik trebao naći način odgovarajućeg financiranja proučavanjem i definiranjem profila financiranja koji



će usvojiti, rješenja koje najbolje odgovara njegovom slučaju, iznosa koji će biti potreban, troškova financiranja te vremena i oblika otplate duga.

Izvori financiranja podijeljeni su u 3 vrste:

- Kapital (kapital, poslovni anđeli, fondovi rizičnog kapitala, crowdfunding - grupno financiranje)
- Poticaji (bespovratna sredstva, fondovi i programi Europske unije)
- Dug (banka, ...)

Rješenje za svaki slučaj može doći iz samo jednog izvora ili biti kombinacija različitih izvora.

## 8. KORAK - KOMUNICIRAJTE UČINKOVITO

Komunikacija je jedno od najvažnijih pitanja o kojima treba voditi računa prilikom započinjanja novog posla.

Očito je da nitko ne kupuje ono što ne zna i ono što ne otkriju - ne postoji. Čak je i u slučajevima poput uličnih trgovina prošlo vrijeme kada je bilo moguće otvoriti komercijalni prostor i stajati za šankom čekajući da kupci uđu i kupe.

U današnje vrijeme konkurencija nije samo oštra već i globalna, sva pitanja vezana uz komunikaciju i promociju su temeljna, pa su posjedovanje komunikacijske strategije i resursi za njezinu primjenu pitanja koja bi svaki poduzetnik trebao imati kao prioritet.

Naravno, provođenje vrlo sveobuhvatnih reklamnih kampanja i upotreba sredstava za visok prodor na tržište nešto je što košta puno novca i dostupno je samo velikim tvrtkama. Međutim, postoji širok raspon alata i sredstava za komunikaciju, od kojih su neki i jeftini, a koji se mogu i trebaju primijeniti u praksi, ne samo na otvaranju aktivnosti već i tijekom njenog razvoja. Komunikacija nije nešto što se može iscrpiti u uvodnom mjesecu, pa uvijek mora postojati skup definiranih radnji i proračun za oglašavanje.

Mnogi novi poduzetnici imaju iluziju da je dovoljno imati internetsku stranicu ili društvenu mrežu ili da je dovoljno otvoriti vrata i pričekati da posao krene. Tu iluziju teško da će potvrditi ono što je učinkovita komunikacija - jedna od ključnih aktivnosti koju poduzetnik ne može zanemariti.

## 9. KORAK - DEFINIRAJTE CILJEVE I OSTVARITE KONTROLU UPRAVLJANJA

Novi poduzetnik mora napamet znati ciljeve koje mora postići da bi postigao održivost svog poslovanja te mora redovito kontrolirati aktivnost kako bi znao ispunjava li definirane ciljeve ili ne.

Da bi izvršio upravljanje, kontrola poduzetnika mora definirati ono što Anglosaksonci nazivaju ključnim pokazateljima uspješnosti (KPI) ili najvažnijim pokazateljima uspješnosti koje treba kontrolirati. Govorimo o prodaji, bruto marži, troškovima i drugima koje, od slučaja do slučaja, svaki poduzetnik mora definirati, na primjer, broj komercijalnih posjeta, postotak odobrenih proračuna, broj posjetitelja internetske trgovine, itd.

KPI su mjerljive mjere za razumijevanje ispunjavanja ciljeva. Njihova definicija i kontrola vrlo su važni jer upravo preko njih čovjek razumije potrebu zauzimanja novih stavova kako bi se postigli očekivani rezultati.

Sustavna kontrola upravljanja omogućuje vam mjerenje i djelovanje na vašem poslovanju, izbjegavajući odstupanja i dopuštajući poduzimanje preventivnih mjera prije nego što se dogode veće nevolje.

## 10. KORAK - REDOVITO RAZMISLITE I PRILAGODITE STRATEGIJU

Koraci 1 do 8 daju savjete posebno za pripremnu fazu i početak provedbe projekata. Međutim, velika avantura započinje s početkom aktivnosti i jedno je sigurno: bez obzira koliko je priprema bila dobra (a ista je temeljna), uvijek će se naći nešto što ne ide po planu. Stoga je toliko važno imati jasno definirane ciljeve i provesti upravljačku kontrolu navedenu u prethodnom stavku. A kada posao ne ide onako kako je planirano (ili zato što je ispod očekivanja, ili zato što prebrzo raste, ili zato što je došlo do promjena na tržištu ili iz nekog drugog razloga, a može ih biti mnogo), potrebno je preispitati i prilagoditi strategiju definiranjem novih akcija ili će oni imati nove ciljeve koji se moraju ponovno kontrolirati. Ovo je temeljni stalni ciklus jer je sposobnost odlučivanja i promjene strategija na vrijeme presudna za uspjeh poslovnog projekta.

Izvor: <http://sitiidoempreendedor.nersant.pt/>