



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# **PODRĘCZNIK DLA TRENERÓW**

## **Wstań z kanapy!**

Program ERASMUS+

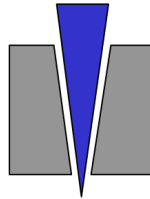
„Wstań z kanapy! Rozwijanie kompetencji społecznych i przedsiębiorczych dla młodzieży NEET”

N° 2018-1-SK01-KA204-046335



## Koordinator projektu

---



**TRANSFER Slovensko**®  
spol. s r.o.  
Centrum vzdelávania manažérov

## Partnerzy projektu

---

Jsem pro rovnost.

**Nora**



**UCAM**  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE MURCIA



*Projekt sfinansowany dzięki wsparciu Komisji Europejskiej.*

*Niniejsza publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy autora. Komisja nie ponosi odpowiedzialności za żaden sposób wykorzystania zawartych w niej informacji.*



## Spis treści

<b>Spis treści</b>	<b>2</b>
<b>Wprowadzenie</b>	<b>4</b>
<b>Metody komunikacji</b>	<b>6</b>
<b>Strategia UE na rzecz młodzieży</b>	<b>8</b>
<b>Zaangażowanie młodych osób i interesariuszy</b>	<b>9</b>
<b>Metodologia i kwestionariusze oceny kompetencji społecznych i przedsiębiorczych</b>	<b>13</b>
Wyspa skarbów	<b>14</b>
Odkryj swoje mocne strony	<b>14</b>
Wzbogać swoje życie	14
Pokaż się innym	<b>14</b>
Debatuj, zabieraj głos i przekonuj	<b>14</b>
Pracuj z przyjemnością	<b>14</b>
<b>Ćwiczenia kształtujące kompetencje przedsiębiorcze</b>	<b>14</b>
Stwórz CV	<b>14</b>
Poznaj się i pokaż się	<b>14</b>
Zaprezentuj się, by zdobyć pracę	<b>14</b>
Zarządzanie finansami	<b>14</b>
Rozwijanie kompetencji przedsiębiorczych u młodych osób zagrożonych wykluczeniem	<b>14</b>
Moja przedsiębiorczość – moja szansa na sukces	<b>14</b>
<b>Wnioski</b>	<b>14</b>

### Lista załączników:

Załącznik 1: Wzór kwestionariusza oceny potrzeb szkoleniowych

Załącznik 2: Wzór kwestionariusza oceny warsztatów: ocena kompetencji społecznych i przedsiębiorczych



## Wprowadzenie

W ramach strategii Europa 2020 kraje członkowskie Unii Europejskiej zobowiązały się pomóc przynajmniej 20 milionom osób wyjść z ubóstwa i wykluczenia społecznego. Obecnie cel ten ma małe szanse na pełen sukces, ponieważ od czasu kryzysu odsetek osób zagrożonych wykluczeniem społecznym wzrósł. W odpowiedzi na pogarszającą się sytuację opracowano unijną strategię na rzecz młodzieży na lata 2010-2018, zmierzającą do zapewnienia możliwości w zakresie edukacji i rynku pracy oraz wspierania młodych ludzi w stawianiu się aktywnymi obywatelami. Projekt WSTAŃ Z KANAPY ma na celu opracowanie odpowiednich metod nauczania i narzędzi dla trenerów służących prowadzeniu warsztatów dla młodych ludzi (tzw. młodzieży NEET – ang. *Not in employment, education or training* – młodzieży niepracującej, niekształcącej się ani nieszkolącej się) w rozwijaniu kompetencji SPOŁECZNYCH i PRZEDSIĘBIORCZYCH.

Program ten wyposaża trenerów i trenerki (osoby zawodowo zajmujące się doradzaniem młodym osobom) w 12 warsztatów do przeprowadzenia w grupie, pozwalających młodym ludziom rozwijać zarówno swoje umiejętności społeczne, jak i przedsiębiorcze.

Aby zapewnić skuteczność i spójność przekazu oraz wymierne postępy w trakcie warsztatów z młodzieżą, zaleca się stosowanie poniższej kolejności warsztatów.

Ćwiczenia z zakresu kompetencji społecznych:

1. Wyspa skarbów
2. Odkryj swoje mocne strony
3. Wzbogać swoje życie
4. Pokaż się innym
5. Debatuj, zabieraj głos i przekonuj
6. Pracuj z przyjemnością

Ćwiczenia z zakresu kompetencji przedsiębiorczych:

1. Stwórz CV
2. Poznaj się i pokaż się
3. Zaprezentuj się, by zdobyć pracę
4. Zarządzanie finansami
5. Rozwijanie kompetencji przedsiębiorczych u młodych osób zagrożonych wykluczeniem
6. Moja przedsiębiorczość – moja szansa na sukces



Wszystkie warsztaty obejmują narzędzia cyfrowe dostosowane do współcześnie używanych przez młodych ludzi metod komunikacji i głównych kanałów komunikacyjnych, mające za zadanie wzmocnienie ich pozycji i wspieranie ich w stawaniu się aktywnymi obywatelami i obywatelkami, którzy i które nie są jedynie przedmiotem manipulacji, lecz mogą świadomie uczestniczyć w podejmowaniu decyzji.

Program pomoże trenerom i trenerkom w:

- aktualizacji swoich metod komunikacji z młodymi ludźmi w celu budowania relacji opartych na zaufaniu
- zorientowaniu się w strategii UE na rzecz młodzieży
- uzyskaniu wskazówek dotyczących angażowania zarówno młodych osób, jak i interesariuszy w przyszłe decyzje.

Zacznijmy od dwóch cytatów oddających zamysł niniejszego programu:

*„Jeśli tylko się komunikujesz, zdołasz jakoś przetrwać;  
jeśli komunikujesz się umiejętnie, możesz zdziałać cuda.”*

**Jim Rohn**

*„Najważniejszą kwestią w komunikacji jest usłyszenie tego, co  
niewypowiedziane.”*

**Peter Drucker<sup>1</sup>**

2

Pamiętajmy więc o tym, aby zawsze odpowiednio się komunikować, właściwie wykorzystując różne kanały komunikacji oraz słowa lub pomoce wizualne, oraz uważnie słuchać tego, co mówią, próbując powiedzieć czy też co ukrywają nasi rozmówcy.

Więcej informacji i quiz do wypełnienia znajdziesz na stronie <https://areyouacouchpotato.com/>!

<sup>1</sup> **Peter Ferdinand Drucker** (19 listopad 1909 – 11 listopad 2005) był amerykańskim konsultantem ds. managementu, edukatorem i autorem austriackiego pochodzenia.

<sup>2</sup> **Emanuel James Rohn** (17 wrzesień 1930 – 5 grudzień 2009) znany zawodowo jako Jim Rohn, był amerykańskim przedsiębiorcą, coachem rozwoju zawodowego, autorem i mówcą motywacyjnym.



# Metody komunikacji

Komunikacja jest kluczem do budowania relacji. Pozwala kontaktować się z każdą osobą na świecie w dowolnym czasie. Dzisiejsze czasy zdominowane są przez nowe technologie. Istnieje ogromny wachlarz możliwości utrzymywania kontaktu.

**Każdy kanał komunikacji może różnie wpływać na relacje.**

**Każdy kanał komunikacji określa także grupę docelową.**

W dzisiejszych czasach, jeśli chcesz komunikować się z młodymi ludźmi, każdy zajmujący się tą kwestią, profesjonalista lub profesjonalistka doradzi Ci wykorzystanie kanałów wirtualnych. Jeśli chcesz przyciągnąć uwagę młodych osób, skłonić je do działania i reakcji, dostosuj swoje stare sposoby komunikacji do tych, z których młodzi ludzie najczęściej korzystają.

Zanim przedstawimy narzędzia komunikacji służące docieraniu do młodych odbiorców, przypomnijmy sobie różne sposoby komunikacji. Oto najpowszechniej używane metody:

- **Komunikacja werbalna** polega na przekazywaniu zamierzonej treści za pośrednictwem słów.
- **Komunikacja pisemna** jest wszechobecna i obejmuje wszystko, co jest przekazywane za pomocą pisemnych symboli takich jak język (tradycyjny papier i długopis, dokumenty i listy, czaty tekstowe, wiadomości e-mail, teksty w przestrzeni elektronicznej, raporty, wiadomości SMS).
- **(Fizyczna) komunikacja niewerbalna** odgrywa kluczową rolę. Pozawerbalne przekazy są bardzo ważną częścią komunikacji, wzmacniającą komunikację werbalną ze względu na to, że wyrażają uczucia i myśli danej osoby. Obejmuje postawę ciała, wyraz twarzy, kontakt wzrokowy, gesty, ton głosu, ruchy ciała itp. Świadomość komunikacji niewerbalnej jest kluczowa dla pełnego zrozumienia przekazu w komunikacji twarzą w twarz. Najważniejszą przyczyną, dla której jej świadomość jest konieczna, jest fakt, że w kontekstach międzykulturowych komunikacja niewerbalna i fizyczna komunikacja niewerbalna mogą prowadzić do dużych trudności, sporów i nieporozumień, ponieważ każda kultura na swój sposób interpretuje (fizyczną) komunikację niewerbalną.
- **Komunikacja wizualna** (np. wykresy i grafiki) wzmacnia pisemne metody komunikacji – a w większości sytuacji zupełnie je zastępuje. Powiedzenie „Obraz mówi więcej niż tysiąc słów” ukazuje, że komunikacja wizualna może być potężniejsza od komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Rozwój



technologii sprawił, że wyrażanie komunikacji wizualnej stało się łatwiejsze niż wcześniej.

## Jak komunikują się młodzi ludzie? Z jakich kanałów korzystają?

Oto kilka narzędzi pomocnych w docieraniu do młodych odbiorców.

1. **Media społecznościowe** istnieją już od dłuższego czasu i większość naszego życia pozostaje przez nie zdominowana. Obszerna lista sieci społecznościowych nieustannie się wydłuża, a każda z nich codziennie przyciąga na swoje strony miliony użytkowników. Dlatego też są one jedną z najpopularniejszych form komunikacji. Używanie mediów społecznościowych jest sposobem na angażowanie odbiorców w aktywne procesy dzięki potencjałowi udostępnień, lajków, retweetów, serduszek i innych reakcji. Nie ma limitu odbiorców, do których mogą docierać posty. Mogą one rozprzestrzeniać się wiralowo. Zbadaj i oceń każde z mediów społecznościowych i określ, z których korzystają młodzi ludzie. Na przykład Facebook nie należy do najpopularniejszych sieci wśród 15-25-latków. Porównaj poszczególne media społecznościowe, stwórz wykresy dotyczące ich docelowych odbiorców i wybierz odpowiednie z nich.
2. Prawie każdy kanał mediów społecznościowych oferuje opcję **bezpośredniego przesyłania wiadomości**. Niektóre takie usługi wymiany wiadomości posiadają nawet własne aplikacje. Wiadomości prywatne w sieciach społecznościowych zapewniają tę samą intymność co wiadomości e-mail, ale zazwyczaj są mniej formalne i młodzi ludzie lepiej na nie reagują.
3. Podobne do bezpośrednich wiadomości w mediach społecznościowych są **komunikatory internetowe**, czyli platformy niepołączone z sieciami społecznościowymi.
4. **Wymiana wiadomości SMS**: krótkie, przeważnie nieformalne; dobry sposób na przekazywanie krótkich informacji, które odbiorca może przeczytać i odpowiedzieć na nie w dowolnym momencie.
5. **Czat i rozmowy wideo** pozwalają obu stronom widzieć się nawzajem, dzięki czemu możliwe jest odczytywanie języka ciała i wyrazów twarzy.
6. **Relacje**: prawie wszystkie media społecznościowe zawierają obecnie opcje tworzenia relacji opierających się bardziej na elementach wizualnych takich jak zdjęcia i naklejki, niż historiach bazujących na tekście. Relacje nie są dostępne przez cały czas! Dwadzieścia cztery godziny po udostępnieniu ulegają automatycznemu usunięciu. Sprawia to, że są one nieco bardziej



wyjątkowe od regularnych zmian statusu. Ich nietrwałość oznacza, że wpasowują się w inną niszę, niż zwykłe aktualizacje. Młodzi ludzie korzystają z nich, aby zamieszczać drobne codzienne aktualizacje, których nie chcą pozostawiać w sieci na stałe. Powszechnym odruchem jest także robienie zrzutu ekranu, jeśli odbiorca uzna obraz za warty zapisania. Możesz przeprowadzić test na swoich odbiorcach: jeśli chcesz zaprosić ich do jakiejś aktywności, zamieść w swojej relacji przyciągający uwagę obraz zawierający jakąś część informacji. Dowiesz się, czy odbiorcy go zapiszą i zareagują na post albo wezmą udział w aktywności.

- 7. Blogi i vlogi:** umożliwiają publikowanie dostępnych dla wszystkich wiadomości i filmików lub wszelkich innych rodzajów informacji. Większość blogów/vlogów posiada sekcję komentarzy, w których można wchodzić w interakcję z ludźmi zainteresowanymi danym postem na Twoim blogu/vlogu. Czyni je to świetną platformą komunikacji. Blogi i vlogi są także kluczowymi narzędziami zapewniania wsparcia osobom, które nie czują się dobrze w komunikacji ustnej (vlogi) czy pisemnej (blogi).

Jeśli chcesz docierać do młodych odbiorców, dostosuj swoje wybory w kwestii komunikacji do grupy docelowej, do której chcesz docierać, nie zapominaj o komunikacji niewerbalnej i zawsze zwracaj uwagę na komunikację międzykulturową w społeczeństwie, w którym młodzi ludzie stają się coraz bardziej mobilni.

## Strategia UE na rzecz młodzieży<sup>3</sup>

Komunikacja z młodymi osobami oraz wspieranie ich aktywizacji i uczestnictwa od kilkunastu lat była jednym z priorytetów Unii Europejskiej i pozostaje ważną kwestią na nadchodzące lata.

Unia Europejska zachęca do korzystania z technologii w celu wzmocnienia pozycji młodych ludzi i kształtowania ich na aktywnych obywateli UE. Strategia UE na rzecz młodzieży zatytułowana „Angażowanie, łączenie i wzmocnienie pozycji osób młodych: nowa strategia UE na rzecz młodzieży” jest dla młodych ludzi realną szansą na zabranie głosu i podjęcie działań.

- **Angażowanie:** Wspieranie uczestnictwa młodzieży w życiu demokratycznym
- **Łączenie:** Gromadzenie młodych osób w całej UE i poza nią w celu wspierania dobrowolnego zaangażowania, mobilności edukacyjnej,

<sup>3</sup> Źródła: <https://youthforeurope.eu/european-youth-goals-2019-2027/>





solidarności i zrozumienia międzykulturowego

- **Wzmacnianie pozycji:** Wspieranie wzmacniania pozycji młodzieży przez jakość, innowacyjność i uznanie dla pracy z młodzieżą

Unijny dialog młodzieżowy jest dialogiem z młodymi ludźmi i organizacjami młodzieżowymi obejmującym twórców polityki i decydentów, a także ekspertów, badaczy i innych odnośnych przedstawicieli społeczeństwa obywatelskiego. Pełni on rolę forum dla ciągłej wspólnej refleksji i konsultacji w kwestii priorytetów, wdrażania i oceny stanu europejskiej współpracy w obszarze młodzieży.

Bazuje on na osiągnięciach poprzednich procesów dialogu, mając na celu włączanie większej liczby decydentów i młodych osób – szczególnie tych o mniejszych możliwościach w procesach podejmowania decyzji i wdrażaniu strategii UE na rzecz młodzieży.

Unijny dialog młodzieżowy zorganizowany jest w oparciu o 18-miesięczne cykle robocze. Każdy cykl skupia się na innym priorytecie tematycznym (ustalonym przez Radę ministrów ds. młodzieży). Aktualnym priorytetem tematycznym jest „Tworzenie szans dla młodzieży”. Obecny cykl trwa od stycznia 2019 do połowy 2020, obejmując Unijne prezydencje Rumunii, Finlandii i Chorwacji.

Propozycje Komisji Europejskiej dotyczące strategii UE na rzecz młodzieży na lata 2019-2027 objęły powołanie w ramach Komisji Europejskiej Koordynatora UE ds. młodzieży w celu wzmacniania współpracy pomiędzy sektorami oraz poszerzenia i wymiany wiedzy w kwestiach dotyczących młodzieży w obrębie służb Komisji Europejskiej. Koordynator UE ds. młodzieży będzie pozostawał w bliskiej współpracy z różnymi interesariuszami w celu zapewnienia spójności komunikatów kierowanych do młodych ludzi.

## Zaangażowanie młodych ludzi i interesariuszy

Zaangażowanie zarówno młodzieży, jak i decydentów w proces życia demokratycznego oraz podejmowania decyzji wiąże się z rzeczywistymi korzyściami dla obu stron. Młodzi ludzie są ekspertami w kwestii swojego życia i posiadają wyjątkową perspektywę. Jeśli da im się taką możliwość i wyjaśni im, że mają głos w procesach decyzyjnych, mogą dostarczać wyjątkowych i jakościowych informacji zwrotnych. Konstrukttywne zaangażowanie młodzieży przez rząd może dostarczać decydentom informacji, pomysłów i rozwiązań, a także odpowiedzi na problemy, inicjatyw, polityki oraz programów, których nawet nie brali pod uwagę.



### **Korzyści dla młodych ludzi:**

- Mogą wyrażać swoje potrzeby i pomysły.
- Zwiększenie wiedzy młodzieży o procesach rządowych i pozarządowych oraz sposobach, na które mogą wpływać na proces podejmowania decyzji wpływających na młodych ludzi.
- Mogą czuć się cenieni w swojej społeczności.
- Zwiększenie pewności (siebie) młodzieży do uczestnictwa w swoich społecznościach i brania udziału w procesach decyzyjnych.

### **Korzyści dla rządów:**

- Poprawa jakości usług i decyzji wpływających na młodych ludzi dzięki znajomości ich potrzeb oraz uwag. Im więcej zaangażowania młodzieży, tym większa możliwość zapewniania dopasowanych do jej potrzeb rozwiązań.
- Rzeczywiste uwzględnianie wszystkich obywateli.
- Zwiększenie zaufania i transparentności oraz zachęcenie do większego zaangażowania i uczestnictwa ze strony młodzieży.

Efekty zaangażowania młodzieży obejmują proces zaczynający się od informowania młodych ludzi aż po wzmocnienie ich pozycji. Oto stopniowy proces prowadzący do wzmocnienia pozycji<sup>4</sup>.

### **KROK 1: INFORMUJ**

Podawanie do wiadomości publicznej zrównoważonych i obiektywnych informacji w celu wspierania zrozumienia problemów, alternatyw, możliwości i/lub rozwiązań.

Przekazywany komunikat to: „Będziemy was informować na bieżąco”.

### **KROK 2: KONSULTUJ**

Uzyskiwanie od społeczeństwa informacji zwrotnych na temat analiz, alternatyw i/lub decyzji.

---

<sup>4</sup> Na podstawie IAP2 Public Participation Spectrum International Association for Public Participation [Spektrum partycypacji społecznej Międzynarodowego Stowarzyszenia na rzecz Partycypacji Społecznej]. Jest to powszechnie stosowany model dostarczający ram pojęciowych odnośnie sposobów, na jakie rząd może skutecznie angażować społeczeństwo w procesy decyzyjne. Model ten przedstawiany jest jako ‘spektrum’ stworzone w celu wsparcia użytkownika w określeniu i wyborze poziomu zaangażowania na podstawie roli społeczeństwa w konkretnym procesie partycypacji.



Przekazywany komunikat to: „Będziemy was informować na bieżąco, słuchać i uwzględniać wasze zastrzeżenia i aspiracje oraz powiadamiać o tym, jak wkład społeczeństwa wpłynął na podjęte decyzje. Będziemy zasięgać waszej opinii w sprawie projektów i propozycji”.

### **KROK 3: ANGAŻUJ**

Bezpośrednia praca ze społeczeństwem poprzez cały proces dla zapewnienia, że publiczne zastrzeżenia i aspiracje są konsekwentnie rozumiane i uwzględniane.

Przekazywany komunikat to: „Będziemy włączać was w pracę, aby zapewnić, żeby wasze zastrzeżenia i aspiracje znalazły bezpośrednie odzwierciedlenie w opracowywanych alternatywach i informować was o tym, jak wkład społeczeństwa wpłynął na podjęte decyzje”.

### **KROK 4: WSPÓŁPRACUJ**

Partnerstwo ze społeczeństwem w każdym aspekcie decyzji łącznie z opracowywaniem alternatyw i określaniem preferowanych rozwiązań.

Przekazywany komunikat to: „Będziemy włączać was w pracę nad formułowaniem rozwiązań i w największym możliwym stopniu uwzględniać w decyzjach wasze rady oraz rekomendacje”.

### **KROK 5: WZMACNIJ POZYCJĘ**

Oddanie podejmowania ostatecznych decyzji w ręce społeczeństwa.

Przekazywany komunikat to: „Wdrożymy to, co postanowicie”.

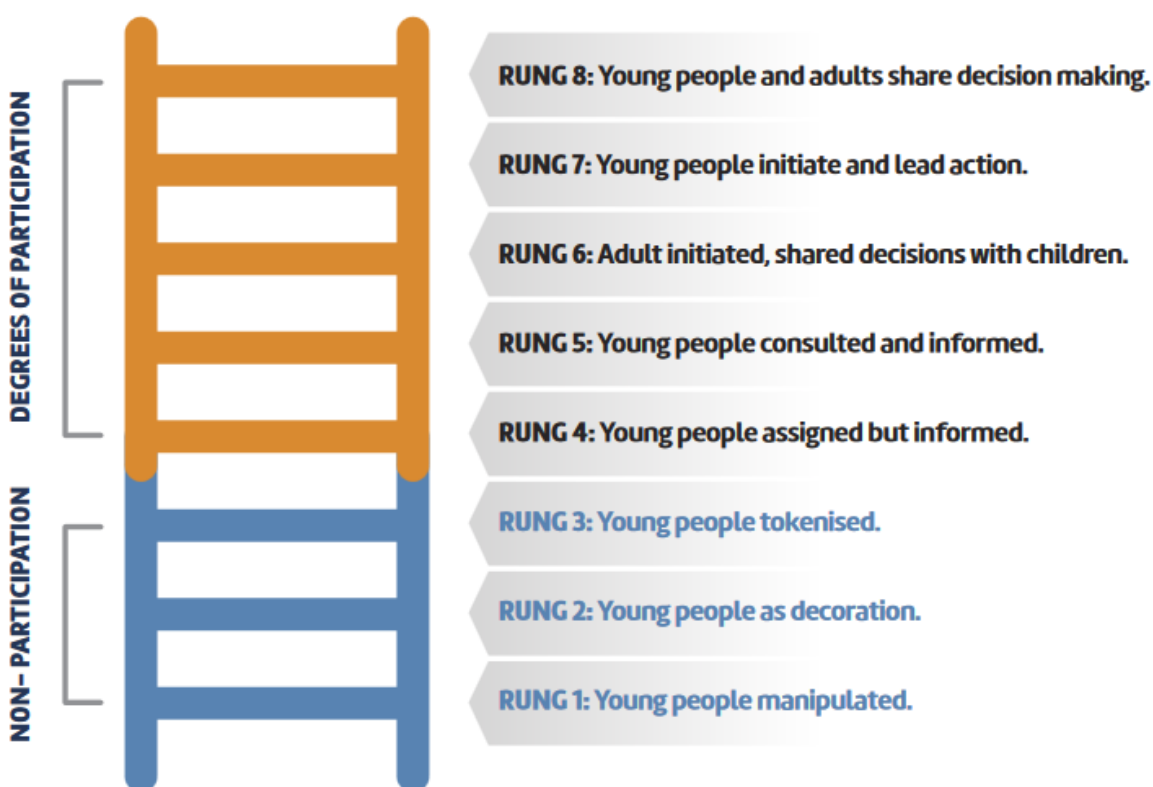
Aby przeprowadzić swoich odbiorców przez poszczególne kroki od informowania po wzmocnienie pozycji, nie wystarczy ustawić krzesła w kręgu i poprosić młodych ludzi, aby dyskutowali! Przydatne może być zapoznanie się z badaniami Rogera Harta<sup>5</sup> dotyczącymi poziomów partycypacji obywatelskiej w krajach demokratycznych oraz przedstawienie ich swojej grupie docelowej, aby zwiualizować ten proces oraz postęp, jaki możecie razem osiągnąć.

Hart opracował drabinę objaśniającą różne poziomy uczestnictwa. Drabina Harta<sup>6</sup> jest modelem przedstawiającym różne sposoby angażowania młodych odbiorców. Jest ona podstawą dla dyskusji o redystrybucji władzy. Hart wyraźnie zaznacza, że udział młodzieży jest fundamentalnym prawem obywatelskim „w walce z dyskryminacją i uciskiem oraz zmaganiu o równe prawa w solidarności z innymi młodymi osobami jest samo w sobie fundamentalnym demokratycznym prawem”.

<sup>5</sup> **Roger Hart:** angielski naukowiec specjalizujący się w badaniach nad dzieckiem. Prowadzi badania z perspektywy partycypacyjnej.

<sup>6</sup> Źródła:

[http://www.francas.asso.fr/Hub/Portail/FRANCAS\\_PUB.nsf/0/022C44A412727E12C1257D030037C1C9/\\$File/Camaraderie%20n%C2%B0305\\_BD.pdf](http://www.francas.asso.fr/Hub/Portail/FRANCAS_PUB.nsf/0/022C44A412727E12C1257D030037C1C9/$File/Camaraderie%20n%C2%B0305_BD.pdf)



Definicje poziomów partycypacji wg Harta<sup>7</sup>:

1. **Manipulacja** ma miejsce, kiedy młodzi ludzie robią lub mówią to, co sugerują im dorośli, ale bez rzeczywistego zrozumienia tych kwestii.
2. **Dekoracja** ma miejsce, kiedy młodzieży używa się do 'występów' na wydarzeniach organizowanych przez dorosłych, dotyczących kwestii, o których młodzi ludzie wiedzą niewiele lub nawet nic – od manipulacji różni się tym, że dorośli nie udają, że dany temat jest inspirowany przez młodzież.
3. **Tokenizm** opisuje sytuacje, w których młodzi ludzie pozornie otrzymują głos, ale mają niewielki lub zerowy wybór w kwestii tematu, lub stylu jego przedstawienia oraz niewielkie, lub zerowe możliwości formułowania własnych opinii.
4. **Przydział z poinformowaniem** ma miejsce wtedy, kiedy młodzi ludzie rozumieją zamysł projektu, wiedzą, kto podjął decyzje związane z ich zaangażowaniem i stojące za nimi przyczyny, odgrywają w nim znaczącą rolę i dobrowolnie zgłaszają się do udziału w projekcie po jasnym przedstawieniu im jego zakresu i celu.

<sup>7</sup> Źródła:

[https://officeforyouth.sa.gov.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0008/39680/Final-Better-Together-Youth-Engagement-Guide-V3-2016-02-09.pdf](https://officeforyouth.sa.gov.au/_data/assets/pdf_file/0008/39680/Final-Better-Together-Youth-Engagement-Guide-V3-2016-02-09.pdf)



5. **Konsultacja z poinformowaniem** ma miejsce wtedy, kiedy projekt jest zaprojektowany i przeprowadzany przez dorosłych, ale młodzi ludzie rozumieją ten proces i ich opinie są traktowane poważnie.
6. **Współdecydowanie z dorosłymi inicjatorami** opisuje sytuacje, w których dorośli są autorami początkowego pomysłu, ale młodzi ludzie są zaangażowani w każdy etap planowania i wdrażania. Ich zdanie jest nie tylko brane pod uwagę – uczestniczą także w podejmowaniu decyzji.
7. **Młodzi inicjuje i przewodzi:** kiedy młodzi ludzie tworzą i wdrażają działanie i inicjatywę bez dyrektywnej roli dorosłych.
8. **Młodzi ludzie i dorośli wspólnie podejmują decyzje:** sytuacja taka ma miejsce wtedy, kiedy młodzi ludzie tworzą inicjatywy i zapraszają dorosłych do udziału w podejmowaniu decyzji i dzielenia się swoimi umiejętnościami oraz doświadczeniem.

## Metodologia i kwestionariusze oceny kompetencji społecznych i przedsiębiorczych

### 1. Ocena potrzeb szkoleniowych

W pierwszej kolejności młodzi ludzie otrzymują kwestionariusz służący identyfikacji potrzeb szkoleniowych młodzieży zainteresowanej rozwijaniem umiejętności społecznych i przedsiębiorczych. Młodzi ludzie odpowiadają na szereg pytań o format warsztatu, tematy, docelowe kompetencje, metody uczenia się itp.

Wzór kwestionariusza (Załącznik 1) znajduje się na końcu niniejszego dokumentu.

### 2. Ocena warsztatów

Kwestionariusz oceny został opracowany w celu zbadania postępów każdego z uczestników warsztatów w poszczególnych obszarach kompetencji. Ocena ta jest ustna i pisemna, indywidualna oraz w formie podsumowania w grupie lub indywidualnie z trenerem lub trenerką. Trener lub trenerka rozdaje kwestionariusze. Zawierają one dwa rodzaje pytań: zdania opatrzone skalą od 1 do 5 oraz pytania otwarte. Każda młoda osoba ma wypełnić kwestionariusz przed warsztatami oraz po nich. Pod koniec warsztatu trener lub trenerka powinien lub powinna poświęcić czas na omówienie i ocenę odpowiedzi każdego z uczestników i uczestniczek. W ten sposób zarówno trenerzy lub trenerki, jak i młodzi ludzie mogą pod koniec sesji omówić postępy, trudności i odczucia.



Wzór kwestionariusza (Załącznik 2) znajduje się na końcu niniejszego dokumentu.

## Materiały z zakresu kompetencji społecznych

1. [Wyspa skarbów](#)
2. [Odkryj swoje mocne strony](#)
3. [Wzbogać swoje życie](#)
4. [Pokaż się innym](#)
5. [Debatuj, zabieraj głos i przekonuj](#)
6. [Pracuj z przyjemnością](#)

## Materiały z zakresu kompetencji przedsiębiorczych

1. [Stwórz CV](#)
2. [Poznaj się i pokaż się](#)
3. [Zaprezentuj się, by zdobyć pracę](#)
4. [Zarządzanie finansami](#)
5. [Kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych u młodych osób zagrożonych wykluczeniem](#)
6. [Moja przedsiębiorczość – moja szansa na sukces](#)

## Wnioski

Program obejmujący teorię, warsztaty i ocenę wyposaży edukatorów i edukatorki oraz trenerów i trenerki w narzędzia służące skuteczniejszemu motywowaniu młodzieży, komunikacji z młodymi ludźmi i wzmacnianiu ich pozycji. Zawarte w naszym podejściu edukacyjnym nieformalne metody wspomagają zmianę postaw wobec młodych ludzi, aby nie byli traktowani jako bierni odbiorcy informacji, tylko aktywne osoby: aktywni słuchacze i słuchaczki, aktywni twórcy i twórczynie oraz aktywni przedsiębiorcy i przedsiębiorczynie.



Mamy nadzieję, że dzięki niniejszemu programowi wartość każdej młodej osoby będzie mogła być odkrywana podczas wszystkich warsztatów i że każda z nich będzie mogła doświadczyć swojej wewnętrznej siły do tworzenia, rozwijania, zmieniania, wprowadzania innowacji i pozytywnego kształtowania własnej przyszłości.

### **Lista załączników:**

Załącznik 1: Wzór kwestionariusza oceny potrzeb szkoleniowych

Załącznik 2: Wzór kwestionariusza oceny warsztatów: ocena kompetencji społecznych i przedsiębiorczych

### **Załącznik 1: Wzór kwestionariusza oceny potrzeb szkoleniowych**

*Prosimy o wypełnienie kwestionariusza, który pozwoli nam uzyskać informacje potrzebne do identyfikacji Twoich potrzeb w obszarze społecznym i przedsiębiorczym. Ankieta jest anonimowa. Zgromadzone dane będą wykorzystane wyłącznie na cele tego projektu.*

*Zakreśl swoje odpowiedzi kółkiem lub zaznacz odpowiednie pola formularza.*

**1. W jakim stopniu jesteś aktualnie zainteresowany lub zainteresowana rozwijaniem swoich umiejętności społecznych i przedsiębiorczych? (określ swój poziom zainteresowania na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza najmniejsze zainteresowanie, a 5 – największe)**

1      2      3      4      5

**2. Określ preferowane przez Ciebie formy i metody uczenia się (wybierz wszystkie pasujące odpowiedzi)**

a. Warsztat

b. Wykład

c. Inne – jakie?

.....  
.....



**3. Jakim zakresem/obszarem szkoleniami byłbyś lub byłabyś zainteresowany lub zainteresowana w najbliższej przyszłości (zaznacz do 3 obszarów szkoleniowych)**

Skuteczna komunikacja z innymi ludźmi (zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej);

Umiejętność rozmawiania (nawiązanie kontaktu, słuchanie, zadawanie pytań, uczestniczenie w dyskusji);

Rozwiązywanie trudnych sytuacji i spornych kwestii pojawiających się w kontaktach interpersonalnych;

Autoprezentacja, kierowanie wrażeniem, jakie wywieramy na innych;

Asertywność, umiejętność obrony swoich praw (przyjmowanie krytyki, chwalenie, odmawianie);

Skuteczne podejmowanie decyzji;

Planowanie, zarządzanie czasem;

Radzenie sobie ze stresem i trudnymi emocjami;

Motywowanie się;

Motywowanie i inspirowanie innych do działania;

Organizowanie działań innych;

Innowacyjność i kreatywność;

Inne (zasugeruj obszary szkoleniowe)

.....  
.....

**4. Gdyby zorganizowano szkolenie w zakresie wiedzy i umiejętności zaznaczonych przez Ciebie w pytaniu 3, na jakie elementy powinno się w nim położyć największy nacisk?**

.....  
.....





**5. Określ swoje oczekiwania związane z udziałem w wyżej wymienionym szkoleniu (zaznacz dowolną liczbę odpowiedzi)**

- a. Zdobyć nowych umiejętności
- b. Zdobyć wiedzy
- c. Poszerzenie i uzupełnienie wiedzy
- d. Wymiana doświadczeń, nawiązanie przyjaźni i współpracy
- e. Inne (jakie?)

.....  
.....

*Metryczka (opcjonalnie):*

1. Wiek

15 – 19 20 – 24 25 – 29 ponad 29

2. Płeć:

Kobieta

Mężczyzna

3. Miejsce zamieszkania: \_\_\_\_\_

4. Poziom wykształcenia:

Podstawowe niepełne

Podstawowe

Gimnazjalne / Licealne

Zawodowe

Wyższe

Dziękujemy za Twój czas poświęcony na odpowiedzi!



## **Załącznik 2: Wzór kwestionariusza oceny warsztatów: ocena kompetencji społecznych i przedsiębiorczych**

*Oceń, w jakim zakresie posiadasz wymienione umiejętności: (dokonaj samooceny w skali od 1 do 5, gdzie 1 – oznacza najniższy poziom kompetencji, a 5 – najwyższy)*

*Test należy wypełnić przed i po szkoleniu, żeby ocenić swoje postępy.*

*Szkolona osoba ma skorzystać z tego samego kwestionariusza przed i po warsztatach, używając dwóch różnych kolorów (jednego na odpowiedzi „przed”, a drugiego na odpowiedzi „po”), żeby zobrazować swoje postępy i zdobyte kompetencje.*

### **1. Potrafię porozumiewać się z innymi (np. nawiązywać kontakt, aktywnie słuchać, prowadzić rozmowę, zadawać pytania, brać udział w dyskusji)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze

### **2. Potrafię się zmotywować do działania (np. jestem gotów lub gotowa podjąć konkretne działania, konsekwencja w dążeniu do celu)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze

### **3. Potrafię korzystnie się prezentować w kontaktach z innymi (np. przedstawienie swoich kompetencji, używanie mowy ciała, wybór istotnych informacji)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze

### **4. Potrafię zachowywać się asertywnie, broniąc swoich praw w sytuacjach społecznych i osobistych (np. odmawianie, wyrażanie oraz przyjmowanie krytyki i pochwał, wyrażanie potrzeb i opinii)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze

### **5. Potrafię sobie radzić z emocjami (np. rozpoznawanie swoich emocji oraz wyrażanie ich, rozumienie cudzych uczuć, radzenie sobie z negatywnymi emocjami)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze



**6. Potrafię sobie radzić z konfliktami i trudnymi sytuacjami (np. rozpoznawanie i analiza problemów, wybór i zastosowanie najlepszych rozwiązań)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze

**7. Potrafię planować (np. wyznaczanie celów, osiągnięcie ich, zarządzanie czasem)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze

**8. Potrafię podejmować własne decyzje (np. zbieranie i analiza informacji, dokonywanie wyborów)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze

**9. Potrafię pracować w zespole (np. branie pod uwagę celów i potrzeb innych, praca z innymi nad realizacją wspólnego celu)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze

**10. Potrafię tworzyć nowe rozwiązania (np. jestem osobą z wyobraźnią, kreatywną, otwartą na zmiany)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze

**11. Potrafię przekonać innych do swojego zdania (np. podawanie argumentów, negocjowanie)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze

**12. Potrafię przewodzić innym (np. motywowanie, zachęcanie do działania, organizacja innych zadań)**

bardzo słabo 1                      2                      3                      4                      5 bardzo dobrze



*Metryczka (opcjonalnie):*

1. Wiek

15 – 19 20 – 24 25 – 29 ponad 29

2. Płeć:

Kobieta

Mężczyzna

3. Miejsce zamieszkania: \_\_\_\_\_

4. Poziom wykształcenia:

Podstawowe niepełne

Podstawowe

Gimnazjalne / Licealne

Zawodowe

Wyższe

Dziękujemy za Twój czas poświęcony na odpowiedzi!