



Sufinancira
Europska unija



Vještine virtualnog asistenta i poduzetništvo

Kurikulum za strukovno **obrazovanje** i osposobljavanje
s ciljem osnaživanja **nezaposlene mladeži**



KURIKULUM

Vještine virtualnog asistenta i poduzetništvo

Kurikulum za strukovno obrazovanje i osposobljavanje s ciljem osnaživanja nezaposlene mladeži

PROJEKT

FIGHTing Youth Unemployment through Digital Skills and Interactive Education

PARTNERI NA PROJEKTU

Youth Power Germany e.V. (Germany)
Pannonia Consulting doo (Croatia)
Learning Library OÜ (Estonia)

IZDAVAČ

Youth Power Germany e.V.

AUTORI

Amar Hamzic
Nedim Micijevic
Josip Brozovic
Franjo Brkan

GRAFIČKI DIZAJN

Helio Lima

UREDNIK

Daniel Almeida

Financirano sredstvima Europske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su stavovi i mišljenja autora i ne moraju se podudarati sa stavovima i mišljenjima Europske unije ili Europske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

Sadržaj

Sažetak projekta	4
-------------------------	----------

O kurikulumu i upute za korištenje	6
---	----------

POGLAVLJE 1

Temelji virtualne asistencije i poduzetništva	9
--	----------

Razumijevanje virtualne asistencije i njezina važnost za učenike strukovnog obrazovanja	10
Razvijanje poduzetničkog načina razmišljanja kod učenika strukovnog obrazovanja	13
Razvoj virtualnog rada i prilike u gig ekonomiji	17
Podučavanje komunikacije i suradnje u kontekstu rada na daljinu	20
Osmišljavanje grupnog rada i simulacija za virtualnu timsku suradnju	23
Integracija ključnih digitalnih alata u strukovno obrazovanje	25

POGLAVLJE 2

Razvoj i vođenje poslovanja virtualne asistencije	28
--	-----------

Vođenje polaznika kroz generiranje i razradu digitalnih poslovnih ideja	29
Uvod u istraživanje tržišta i analize potreba za učenike strukovnog obrazovanja	33
Podrška učenicima u izradi osnovnog poslovnog plana	36
Demistificiranje pravnih, financijskih i regulatornih tema	39
Pomoć polaznicima u izgradnji osobnog brenda i marketinškog pristupa	42
Trening polaznika u privlačenju klijenata i pružanju usluga	46

POGLAVLJE 3

Rast, inovacije i održivost	48
------------------------------------	-----------

Poučavanje učenika kako skalirati posao virtualnog asistenta	49
Svaka grupa treba raspraviti i odabrati 5 najboljih strategija za održivo skaliranje	55
Uključivanje održivosti i etike u obrazovanje o poduzetništvu	58
Dizajniranje lekcija o digitalnom marketingu za promociju usluga	61
Poučavanje financijskog planiranja i dugoročne stabilnosti u freelancingu	65
Osnježivanje učenika za izgradnju otpornosti i predanost cjeloživotnom učenju	68

POGLAVLJE 4

Uvod, izgradnja tima i zatvaranje osposobljavanja i/ili cjeloživotne edukacije	71
---	-----------

Poučavanje učenika kako skalirati posao virtualnog asistenta	72
Svaka grupa treba raspraviti i odabrati 5 najboljih strategija za održivo skaliranje	76



Sažetak projekta

FIGHT-DIGIT: Borba protiv nezaposlenosti mladih kroz digitalne vještine i interaktivno obrazovanje je transnacionalna inicijativa razvijena kao odgovor na sve veći nesrazmjer između vještina koje nude tradicionalni strukovni obrazovni programi i zahtjeva današnjeg brzo mijenjajućeg digitalnog gospodarstva. Financiran kroz program Erasmus+ KA210-VET, projekt ima za cilj borbu protiv nezaposlenosti mladih osnaživanjem edukatora u strukovnom obrazovanju alatima i metodama za obučavanje nezaposlenih mladih za digitalno samozapošljavanje posebno u području virtualne asistencije.

Ciljevi i glavni rezultati



Projekt ima nekoliko ključnih ciljeva:

- Ojačati kapacitete partnerskih organizacija za rad s nezaposlenim mladima, s ciljem povećanja njihove zapošljivosti i razvoja poduzetničkih kompetencija kroz aktivno sudjelovanje u izradi novih obrazovnih sadržaja te organizaciju lokalnih edukacija za nastavnike i edukatore u strukovnom obrazovanju.
- Izraditi cjelovit kurikulum namijenjen edukatorima i pružateljima strukovnog obrazovanja za jačanje poduzetničkih vještina i poticanje samozapošljavanja nezaposlenih mladih osoba, uključujući detaljne nastavne planove te pripremu radionica za provedbu treninga.
- Osposobiti 45 edukatora u području strukovnog obrazovanja za primjenu razvijenog kurikuluma kroz tri lokalna treninga u svakoj od partnerskih zemalja, kako bi učinkovito doprinosili razvoju poduzetničkih kompetencija i povećanju zapošljivosti mladih.
- Razviti dva interaktivna, gamificirana online tečaja namijenjena nezaposlenim mladima, usmjerena na jačanje poduzetničkih kompetencija, povećanje njihove zapošljivosti, te stjecanje specifičnih znanja i vještina za rad u području virtualne asistencije, uključujući pronalazak prvih poslovnih angažmana.
- Predstaviti projektne rezultate široj zajednici edukatora i institucija u području strukovnog obrazovanja kroz tri lokalne konferencije, osiguravajući održivost i daljnju primjenu razvijenih obrazovnih materijala.



Glavni rezultati projekta uključuju:

1. Razvijen sveobuhvatan kurikulum usmjeren na virtualnu asistenciju i digitalne alate, koji obogaćuje vještine edukatora partnera.
2. Više od 45 edukatora strukovnog obrazovanja iz partnerskih zemalja osposobljeno za primjenu novog kurikuluma u svrhu povećanja zapošljivosti mladih.
3. Uspješno pokrenuta dva interaktivna, gamificirana online tečaja o virtualnoj asistenciji i digitalnim alatima, usmjerena na nezaposlene mlade.
4. Više od 200 mladih osoba aktivnim sudjelovanjem u razvijenim tečajevima i radionicama poboljšalo je svoje zapošljivosti i poduzetničke vještine.
5. Široka diseminacija projektnih rezultata ostvarena je kroz tri lokalne multiplier konferencije, kojima je obuhvaćena opsežna mreža edukatora i pružatelja strukovnog obrazovanja.

Ciljne skupine:

- Edukatori i treneri u području strukovnog obrazovanja koji izravno rade s mladima.
- Ustanove za strukovno obrazovanje i lokalni dionici povezani s tržištem rada.
- Nezaposleni mladi i NEET populacija (mladi koji nisu zaposleni, ne obrazuju se i nisu u sustavu osposobljavanja), posebno oni koji traže fleksibilne i pristupačne mogućnosti digitalnog rada.

Strateška vrijednost:

Projekt FIGHT-DIGIT donosi europsku dodanu vrijednost kroz jačanje digitalnih i poduzetničkih kompetencija unutar sustava strukovnog obrazovanja te kroz stvaranje obrazovnih resursa koji se mogu ponovno koristiti i prilagođavati izvan nacionalnih granica. Suradnjom partnera iz Njemačke (Youth Power Germany), Hrvatske (Pannonia Consulting) i Estonije (Learning Library), projekt dodatno doprinosi ostvarivanju širih europskih ciljeva vezanih uz razvoj vještina i povećanje zapošljivosti unutar Europske godine vještina 2023.–2027.

Svi obrazovni moduli i rezultati projekta bit će besplatno dostupni putem interneta, s ključnim dokumentima prevedenim na više jezika, čime će se osigurati široka dostupnost i dugoročni učinak.



O kurikulumu i upute za korištenje



Kurikulum je osmišljen kao intenzivan obrazovni program u trajanju od 10 dana, namijenjen edukatorima u području strukovnog obrazovanja.

Cilj programa je osnažiti edukatore znanjima i vještinama potrebnima za kvalitetno poučavanje i osnaživanje nezaposlenih mladih osoba u području virtualne asistencije, istovremeno jačajući njihove poduzetničke kompetencije i sposobnosti za samozapošljavanje.

Program je koncipiran u obliku edukativnih sesija, kombinirajući teorijska znanja s praktičnim vježbama, što omogućava polaznicima da usvojena znanja primijene u stvarnim životnim i poslovnim situacijama.

Struktura kurikuluma podijeljena je u četiri poglavlja:

POGLAVLJE 1

Temelji virtualne asistencije i poduzetništva.

U ovom dijelu predstavljeni su osnovni pojmovi poduzetništva, s posebnim naglaskom na industriju virtualne asistencije. To uključuje razumijevanje uloge virtualnog asistenta, ključnih digitalnih vještina te načina razmišljanja potrebnih za uspjeh u samozapošljavanju i pokretanju poduzetničkih pothvata.

POGLAVLJE 2

Razvoj i vođenje poslovanja u području virtualne asistencije.

Ovo poglavlje obrađuje praktični aspekt pokretanja i vođenja vlastitog posla u području virtualne asistencije. Teme uključuju osmišljavanje i validaciju poslovne ideje, istraživanje i analizu tržišta, poslovno planiranje i strategiju, financijsko upravljanje, pravne i regulatorne zahtjeve te marketinške strategije prilagođene digitalnom poslovanju.

POGLAVLJE 3

Rast, inovacije i održivost.

Treće poglavlje fokusirano je na strategije za rast poslovanja, skaliranje i inovacije unutar sektora virtualne asistencije. Obradit će se teme poput prilagodbe tržišnim trendovima i tehnologijama, etičko i održivo poduzetništvo, socijalno poduzetništvo te izgradnja mreže podrške kroz profesionalne odnose.

POGLAVLJE 4

Uvod, izgradnja tima te završetak rezidencijalnog i/ili dugoročnog treninga.

Zadnje poglavlje sadrži dvije sesije koje preporučujemo koristiti za otvaranje i zatvaranje treninga temeljenog na ovom kurikulumu.

- * Svako od prva tri poglavlja (1–3) sastoji se od 6 sesija/radionica, od kojih je svaka predviđena u trajanju od 180 minuta (3 sata). Poglavlje 4 sadrži 2 sesije/radionice istog predloženog trajanja. Kurikulum je idealno zamišljen za korištenje tijekom 10 dana edukacije, pri čemu svaki radni dan uključuje 6 sati radionica.
- * Sve sesije kurikuluma moguće je koristiti i pojedinačno, neovisno o ostalim dijelovima. Premda svaka sesija ima preporučeno trajanje, kurikulum je fleksibilan i omogućava budućim korisnicima prilagodbu vlastitim potrebama. Namijenjen je svim zainteresiranim stranama koje ga žele koristiti u radu s mladima, posebice nezaposlenim mladim osobama.
- * Ovaj kurikulum rezultat je zajedničkog rada partnerskih organizacija projekta (Youth Power Germany, Pannonia Consulting i Learning Library) te je testiran u njihovim zemljama. Kurikulum je dostupan na četiri jezika: engleskom, hrvatskom, njemačkom i estonskom, te se može pronaći na mrežnim stranicama projektnih partnera.



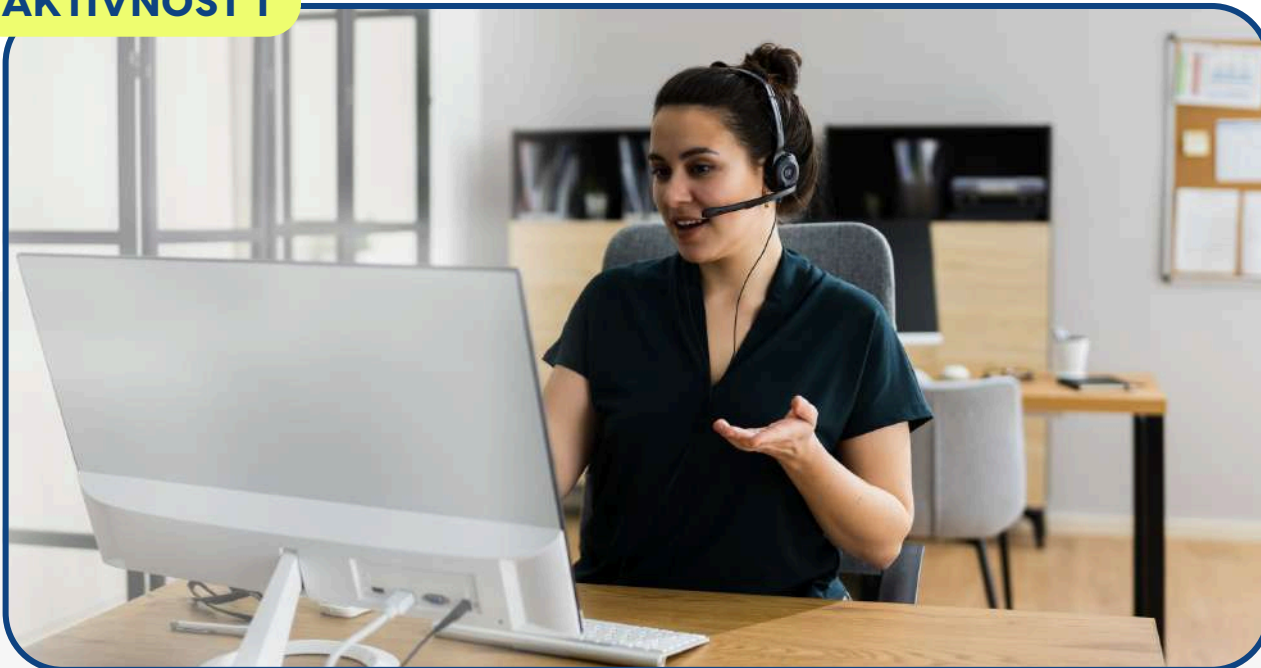
01

Temelji virtualne asistencije i poduzetništva

Ovo poglavlje sastoji se od 6 sesija kojima se edukatori u strukovnom obrazovanju upoznaju s temeljnim konceptima i praktičnim osnovama virtualne asistencije kao rastućeg područja digitalnog zapošljavanja. Kroz niz interaktivnih sesija sudionici će istražiti važnost virtualnog rada u današnjoj ekonomiji, razumjeti razvoj poslova temeljenih na gig ekonomiji te naučiti kako poticati poduzetničko razmišljanje kod mladih u strukovnom obrazovanju.

Ovo poglavlje posebno ističe važnost razvoja ključnih komunikacijskih i poslovnih vještina potrebnih za uspješan rad na daljinu. Sudionici će imati priliku detaljnije istražiti praktične digitalne alate koji značajno unaprjeđuju produktivnost, olakšavaju učinkovitu komunikaciju i potiču suradnju u virtualnom okruženju. Kroz radionice posebno prilagođene edukatorima s iskustvom u strukovnom obrazovanju, sudionici će steći kompetencije koje im omogućuju da uspješno integriraju digitalne karijerne mogućnosti i poduzetnički pristup u svoj svakodnevni rad s polaznicima osposobljavanja, te na taj način dodatno obogate i unaprijede kvalitetu vlastite nastavne prakse.

AKTIVNOST 1



Razumijevanje virtualne asistencije i njezina važnost za učenike strukovnog obrazovanja

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Predstaviti koncept virtualne asistencije i njenu ulogu u digitalnoj ekonomiji.
- Istražiti različite vrste usluga virtualne asistencije i potrebne vještine.
- Osposobiti edukatore za predstavljanje virtualne asistencije kao atraktivne mogućnosti za nezaposlene mlade.
- Identificirati primjere iz stvarnog svijeta i tržišne trendove korisne u nastavi.
- Promišljati o integraciji virtualne asistencije u postojeće strukovne programe i neformalne obrazovne programe.

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****ENERGIZER – „DIGITALNA SLAGALICA” (10 MINUTA)**

Eduktor vodi kratku aktivnost podizanja energije grupe tijekom koje se sudionici kreću prostorijom i formiraju grupe na temelju tvrdnji kao što su:

- Pronađite druge sudionike koji imaju iskustva u radu na daljinu.
- Pronađite nekoga tko je koristio platformu za freelancere.
- Pronađite nekoga tko je nedavno pohađao online tečaj.

Kad se formiraju grupe, edukator daje sudionicima nekoliko minuta za međusobnu razmjenu iskustava. Ova aktivnost ujedno služi kao uvod u temu sesije.

UVOD U RADIONICU – TKO SU VIRTUALNI ASISTENTI (15 MINUTA)

Polaznicima se zadaje zadatak da na samoljepljivi papirić napišu jednu riječ koja im prva padne na pamet kada čuju pojam „virtualni asistent“, te da papirić zalijepe na plakat. Nakon što svi polaznici daju svoj doprinos, edukator grupira napisane riječi i ukratko komentira učestale asocijacije, zablude te potencijalne praznine u znanju i razumijevanju koje postoje u grupi. Na kraju ove aktivnosti edukator predstavlja cilj radionice i objašnjava zašto je tema virtualne asistencije važna u današnjem svijetu rada..

UVODNO IZLAGANJE O VIRTUALNIM ASISTENTIMA – PREZENTACIJA – 20 MINUTA

Edukator vodi interaktivnu prezentaciju koja uključuje:

- Definiciju i obuhvat posla virtualnog asistenta
- Primjere usluga koje se najčešće nude (npr. administrativna podrška, upravljanje e-mailovima, organizacija kalendara, podrška na društvenim mrežama, unos podataka i sl.)
- Razliku između freelancera i virtualnog asistenta
- Usporedbu rada na pola radnog vremena / puno radno vrijeme i model rada putem agencije

Polaznici su pozvani da postavljaju pitanja te da podijele vlastita iskustva ili primjere koje poznaju.

MAPIRANJE TRŽIŠTA RADA ZA VIRTUALNE ASISTENTE – 90 MINUTA

Polaznici se dijele u manje grupe, a svaka grupa dobiva zadatak za istraživanje:

- **Grupa 1:** Istražuje freelance platforme (npr. Upwork, Fiverr, PeoplePerHour) – Koje vrste poslova za virtualne asistente su najzastupljenije? Koje su uobičajene satnice i tražene kvalifikacije?
- **Grupa 2:** Prikuplja informacije o aktualnim trendovima i statistikama u digitalnom zapošljavanju (s fokusom na mlade, rad na daljinu i virtualne usluge).
- **Grupa 3:** Analizira studije slučaja uspješnih virtualnih asistenata (npr. s YouTubea, blogova, LinkedIna) – Koje su vještine razvijali i kako su započeli svoju karijeru?

Svaka grupa priprema kratki vizualni sažetak na plakatima i predstavlja ključne nalaze ostalim polaznicima. Za istraživanje je predviđeno 60 minuta, a svaka prezentacija traje po 10 minuta.

Na kraju ovog koraka, edukator po potrebi pruža dodatna pojašnjenja i informacije.

RASPRAVA O POVEZIVANJU STRUKOVNOG OBRAZOVANJA S RADOM VIRTUALNIH ASISTENATA (30 MINUTA)

U plenumu, polaznici promišljaju o sljedećim pitanjima:

1. Zašto je posao virtualnog asistenta dobra prilika za nezaposlene mlade?
2. S kojim se izazovima mogu suočiti polaznici strukovnog obrazovanja u ovom području?
3. Kako možemo predstaviti VA kao izvor prihoda, ali i kao priliku za razvoj vještina?
4. Koje edukativne sadržaje možemo ponuditi za pripremu učenika strukovnog obrazovanja za posao virtualnog asistenta?

Edukator moderira raspravu i potiče sudionike na iznošenje konkretnih prijedloga o tome kako ovu temu integrirati u postojeće obrazovne programe i svakodnevni rad strukovnih edukatora. Na kraju rasprave, ako vremenski okvir to dopušta, svaki polaznik izrađuje kratki „pitch“ (do 150 riječi) kojim bi mogao predstaviti koncept virtualne asistencije svojim učenicima. Pitch može biti u pisanom ili vizualnom obliku (npr. kratki govor, mini plakat, elevator pitch). Dobrovoljci su pozvani da svoja rješenja podijele s grupom u plenumu.

ZAVRŠNA REFLEKSIJA I ZAKLJUČAK RADIONICE (15 MINUTA)

Edukator poziva polaznike da u plenumu podijele svoja razmišljanja koristeći sljedeću strukturu:

- Jedan uvid koji sam stekao/la o virtualnoj asistenciji...
- Jedan način na koji mogu iskoristiti ovu radionicu u radu s učenicima...
- Jedna stvar koju želim dodatno istražiti



MATERIJALI

- Samoljepljivi papirići, markeri, plakati (flipcharti)
- Pristup internetu (mobiteli/prijenosna računala za grupno istraživanje)
- Projektor i prezentacijske slajdove



REZULTATI

- Polaznici stječu jasno razumijevanje što znači raditi kao virtualni asistent i koje sve uloge taj posao može obuhvatiti.
- Edukatori dobivaju uvid u stvarne trendove na tržištu rada i digitalne platforme povezane s virtualnom asistencijom.
- Sudionici radionice odlaze s konkretnim idejama i primjerima koje mogu primijeniti u svom radu sa strukovnim učenicima.
- Ova radionica postavlja temelje za daljnje istraživanje poduzetničkih i digitalnih karijernih prilika.

AKTIVNOST 2



Razvijanje poduzetničkog načina razmišljanja kod učenika strukovnog obrazovanja

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Upoznati sudionike s konceptom poduzetničkog načina razmišljanja kroz okvir kompetencija EntreComp.
- Istražiti kako se poduzetnički stavovi i ponašanja mogu poticati kod učenika u strukovnom obrazovanju.
- Podržati edukatore u ugradnji EntreComp kompetencija u njihovu nastavnu praksu.
- Promišljati o tome kako stavovi poput znatiželje, samosvijesti i proaktivnosti mogu potaknuti osobni razvoj učenika u poduzetničkom smjeru.
- Osmisliti obrazovne aktivnosti koje potiču stvaranje ideja, preuzimanje inicijative i ustrajnost.

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****ENERGIZER – „DA IMAM SVOJU DIGITALNU TVRTKU...” (10 MINUTA)**

Sudionici rade u parovima ili manjim grupama. Svaka osoba dovršava rečenicu:

„Da imam svoju tvrtku, ona bi...”

Dijele ideje o vrsti poslovanja, proizvodu/usluzi te problemu koji žele riješiti.

Ova aktivnost uvodi u razmišljanje iz perspektive kreativnosti i poduzetništva.

UVOD U PODUZETNIČKI NAČIN RAZMIŠLJANJA I ENTRECOMP OKVIR (20 MINUTA)

Edukator predstavlja koncept **poduzetničkog mindseta**, ističući da on ne znači samo pokretanje vlastitog posla, već način razmišljanja i djelovanja primjenjiv u svim kontekstima.

Predstavlja se **EntreComp okvir** s naglaskom na tri područja kompetencija:

1. Ideje i prilike
2. Resursi
3. Prelazak u akciju

Nakon uvoda, sudionici rade u parovima i odgovaraju na pitanja:

- Što za vas kao edukatora znači biti poduzetan?
- Kako je to relevantno za učenike strukovnog obrazovanja?

Trener dijeli 2–3 primjera primjene EntreComp okvira u radu s mladima i u strukovnom obrazovanju (npr. iz **EntreComp džepne knjižice** i prakse rada s mladima).

Resurs na engleskom jeziku:

<https://entrecompeurope.eu/wp-content/uploads/EntreComp-Europe-Pocket-Book-for-Aspiring-Entrepreneurs.pdf>

RASPRAVA O PODUZETNIČKIM VRIJEDNOSTIMA – 30 MINUTA

Edukator predstavlja 5 ključnih stavova i ponašanja povezanih s poduzetničkim načinom razmišljanja:

1. Znatiželja
2. Samosvijest
3. Ustrajnost
4. Proaktivnost
5. Vrijednovanje ideja

Sudionici rade u manjim grupama i dobivaju kartice sa slučajevima iz stvarnog života (mini studije slučaja učenika strukovnog obrazovanja ili projekata).

Zadatak svake grupe je:

- Prepoznati koji je poduzetnički stav izražen ili nedostaje
- Predložiti kako osoba može dodatno razviti tu kompetenciju

Primjeri:

- Učenik odustaje nakon prve odbijenice za posao – koji stav nedostaje?
- Učenik pokreće IG stranicu za rukotvorine, ali rijetko objavljuje – što je problem?

Svaka grupa predstavlja jedan slučaj i svoje zaključke u plenumu.

Napomena edukatoru: primjeri trebaju biti realistični i prilagođeni profilu sudionika.

ENTRECOMP GALERIJA – MAPIRANJE KOMPETENCIJA – 40 MINUTA

Na A3 papire ispisano je svih 15 EntreComp kompetencija i postavljeno po prostoriji.

Sudionici se kreću u parovima, čitaju kompetencije i raspravljaju o:

1. Koje su najrelevantnije za moje učenike?
2. Koje su najteže za razviti?
3. Koje već razvijamo u svom radu?

Koriste se tri boje papirića:

Zelena – Ovo već poučavam

Narančasta – Ovo želim uvesti

Crvena – Za ovo mi treba podrška

Nakon 30 minuta šetnje i rasprave, edukator vodi kratku refleksiju na temelju uočenih obrazaca.

OSMIŠLJAVANJE AKTIVNOSTI ZA RAZVOJ PODUZETNIČKIH KOMPETENCIJA – 45 MINUTA

Sudionici rade u malim grupama i osmišljavaju obrazovnu aktivnost za učenike strukovnog obrazovanja s ciljem razvoja jedne poduzetničke kompetencije (npr. inicijativa, nošenje s neizvjesnošću, timski rad).

Grupe se formiraju prema zajedničkim interesima sudionika.

Struktura rada po grupama:

- Odabrati jednu EntreComp kompetenciju
- Definirati profil učenika (dob, pozadina)
- Osmisliti kratku aktivnost (30–45 minuta) za razvoj te kompetencije
- Pripremiti kratak „pitch“ aktivnosti za grupnu prezentaciju

Grupe ukratko predstavljaju ideje, a edukator daje povratne informacije i potiče razmjenu među kolegama.

REFLEKSIJA I ZAKLJUČAK RADIONICE – 15 MINUTA

Edukator poziva sudionike da podijele svoja razmišljanja, vodeći se sljedećim pitanjima:

1. Koju EntreComp kompetenciju najviše vjerujete da možete razvijati kod svojih učenika – i zašto?
2. Koje izazove predviđate pri razvoju poduzetničkog načina razmišljanja u strukovnom obrazovanju?
3. Kako možemo pomoći učenicima da prihvate neuspjeh i nesigurnost kao dio razvoja?
4. Koji je jedan konkretan korak koji ćete poduzeti da vaša edukacija postane angažiranija?
5. Kako vam EntreComp okvir može pomoći u osmišljavanju smislenijih obrazovnih iskustava?



MATERIJALI

- Plakati (flipchart), markeri
- Ispisane EntreComp kompetencije na A3 formatima
- Samoljepljivi papirići u tri boje (zelena, narančasta, crvena)
- Mini studije slučaja (pripremljene unaprijed)
- Predložak za dizajniranje aktivnosti (u tiskanom ili digitalnom obliku)
- Projektor i prezentacija za uvod u EntreComp



REZULTATI

- Sudionici razumiju što je poduzetnički mindset i zašto je važan za učenike strukovnog obrazovanja
- Edukatori prepoznaju i mogu reflektirati ključne stavove iz EntreComp okvira
- Sudionici dobivaju alate i ideje za poticanje poduzetničkog ponašanja u vlastitoj obrazovnoj praksi

AKTIVNOST 3



Razvoj virtualnog rada i prilike u gig ekonomiji

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Istražiti povijesni razvoj i aktualne trendove virtualnog rada i gig ekonomije.
- Upoznati edukatore u strukovnom obrazovanju s popularnim platformama za freelance rad i mogućnostima rada na daljinu.
- Poduprijeti edukatore u predstavljanju gig ekonomije na način koji je pristupačan i zanimljiv učenicima.
- Reflektirati o prednostima i izazovima koje gig rad donosi učenicima strukovnog obrazovanja.

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****ENERGIZER – “OVO ILI ONO” (10 MINUTA)**

Edukator čita parove opcija povezanih s virtualnim radom, a sudionici biraju stranu prostorije ovisno o vlastitom odabiru:

1. Rad od kuće ili rad u uredu?
2. Freelance ili stalni ugovor?
3. Zoom ili e-mail?
4. Digitalni nomad ili rad od kuće?

Nakon svakog izbora, edukator poziva sudionike da kratko razmisle i komentiraju svoj odabir. Aktivnost uvodi temu i potiče osobno promišljanje o stilovima rada.

UVOD U VIRTUALNI RAD I GIG EKONOMIJU (25 MINUTA)

Edukator vodi kratko interaktivno izlaganje koje obuhvaća:

- Prijelaz s tradicionalnog rada na rad na daljinu
- Definicije: virtualni rad i gig ekonomija
- Vrste poslova (projektni, dugoročni, zadatkovni)
- Ključni pokretači: tehnologija, fleksibilnost, digitalne platforme
- Izazovi i kritike (npr. nesigurnost, izolacija, nedostatak beneficija)

Zatim sudionici rade u parovima i raspravljaju:

1. Što vas je iznenadilo iz prezentacije?
2. Koje su prednosti, a koji nedostaci virtualnog rada za učenike s kojima radimo?

Slijedi kratka plenarna razmjena dojмова.

ISTRAŽIVANJE GIG EKONOMIJE NA RAZLIČITIM PLATFORMAMA – 100 MINUTA

Sudionici se dijele u 4 grupe, svaka istražuje po 2 digitalne platforme koristeći laptop ili mobitel.

Moguće platforme:

1. Upwork
2. Fiverr
3. Freelancer.com
4. PeoplePerHour
5. Toptal
6. Remote OK
7. TaskRabbit
8. Guru

Svaka grupa odgovara na sljedeća pitanja:

1. Koje vrste poslova se nude?
2. Koje su najtraženije vještine?
3. Kolike su prosječne zarade i očekivanja?
4. Postoji li sustav ocjena/povratnih informacija?
5. Kako izgleda proces registracije?

Grupa izrađuje plakat s vizualnim prikazom platforme. Za istraživanje i izradu plakata: 60 minuta
Za prezentaciju (po grupi): 10 minuta

Edukator po potrebi daje dodatna pojašnjenja.

PRILIKE I RIZICI GIG EKONOMIJE ZA UČENIKE STRUKOVNOG OBRAZOVANJA – 30 MINUTA

Sudionici ostaju u istim grupama i analiziraju jedan studijski slučaj mladih nezaposlenih osoba (npr. nedavno diplomirani učenik, samohrani roditelj, osoba iz ruralnog područja, migrant i sl.).

Edukator može unaprijed pripremiti profile ili omogućiti grupama da odaberu profil učenika koji najbolje odgovara njihovom iskustvu.

Grupa odgovara na:

1. Koji bi virtualni/gig poslovi odgovarali ovom profilu?
2. Koje su glavne koristi i rizici za ovu osobu?
3. Kako biste mu/joj realno, ali motivirajuće predstavili te mogućnosti?
4. Kako ih možemo podržati kroz obrazovne aktivnosti?

Svaka grupa kratko prezentira (max 5 minuta), a edukator postavlja dodatna pitanja i vodi završne refleksije.

ZAVRŠNA REFLEKSIJA I ZAKLJUČAK RADIONICE (15 MINUTA)

Edukator vodi završnu plenarnu diskusiju pomoću pitanja:

1. Koja vam je informacija o gig ekonomiji danas bila najotvorenija?
2. Kako možemo pripremiti učenike na fleksibilnost i na nesigurnost ovog načina rada?
3. Što možemo učiniti kako bi učenici bili informirani, zaštićeni i osnaženi kad ulaze u gig ekonomiju?
4. Koju biste platformu danas s lakoćom objasnili svojim učenicima?
5. Koji vam je najvažniji zaključak o poučavanju ove teme u strukovnom obrazovanju?

**MATERIJALI**

- Plakati (flipcharti), markeri
- Pristup internetu (laptopi ili pametni telefoni)
- Profili studija slučaja za rad u grupama
- Slajd sa nazivima platformi (tiskan ili projiciran)

**REZULTATI**

- Edukatori razumiju razvoj i strukturu virtualnog rada i gig ekonomije
- Sudionici stječu praktično znanje o gig platformama i njihovim značajkama
- Sudionici razvijaju kritičku svijest o prilikama i ranjivostima u gig radu, posebno za učenike iz različitih društvenih i geografskih konteksta

AKTIVNOST 4



Podučavanje komunikacije i suradnje u kontekstu rada na daljinu

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Razumjeti važnost učinkovite komunikacije u radu na daljinu i izazove koje ona donosi.
- Razviti strategije za pisanu i usmenu komunikaciju u digitalnom okruženju.
- Vježbati rješavanje problema u online radnom okruženju koristeći primjere iz stvarnog života.
- Istražiti i primijeniti digitalne alate za uspješnu suradnju i timski rad na daljinu.

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****ENERGIZER – "IZGUBLJENO U PRIJEVODU" (10 MINUTA)**

Sudionici se podijele u parove. Jedna osoba opisuje sliku ili pojam putem tekstualne poruke (npr. u unaprijed kreiranoj WhatsApp grupi), a druga osoba pokušava nacrtati ili opisati što zamišlja na temelju te poruke.

Nakon aktivnosti, edukator postavlja pitanje za refleksiju: *Kako je nedostatak tona glasa ili gesta utjecao na razumijevanje poruke?*

Ova aktivnost služi kao uvod u glavnu temu – izazove digitalne komunikacije.

ZAŠTO JE KOMUNIKACIJA VAŽNA U RADU NA DALJINU? – GRUPNA RASPRAVA (15 MINUTA)

Edukator postavlja pitanje: *“Po čemu se online komunikacija razlikuje od komunikacije uživo?”*

Sudionici dijele svoja prethodna iskustva u vezi komunikacije tijekom rada na daljinu. Svoje odgovore bilježe u obliku ključnih riječi na samoljepljive papiriće koje lijepe na plakat. Edukator grupira odgovore i ističe ključne teme (npr. jasnoća, ton, kašnjenja, kulturne razlike). Sudionici koji žele mogu svoje iskustvo podijeliti s cijelom grupom.

SNALAŽENJE U KOMUNIKACIJI NA UDALJENOM RADNOM MJESTU – 110 MINUTA

Edukator u plenumu predstavlja zadatak i postavlja upute u zajednički online prostor (npr. WhatsApp grupa, Google Drive).

Edukator dijeli slijedeću izjavu sa polaznicima osposobljavanja:

"Vaša tvrtka već šest mjeseci radi isključivo online.

Sve funkcionira dobro i pozvani ste na online poslovni forum 'Budućnost rada: digitalni timovi u akciji'.

Vaš je zadatak pripremiti zanimljivu digitalnu prezentaciju (5 minuta) o vašem proizvodu/usluzi i načinu rada na daljinu."

Polaznicima su dodijeljeni slijedeći zadatci:

1. Pripremiti digitalnu prezentaciju (max 5 min) o vašoj tvrtki, proizvodu/usluzi i načinu rada.
2. Komunikacija i suradnja moraju biti isključivo digitalne – bez osobnog kontakta.
3. Vrijeme za pripremu: 100 minuta. Nakon toga slijedi "online forum" (prezentacije).

Sudionici samostalno dogovaraju: cilj prezentacije, koje aplikacije/alate će koristiti za komunikaciju i izradu materijala, i raspodjelu uloga unutar tima.

Edukator može dodatno zakomplicirati zadatak uvođenjem „realnih izazova“ poput:

- Promjene roka (npr. skraćenje vremena za rad).
- Krive informacije koje utječu na sadržaj prezentacije.
- Jedan član tima nakratko „nestaje“ (nedostupan je online).

PREZENTACIJE I POVRATNA INFORMACIJA (25 MINUTA)

Timovi se vraćaju u plenum i predstavljaju svoju 5-minutnu prezentaciju. Nakon svake prezentacije slijedi kratka razmjena pitanja i komentara.

ZAVRŠNA REFLEKSIJA I ZAKLJUČAK RADIONICE (20 MINUTA)

Edukator vodi završnu raspravu pomoću sljedećih pitanja:

- Koje strategije komunikacije su se pokazale najučinkovitijima?
- Jesu li se pojavile nesporazumi ili izazovi? Kako ste ih riješili?
- Koji su digitalni alati bili najkorisniji za timski rad?
- Što biste drugačije napravili kada biste ponovno radili na sličnom zadatku na daljinu?



MATERIJALI

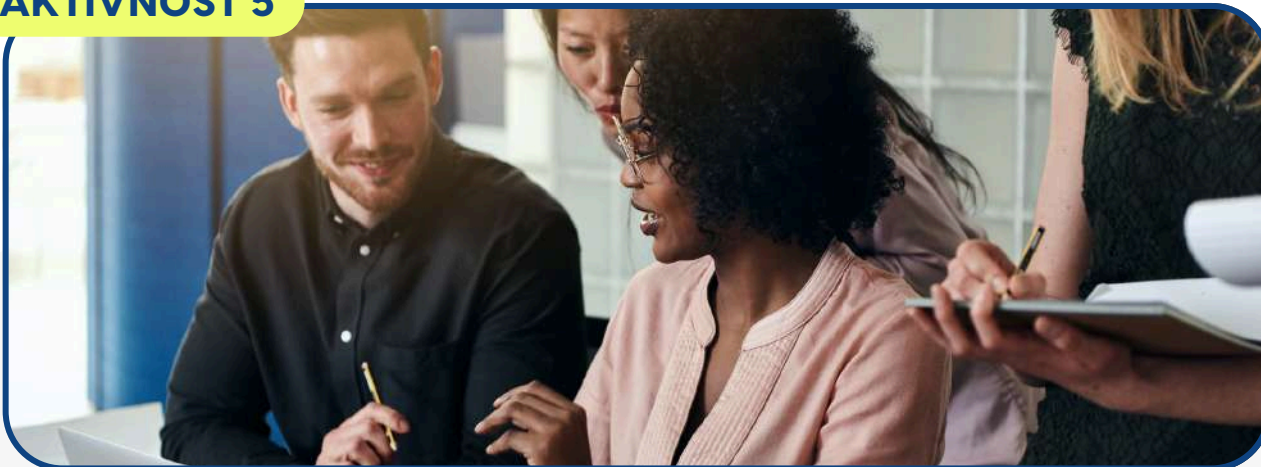
- Samoljepljivi papirići i markeri (za grupiranje ideja tijekom rasprava)
- WhatsApp grupa ili neki drugi digitalni komunikacijski alat (za aktivnosti temeljene na pisanju poruka)
- Prijenosna računala/tableti s pristupom internetu (za vježbe virtualne suradnje)



REZULTATI

- Sudionici mogu prepoznati ključne razlike između online i komunikacije uživo
- Sudionici poboljšavaju sposobnost jasnog i učinkovitog komuniciranja u digitalnom okruženju
- Sudionici doživljavaju izazove timskog rada na daljinu i razvijaju strategije za njihovo prevladavanje
- Sudionici stječu praktično iskustvo korištenja digitalnih alata za suradnju u kontekstu rada na daljinu
- Sudionici reflektiraju svoje iskustvo učenja i identificiraju dobre prakse za profesionalnu online komunikaciju

AKTIVNOST 5



Osmišljavanje grupnog rada i simulacija za virtualnu timsku suradnju

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Uvesti sudionike u koncept virtualne timske suradnje i istaknuti njezinu važnost u suvremenom obrazovanju i svijetu rada
- Pomoći edukatorima razumjeti temeljna načela učinkovite virtualne suradnje, uključujući korištenje komunikacijskih alata, upravljanje zadacima i jasno postavljanje ciljeva
- Pružiti sudionicima konkretne strategije i savjete za unaprjeđenje vještina virtualne timske suradnje koje mogu primijeniti u svom radu u strukovnom obrazovanju
- Potaknuti učenje među sudionicima i razmjenu primjera dobre prakse vezanih uz timski rad na daljinu

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****Energizer – Ljudski stroj (15 minuta)**

Trener započinje objašnjenjem cilja aktivnosti: sudionici će stvoriti ljudski "stroj" u kojoj svaka osoba predstavlja različiti dio stroja, a grupa će uskladiti svoje pokrete i zvukove kako bi ju oživjela. Trener treba podijeliti sudionike u manje grupe, omogućujući im da sami odrede uloge i razviju svoju mašinu. Nakon što grupama da 10 minuta da osmisle i uvježbaju svoje mašine, svaka će grupa predstaviti svoju kreaciju, a ostali sudionici mogu pokušati pogoditi što ta mašina predstavlja. Ovaj segment treba biti zabavan i dinamičan, pri čemu svaka grupa surađuje kako bi osigurala da njihova mašina funkcionira glatko. Za kraj, održi se kratka refleksija u kojoj sudionici raspravljaju o izazovima koordinacije, važnosti komunikacije i kreativnim elementima svojih mašina.

VAŽNOST VIRTUALNE TIMSKE SURADNJE U OBRAZOVANJU (20 MINUTA)

Trener vodi plenarnu raspravu o važnosti virtualnog timskog rada u današnjem obrazovnom i profesionalnom okruženju, kako bi edukatori razumjeli ulogu virtualnog timskog rada u jačanju suradničkih i komunikacijskih vještina u digitalnom kontekstu. Trener može koristiti sljedeće ključne točke za raspravu:

- Kako se virtualna timska suradnja razlikuje od one uživo?
- Koje su ključne vještine za uspješnu suradnju na daljinu?
- Zašto je važno da učenici strukovnog obrazovanja razvijaju ove vještine?

UNOS ZNANJA: NAČELA UČINKOVITE VIRTUALNE SURADNJE (25 MINUTA)

Edukator predstavlja temeljna načela dizajniranja učinkovitih timskih zadataka i simulacija u virtualnim timovima:

- Jasni ciljevi i uloge
- Prikladni komunikacijski alati (Slack, Trello, Zoom itd.)
- Upravljanje zadacima na daljinu
- Strukture podrške za timove

Zatim sudionici reflektiraju kako se ova načela mogu primijeniti u njihovoj nastavnoj praksi.

"WALK AND TALK" VJEŽBA (60 MINUTA)

Trener poziva sudionike da sudjeluju u vježbi "prošećimo i razgovarajmo", tijekom koje će se svakih 10 minuta rotirati i stvarati nove parove. U svakom paru, sudionici će dijeliti i raspravljati o praktičnim savjetima za virtualni timski rad.

Svaki par će se također fokusirati na drugo pitanje povezano s virtualnim timskim radom.

Sudionici će se najprije udružiti s osobom s kojom još nisu surađivali. U svakom krugu od 10 minuta, oni će:

1.) **Podijeliti svoj najbolji savjet za virtualni timski rad:** svaki sudionik ima 5 minuta da podijeli savjet ili strategiju koju je koristio za poboljšanje virtualne suradnje (npr. alati za komunikaciju, strategije za prevladavanje izazova, upravljanje dinamikom virtualnog tima).

2.) **Raspraviti o integraciji:** nakon dijeljenja savjeta, sudionici će nakratko razmisliti o tome kako bi mogli primijeniti podijeljene savjete u svom poučavanju ili budućim virtualnim projektima. Time se osigurava da oba sudionika steknu korisne uvide jedan od drugoga.

Rotacija i novo pitanje (10 minuta po paru):

Nakon svakog kruga, sudionici će se rotirati i udružiti s novom osobom. Svaki novi par raspravljat će o drugom pitanju vezanom uz virtualni timski rad (trener će dati pitanja). Evo pitanja:

- 1. krug: Koje alate koristite za virtualnu suradnju i zašto?
- 2. krug: Koje su strategije bile učinkovite u upravljanju ulogama u virtualnim timovima?
- 3. krug: Kako održavate angažman i motivaciju u virtualnim timovima?
- 4. krug: Kako rješavate sukobe ili nesporazume u virtualnom okruženju?

Nastavite s rotacijom i razgovorom o novom pitanju u svakom krugu, ukupno 4 kruga (10 minuta po krugu).

Nakon rotacija, sudionici se vraćaju u grupu i ukratko dijele jedan ključan savjet ili uvid koji im se posebno istaknuo tijekom vježbe. Trener vodi refleksiju postavljajući pitanje sudionicima da istaknu savjet koji planiraju primijeniti u vlastitom radu s virtualnim timovima.

ISTRAŽIVANJE DIGITALNIH ALATA (45 MINUTA)

Edukator priprema popis virtualnih alata, pri čemu je svaki alat povezan s određenim aspektom virtualnog timskog rada (komunikacija, upravljanje zadacima, dijeljenje dokumenata). Sudionici se dijele u grupe, a svaka grupa ima zadatak "loviti" alate za koje smatra da su najprikladniji za zadane zadatke.

Pretražuju internet i istražuju dostupne alate ili platforme koji ispunjavaju navedene potrebe (npr. Zoom za sastanke, Google Docs za suradnju). Nakon što pronađu alat, objašnjavaju zašto odgovara zadatku i dijele ga s ostatkom grupe.

Nakon 30 minuta, svaka grupa predstavlja svoja otkrića cijeloj grupi, a edukator vodi kratku raspravu o prednostima različitih alata za virtualni timski rad.

ZAVRŠNA REFLEKSIJA I ZAKLJUČAK RADIONICE (15 MINUTA)

Plenumska rasprava uz sljedeća pitanja:

- Što ste novo naučili o osmišljavanju timskog rada u virtualnim uvjetima?
- Koja vam je aktivnost ili alat bio najkorisniji za vašu nastavnu praksu?
- Kako planirate primijeniti strategije virtualne suradnje u vlastitom radu?



MATERIJALI

- Flipcharti ili ploča i markeri
- Štoperica ili tajmer
- Samoljepljivi papirići
- Uredaji s pristupom internetu (za istraživanje alata)
- Prezentacijski slajdovi ili tiskani materijali s osnovnim načelima virtualne suradnje



REZULTATI

- Sudionici razumiju temeljna načela osmišljavanja virtualne suradnje i njihovu primjenu u obrazovanju
- Sudionici prepoznaju i koriste digitalne alate koji podržavaju virtualnu suradnju
- Sudionici usvajaju konkretne strategije za poboljšanje timske dinamike, upravljanje ulogama i rješavanje izazova
- Sudionici razmjenjuju savjete i dobre prakse te ih planiraju integrirati u vlastitu nastavu

AKTIVNOST 6



Integracija ključnih digitalnih alata u strukovno obrazovanje

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Upoznati sudionike s osnovnim digitalnim alatima koje koriste virtualni asistenti i profesionalci u radu na daljinu
- Omogućiti praktično iskustvo kroz interaktivne aktivnosti i vršnjačko učenje
- Istražiti načine uključivanja digitalnih alata u nastavu strukovnog obrazovanja kako bi se unaprijedile digitalne kompetencije učenika
- Poticati kritičko promišljanje o izboru digitalnih alata u odnosu na potrebe i kontekst rada

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****ENERGIZER – “PAPIR, ŠKARE, KAMEN” (10 MINUTA)**

Grupa se dijeli u parove, a svaki par igra klasičnu igru Kamen, Škare, Papir (poznajete pravila! Papir pobjeđuje kamen, kamen pobjeđuje škare, a škare pobjeđuju papir).

Caka je u tome da svaki par mora igrati sve dok jedan ne pobijedi drugoga. Pobjednici ostaju na svom mjestu, dok gubitnici prelaze k novom partneru.

Igra se nastavlja s ciljem da se svi što više kreću, ostanu aktivni i komuniciraju s čim više ljudi.

WORLD CAFÉ: ISTRAŽIVANJE DIGITALNIH ALATA (140 MINUTA (4 KRUGA PO 30 MINUTA, S 20 MINUTA PAUZE IZMEĐU))

Sudionici rotiraju između 4 radne stanice, od kojih je svaka posvećena jednom digitalnom alatu relevantnom za rad virtualnih asistenata.

Svakom stanicom upravlja trener ili iskusni sudionik.

Pravila World Café-a:

- Sudionici u malim grupama se kreću od stola do stola
- Svaki krug traje 30 minuta:
- 10 min: Uvod u alat (demonstracija, primjeri, funkcionalnosti)
- 10 min: Praktičan rad na vlastitom uređaju
- 10 min: Grupna rasprava o mogućnostima primjene u strukovnom obrazovanju

Nakon svake runde, sudionici mijenjaju stol i istražuju novi alat

Stol 1: Trello (ili sličan alat za upravljanje projektima)

- **Primjena:** Upravljanje zadacima, projektima, rokovima u timu
- **Aktivnost:** Izraditi Trello ploču za planiranje jednog VET kolegija (zadatci za nastavnike i učenike)
- **Rasprava:** Kako koristiti Trello za organizaciju školskih projekata i aktivnosti učenika?

Stol 2: Canva (ili alat za izradu vizualnog sadržaja)

- **Primjena:** Brza i profesionalna izrada promotivnih materijala, prezentacija, letaka
- **Aktivnost:** Izraditi promotivni letak za VET program
- **Rasprava:** Kako Canva može pomoći učenicima da razviju digitalne i kreativne vještine?

Stol 3: Zoom (ili alat za online sastanke i obuke)

- **Primjena:** Videokonferencije, podjela u sobe, dijeljenje ekrana, snimanje sesija
- **Aktivnost:** Organizirati mini online trening s breakout sobama
- **Rasprava:** Kako Zoom koristiti za učenje na daljinu i aktivaciju učenika?

Stol 4: Miro (ili alat za vizualnu suradnju i brainstormanje)

- **Primjena:** Planiranje, zajedničko kreiranje, idejne mape, interaktivni rad
- **Aktivnost:** Izraditi umnu mapu za jedan nastavni sat ili virtualnu ploču za brainstormanje
- **Rasprava:** Kako Miro koristiti za timski rad i uključivanje učenika u proces učenja?

ZAVRŠNA REFLEKSIJA I ZAKLJUČAK (30 MINUTA)

Povratak u plenum, gdje trener vodi refleksiju uz sljedeća pitanja:

- Koji vam je alat bio najkorisniji za rad s učenicima u strukovnom obrazovanju i zašto?
- Koji su mogući izazovi pri integraciji digitalnih alata u nastavu?
- Kako možemo osigurati da alati unapređuju učenje, a ne ometaju ga?
- Koji je vaš prvi sljedeći korak za implementaciju ovih alata u vaš rad?



MATERIJALI

- Flipcharti / ploča i markeri
- Tajmer ili štoperica
- Samoljepljivi papirići
- Uređaji s pristupom internetu (za rad s alatima)
- Tiskani materijali ili slajdovi s uputama i principima primjene digitalnih alata



REZULTATI

- Sudionici razumiju funkcionalnosti i prednosti osnovnih digitalnih alata
- Sudionici su osposobljeni za integraciju digitalnih alata u svoj nastavni rad
- Sudionici razvijaju kritički pristup pri odabiru alata ovisno o nastavnom cilju
- Sudionici dobivaju konkretne ideje i primjere za primjenu digitalnih alata u radu s učenicima



02

Razvoj i vođenje poslovanja virtualne asistencije

Drugo poglavlje osnažuje nastavnike u strukovnom obrazovanju alatima i metodama koje su im potrebne kako bi mogli voditi učenike kroz konkretan proces pokretanja i upravljanja poslovanjem virtualne asistencije. Nadovezujući se na temeljna znanja iz prvog poglavlja, ovaj dio prelazi s razine „razumijevanja“ na razinu „praktične primjene“. Kroz praktičan i na učenika usmjeren pristup, edukatori će istražiti načine na koje mogu podržati mlade u razvoju održivih poslovnih ideja, provedbi istraživanja tržišta i pretvaranju dobivenih uvida u strukturirane poslovne modele. Poglavlje također obrađuje pravne, financijske i administrativne aspekte poslovanja koji često djeluju zastrašujuće, no ovdje su razrađeni u pristupačne i zanimljive obrazovne aktivnosti. U ovom se poglavlju predstavljaju i osobni branding te marketing kao ključni elementi za izgradnju online prisutnosti, a naglasak je stavljen i na pronalaženje klijenata i isporuku usluga – stvarne poduzetničke vještine koje su nužne za uspjeh. Poglavlje je osmišljeno kako bi podržalo i buduće freelancere i edukatore koji su novi u području poslovnog obrazovanja, pružajući im znanja i alate kako bi učenicima pomogli pretvoriti apstraktne ideje u konkretne korake prema samozapošljavanju.

AKTIVNOST 1



Vođenje polaznika kroz generiranje i razradu digitalnih poslovnih ideja

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Predstaviti kreativne i inkluzivne metode za osmišljavanje poslovnih ideja u području virtualne asistencije.
- Podržati edukatore u prepoznavanju i povezivanju interesa, snaga i mogućnosti učenika s VA sektorom.
- Istražiti učinkovite alate za facilitaciju selekcije i razrade ideja u individualnim i grupnim okruženjima.
- Stvoriti sigurno i poticajno okruženje za brainstormanje, testiranje i oblikovanje realnih i relevantnih poslovnih koncepata.
- Potaknuti međusobnu razmjenu i iterativni način razmišljanja u procesu razvoja poduzetničkih ideja.

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****ENERGIZER – KREATIVNA LANČANA REAKCIJA (15 MINUTA)**

Sudionici stoje u krugu. Prva osoba izgovori neki zvuk (pljesak, zvižduk, riječ...), a sljedeća osoba nadograđuje niz novim zvukom. Cilj je stvoriti jedinstvenu zvučnu sekvencu.

Svrha ove aktivnosti je potaknuti kreativnost i povezivanje unutar grupe.

MOJE DIGITALNE VJEŠTINE – PREPOZNAVANJE I DIJELJENJE (45 MINUTA)

Edukator raspoređuje kartice po podu s pojmovima koji predstavljaju različite uloge, vještine, alate, interese, vrijednosti i virtualne usluge (npr. „organizator“, „video montaža“, „kreativnost“, „Canva“, „putovanja“ itd.).

Zadatak za sudionike: Odaberi 5 kartica koje najbolje opisuju njihove vještine, alate koje znaju koristiti, interese itd. Zatim se povezuju u parove ili male grupe i odgovaraju na:

- Koje vještine mi najviše prijaju?
- Koje želim dodatno razviti?
- Koje bih usluge/projekte mogao/la izgraditi iz ovih elemenata?

Edukator vodi plenarnu refleksiju i bilježi zajedničke teme. (*Potrebno unaprijed isprintati kartice prema sljedećim kategorijama – po 10 pojmova svaka:*)

U nastavku se nalaze ključne teme unutar svakog od 5 područja, koje se mogu koristiti za izradu kartica.

Virtualne usluge (10 kartica) – ideje: Planiranje objava na društvenim mrežama, podrška za online tečajeve, pisanje blogova, izrada infografika, postavljanje chatbot podrške za korisnike, rezervacija putovanja i sastanaka, podrška za Etsy ili online trgovine, podrška za YouTube sadržaj, moderiranje online zajednica, uređivanje i formatiranje životopisa/CV-a.

Uloge (10 kartica) – ideje: Organizator, kreativni mislilac, tehnički potkovani izvršitelj, rješavatelj problema, komunikator, planer usmjeren na detalje, vizualni pripovjedač, empatični slušatelj, samoinicijativni djelatnik, graditelj mreža.

Vještine (10 kartica) – ideje: Pisanje i uređivanje, grafički dizajn, upravljanje društvenim mrežama, unos podataka, upravljanje e-mailom i kalendarom, istraživanje i analiza, prevođenje, korisnička podrška, upravljanje tablicama, uređivanje zvuka i videa.

Alati (10 kartica) – ideje: Canva, Trello, Google Workspace, Zoom, WordPress, Slack, Notion, ChatGPT, Mailchimp, Miro.

Interesi (10 kartica) – ideje: Zdravlje i dobrobit, moda i stil, gaming, okoliš i održivost, osobni razvoj, putovanja, umjetnost i dizajn, tehnologija, obrazovanje i podučavanje, društveni aktivizam.

Vrijednosti (10 kartica) – ideje: Sloboda i fleksibilnost, kontinuirano učenje, kreativnost, pomaganje drugima, održivost, integritet, inkluzivnost, znatiželja, preciznost, inovacija.

BINGO ZA POSLOVNE IDEJE (45 MINUTA)

Sudionici dobivaju tiskani **Bingo listić** s poslovno-tematskim upitima u svakom polju. Zadatak je ispuniti cijeli listić – ali mogu dobiti najviše 2 odgovora od iste osobe.

Prvi sudionik koji ispuni cijeli listić osvaja malu nagradu. Nakon toga ostali mogu nastaviti igru dok se ne ispuni i drugo, treće, itd. mjesto – ili dok svi ne završe. Na kraju, svaki sudionik odabire 2–3 zanimljive ideje koje dijeli s grupom. Edukator zapisuje ponavljajuće ideje na flipchart.

ANALIZA IDEJA I POSTOJEĆIH RJEŠENJA (25 MINUTA)

Sudionici uzimaju jednu ideju iz Bingo aktivnosti i imaju 3–5 minuta da putem interneta pronađu slično rješenje/uslugu.

Trebaju zapisati:

1. Što mi se sviđa kod tog rješenja?
2. Što bih ja napravio/la drugačije?
3. Postoji li prostor za moju verziju?

Slijedi kratka razmjena dojmova u plenumu.

BRZI SPOJ IDEJA (SPEED DATING) (35 MINUTA)

Sudionici se podijele u dvije linije koje stoje jedna nasuprot druge. Jedan red predstavlja svoju poslovnu ideju, a drugi daje povratnu informaciju:

- „Sviđa mi se dio gdje...”
- „Mogao/la bi poboljšati...”
- „Jesi li razmislio/la o tome da ciljaš na...?”

Nakon 3 minute jedan red rotira. Vježba se ponavlja 3–4 puta, kako bi svaka ideja dobila više mišljenja. Edukator pita nakon vježbe:

1. Koja povratna informacija vam je bila najkorisnija?
2. Je li se vaša ideja razvila ili promijenila tijekom vježbe?

Po potrebi se mogu koristiti nove ideje ili one razvijene kroz Bingo.

ZAVRŠNA REFLEKSIJA I ZAKLJUČAK (15 MINUTA)

Plenumska rasprava uz vođenje edukatora:

1. Koji uvid ste dobili o vlastitim potencijalnim poslovnim idejama?
2. Što vam je bilo najizazovnije tijekom procesa generiranja ideja?
3. Koju biste vježbu koristili sa svojim učenicima?
4. Što učenicima može pomoći da steknu više samopouzdanja u istraživanju svojih ideja? Kako ih dodatno podržati?



MATERIJALI

- Pripremljene i isprintane kartice za aktivnost „Moje digitalne vještine”
- Tiskani Bingo listići
- Samoljepljivi papirići, markeri, flipcharti
- Olovke za sve sudionike
- Pristup internetu (mobiteli/laptopi)
- Tajmer ili zvonice za Speed Dating – opcionalno



REZULTATI

- Edukatori stječu kreativne alate za poticanje osmišljavanja poslovnih ideja kod učenika
- Sudionici doživljavaju prednosti povratne informacije među vršnjacima i jednostavne metode validacije ideja
- Radionica demonstrira kako se kreativne metode mogu koristiti za osnaživanje nezaposlene mladeži i poticanje njihove proaktivnosti

BINGO KARTICA – POSLOVNE IDEJE

Proizvod za freelancere	Nešto što bi prodavao/la online	Ideja koja koristi samo mobitel	Usluga koju bi mogao/la automatizirati	Inspirirano osobnim frustracijama
Nešto ekološki prihvatljivo	Nična usluga za roditelje	Alat za digitalne nomade	Ideja koja uključuje Canvu	Inspirirano tvojom omiljenom aplikacijom
Posao za tvoju lokalnu zajednicu	Nešto što možeš poučavati	Pomaže u upravljanju vremenom	Usluga koju bi mogle trebati udruge	Temeljeno na čestom zadatku na društvenim mrežama
Proizvod za kreatore sadržaja	Ideja s modelom pretplate	Uslužni posao koji vodi jedna osoba	Nešto što koristi umjetnu inteligenciju	Usluga za starije osobe
Zadatak virtualnog asistenta koji voliš	Ideja temeljena na tvom hobiju	Rješenje za digitalni nered	Usluga za osobe koje uče jezike	Nešto što možeš nuditi globalno

UPUTE ZA SUDIONIKE:

- U svako polje napiši naziv ideje i ime osobe od koje si je dobio/la.
- Pokušaj ispuniti što više polja relevantnim idejama koje dolaze od drugih sudionika u grupi.
- Jedna osoba ti može dati najviše 2 ideje.
- Radi u paru ili trojki kako biste zajedno brainstormali.
- Prva osoba koja ispuni sva polja – osvaja nagradu.
- Na kraju odaberi 2–3 najdraže ideje i podijeli ih s grupom.

AKTIVNOST 2



Uvod u istraživanje tržišta i analize potreba za učenike strukovnog obrazovanja

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Uvesti pojmove istraživanja tržišta i analize potreba na pristupačan i praktičan način
- Osnažiti edukatore participativnim metodama za poučavanje učenika strukovnog obrazovanja kako razumjeti ciljnu skupinu
- Istražiti kako se podaci mogu prikupljati i interpretirati pomoću jednostavnih alata
- Razviti sigurnost u korištenje uvida s tržišta za oblikovanje poslovnih ideja i usluga u području virtualne asistencije
- Promicati kreativne, inkluzivne i etične pristupe razumijevanju potreba korisnika

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****ENERGIZER: TKO JE MOJ IDEALNI KORISNIK? (15 MINUTA)**

Sudionici na samoljepljivom papiriću napišu izmišljenu uslugu koju bi mogli nuditi kao virtualni asistent (npr. „Radim Canva dizajne za male poduzetnike“).

Zatim se kreću po prostoru u potrazi za osobom koja bi mogla biti njihov „idealni korisnik“. Kada je pronađu, predstavljaju svoju uslugu u formi kratkog pitcha (1 minuta).

Eduktor zatim postavlja pitanja za refleksiju:

- Je li bilo teško pronaći odgovarajućeg korisnika?
- Koja pitanja su ljudi postavljali?
- Kako su se usluge koje ste nudili povezivale s onima koje ste vi tražili?

KRATKI UVOD: ŠTO JE ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA I ZAŠTO JE VAŽNO (15 MINUTA)

Edukator koristi vizualni flipchart za kratak pregled:

- Što je istraživanje tržišta?
- Što je analiza potreba?
- Primarno vs. sekundarno istraživanje
- Kako tržišni uvidi pomažu oblikovanju usluga
- Primjeri iz stvarnog života virtualnih asistenata (2–3 slučaja)

SIMULACIJA: TAJANSTVENI KLIJENT (45 MINUTA)

Sudionici se dijele u grupe (3–4 osobe).

Svaka grupa dobiva omoćnicu ili papir s opisom „tajanstvenog klijenta“ koji uključuje:

- Tip poduzeća ili udruge
- Dob, ciljevi, frustracije
- Što traže od virtualnog asistenta
- Kratku poruku ili e-mail primjer

Zadatak:

- Osmisliti što još žele saznati o klijentu
- Formulirati pitanja za intervju
- Mapirati ključne potrebe (administrativne, kreativne, usmjerene na klijente itd.)

30 minuta za grupni rad, zatim 15 minuta za prezentacije.

Napomena: Edukator mora unaprijed pripremiti realistične profile klijenata u skladu s ciljanom skupinom edukatora.

BRZA VJEŽBA ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA (45 MINUTA)

Edukator priprema jednostavnu anketu s 3 pitanja (digitalnu ili papirnatu), npr.: „Koju biste uslugu najradije outsourcali kao samostalni poduzetnik?“

Sudionici se dijele u parove/trojke i prikupljaju 5–10 odgovora:

- od prolaznika (ako je moguće)
- od drugih sudionika koji se pretvaraju da su ciljani korisnici
- putem WhatsApp/Telegram grupe ili Google obrasca

Zatim predstavljaju:

- Jedno iznenađujuće otkriće
- Jednu stvar koju bi sljedeći put napravili drugačije
- Kako bi iskoristili te informacije za oblikovanje usluge

Na kraju edukator daje savjete kako interpretirati rezultate i prikazati osnovne nalaze (npr. pie chart, top 3 potrebe klijenata).

EMPATIJSKA MAPA MOGUĆIH KORISNIKA (45 MINUTA)

Sudionici se dijele u 3–4 manje grupe. Svaka grupa odabire osobu ciljanog korisnika (npr. trener, udruga, Etsy prodavač, zaposleni roditelj). Na velikom papiru crtaju **empatijsku mapu** s četiri kvadranta:

1. Što vide?
2. Što govore i rade?
3. Što čuju?
4. Što misle i osjećaju?

Opcionalno: „Što ih frustrira?“ i „U čemu trebaju pomoć?“

Grupa zaključuje što njihova osoba zapravo treba od virtualnog asistenta.

REFLEKSIJA I ZAKLJUČAK (15 MINUTA)

Plenumska rasprava uz pitanja:

1. Što vas je iznenadilo u vezi razlike između onoga što ljudi misle i što kažu da trebaju?
2. Kako možete pomoći učenicima da postanu empatični istraživači?
3. Koje niskobudžetne alate ili metode mogu koristiti učenici za početak istraživanja tržišta?
4. Što iz ove radionice planirate primijeniti u svom obrazovnom radu?



MATERIJALI

- Pripremljene i isprintane kartice/opisi tajanstvenih klijenata
- Flipchart papiri, markeri, samoljepljivi papirići
- Pristup internetu (opcionalno – za anketne alate)



REZULTATI

- Edukatori razumiju i mogu objasniti osnovne pojmove istraživanja tržišta i analize potreba
- Sudionici istražuju nove, iskustvene alate kako bi istraživanje učinili zanimljivijim za učenike
- Sudionici jačaju samopouzdanje u facilitiranju istraživanja temeljenog na empatiji među mladima

AKTIVNOST 3



Podrška učenicima u izradi osnovnog poslovnog plana

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Podržati edukatore u vođenju učenika strukovnog obrazovanja kroz proces pretvaranja poslovnih ideja u strukturirane modele
- Upoznati sudionike s alatom Business Model Canvas kao praktičnim sredstvom za planiranje digitalnih uslužnih djelatnosti
- Potaknuti zajednički razvoj ideja i međusobno davanje povratne informacije pomoću metoda neformalnog učenja
- Ojačati samopouzdanje edukatora u mentoriranju mladih u osnovama poduzetničkog planiranja

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****Energizer: "Banana pitch" – Prodaj mi to! (15 minuta)**

Eduktor poziva sudionike da se podijele u parove. Svaki sudionik dobiva nasumični svakodnevni predmet (stvaran ili izmišljen – npr. banana, spajalica, vezica za cipele). Zadatak: U 1 minuti prodati taj predmet partneru tako da zvuči kao najbolji proizvod na svijetu.

Refleksija:

- Koje ste strategije koristili da nešto obično učinite zanimljivim?
- Kako možemo potaknuti kreativnost kod učenika dok prezentiraju ideje?

Ova vježba uvodi ključne elemente planiranja: jasnoću, kreativnost i razumijevanje vrijednosti.

BRAINSTORMING POSLOVNIH IDEJA ZA VIRTUALNE ASISTENTE (20 MINUTA)

Sudionici samostalno osmišljavaju 1–3 ideje za digitalne usluge koje bi učenici mogli razviti kao virtualni asistenti, razmišljajući o:

- Svojim postojećim vještinama
- Potrebama stvarnih klijenata (npr. NGO, samostalni poduzetnici, online kreatori)
- Trenutnim trendovima u freelancingu

Zatim dijele ideje u malim grupama i zajedno uočavaju zajedničke teme.

FORMIRANJE GRUPA PREMA TEMAMA (10 MINUTA)

Sudionici se okupljaju u grupe prema sličnosti ideja ili tipovima usluga. Preporučene kategorije:

- Podrška društvenim mrežama / sadržaju
- Administrativne i organizacijske usluge
- Kreativne i dizajnerske usluge
- Tehnička pomoć i automatizacija
- Edukacija / podrška zajednici

U slučaju jedinstvenih ideja, sudionici mogu raditi i individualno.

IZRADA POSLOVNOG PLANA POMOĆU BUSINESS MODEL CANVASA (85 MINUTA)

Edukator uvodi alat **Business Model Canvas** kroz kratko objašnjenje (10 minuta) i dijeli primjer (digitalni ili tiskani).

Primjer alata: [Canva Business Model Canvas](#)

Zatim grupe ispunjavaju vlastiti Canvas na temelju svoje ideje.

Edukator obilazi grupe, pomaže u razumijevanju pojmova i vodi refleksiju.

PREZENTACIJE POSLOVNIH MODELA I MEĐUSOBNA POVRATNA INFORMACIJA (35 MINUTA)

Svaka grupa predstavlja svoj poslovni model u 3–4 minute. Ostatak grupe daje povratne informacije pomoću **sendvič metode**:

- Nešto pozitivno
- Jedna konstruktivna sugestija
- Još jedan pozitivan komentar

Edukator moderira proces kako bi svaka grupa dobila povratne informacije od najmanje dvije druge grupe.

REFLEKSIJA I ZAKLJUČNO PROMIŠLJANJE (15 MINUTA)

Plenumska diskusija uz sljedeća pitanja:

1. Koji dio procesa planiranja je bilo najlakše/najteže objasniti ili voditi?
2. Kako možemo pojednostaviti Canvas za početnike?
3. Kako ovaj alat prilagoditi učenicima različitih pozadina, vještina i ciljeva?
4. Koji bi alati ili podrška olakšali provedbu u vašem lokalnom kontekstu?
5. Kako planirate koristiti ovaj alat s učenicima?



MATERIJALI

- Tiskani ili digitalni predlošci za Business Model Canvas: <https://www.canva.com/graphs/business-model-canvas/>
- Flipchart papiri, samoljepljivi papirići, markeri
- Laptopi/tableti za rad u Canvi ili online suradnju (opcionalno)



REZULTATI

- Edukatori postaju sigurni u predstavljanju i korištenju Business Model Canvasa
- Sudionici zajedno kreiraju konkretne i realne poslovne modele
- Edukatori usvajaju praktične strategije za strukturiranje poduzetničkih radionica vođenih od strane učenika

AKTIVNOST 4



Demistificiranje pravnih, finansijskih i regulatornih tema



TRAJANJE

180 minuta



CILJEVI AKTIVNOSTI

- Povećati razumijevanje osnovnih pravnih, finansijskih i regulatornih pojmova kod edukatora.
- Osnažiti sudionike da ove teme prenesu učenicima na jednostavan i pristupačan način.
- Podijeliti kreativne i praktične strategije za uključivanje GDPR-a, ugovora i budžetiranja u strukovno obrazovanje.



TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)

ENERGIZER – "UBOJITI TREPTAJ" (15 MINUTA)

Jedan sudionik u tajnosti postaje "ubojica" koji može "ubiti" druge treptajem. Svi hodaju prostorijom i uspostavljaju kontakt očima. Tko dobije treptaj – pada mrtav. Grupa pokušava pogoditi tko je ubojica.

UVODNA AKTIVNOST – SORTIRANJE POJMOVA (30 MINUTA)

Sudionici u malim grupama dobivaju kartice s stručnim pojmovima (npr. "kontrolor podataka", "profit i gubitak"). Sortiraju ih u tri skupine:

- Dobro poznajem
- Nisam siguran
- Nemam pojma

Za 3–4 pojma iz “nepoznate” skupine kreiraju jednostavne definicije prilagođene učenicima, te ih dijele s ostalima u plenumu. Edukator vodi kratku diskusiju.

Primjeri pojmova:

- **Pravni pojmovi:** GDPR, privola, osobni podaci, kontrolor podataka, pravila privatnosti, autorska prava, uvjeti ugovora, odgovornost, NDA
- **Financijski pojmovi:** Budžet, prihodi, troškovi, fiksni/promjenjivi troškovi, novčani tijek, faktura, financijska prognoza, porez, PDV
- **Pojmovi iz usklađenosti i radnih odnosa:** Usklađenost, procjena rizika, kodeks ponašanja, sukob interesa, sigurnost na radu, jednaka prava, diskriminacija, uznemiravanje, radni ugovor, probni rok

TRI KUTA UČIONICE (45 MINUTA)

Edukator postavlja 3 “tematske stanice”:

1. GDPR u stvarnom životu
2. Budžetiranje školskih projekata
3. Razumijevanje ugovora za mlade

Sudionici čitaju uvod i osmišljavaju kako temu prenijeti učenicima. Svaka grupa zapisuje jedan izazov i jednu nastavnu ideju. Nakon 10 minuta, rotiraju se. Netko ostaje i prenosi što je prethodna grupa raspravila.

Na kraju svaka grupa predstavlja zaključke sa svoje početne stanice.

OD TEORIJE DO PRAKSE (70 MINUTA)

Sudionici u grupama biraju jednu temu (npr. GDPR, budžetiranje, ugovori, radna prava) i osmišljavaju kratku interaktivnu aktivnost (10–15 minuta) kojom bi se učenicima ta tema približila.

Potaknuti su da koriste:

- Igre
- Vježbe u parovima
- Storytelling
- Vizuale
- Usporedbe/metafore

Edukator pomaže savjetima i nudi okvire poput „Objasni – Istraži – Reflektiraj”.

Zatim se grupe uparuju, predstavljaju jedna drugoj svoje ideje i daju povratne informacije vezane uz jasnoću, zanimljivost i prilagodljivost metode.

REFLEKSIJA I ZAKLJUČAK (20 MINUTA)

Diskusija u plenumu uz pitanja:

- Koji pojam sada bolje razumijete i možete lakše objasniti?
- Koju metodu ćete isprobati u sljedećoj nastavi?
- Što ove teme čini pristupačnijima i zanimljivijima za učenike?



MATERIJALI

- Papir za flipchart i markeri
- Gotove kartice s pojmovima (GDPR, financijski i pojmovi vezani uz usklađenost)
- Samoljepljivi papirići u 3 boje
- Štoperica, projektor, zvučnici
- Natpisi i upute za tri tematska kutka učionice



REZULTATI

- Sudionici mogu objasniti osnovne pravne, financijske i regulatorne pojmove jednostavnim jezikom
- Sudionici prepoznaju izazove koje učenici često imaju s ovim temama
- Sudionici znaju koristiti pristupe prilagođene učenicima za poučavanje GDPR-a, ugovora i budžetiranja
- Sudionici su spremni u svoje nastavne planove uključiti kreativne i pristupačne strategije

AKTIVNOST 5



Pomoć polaznicima u izgradnji osobnog brenda i marketinškog pristupa



TRAJANJE

180 minuta



CILJEVI AKTIVNOSTI

- Razumjeti ključne komponente osobnog brendiranja za učenike.
- Istražiti kreativne i na učenike usmjerene načine za razvoj identiteta brenda.
- Naučiti kako podržati učenike u izradi jednostavnih i autentičnih marketinških materijala (npr. biografije, profili na društvenim mrežama, životopisi).
- Prakticirati alate za definiranje osobnog glasa, vrijednosti i jedinstvenosti.



TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)

ENERGIZER – "PLES NA PAPIRU" (15 MINUTA)

Sudionici se uparuju i dobivaju list papira ili komad tkanine. Plešu dok edukator pušta glazbu ili plješće.

Kad glazba stane, moraju stati na papir/tkaninu.

Svaki put kad glazba ponovno krene i zaustavi se, papir se preklapa na pola.

Ispadaju oni parovi kojima dio tijela dodiruje pod. Pobjednički par ostaje posljednji.

ŠTO JE OSOBNI BREND? (20 MINUTA)

Edukator postavlja pitanje: "Na što pomislite kada čujete riječ brend?" Odgovori se bilježe na flipchart.

Nakon toga, fokus se prebacuje na osobni brend: Što ga čini? (osobnost, prisutnost na mreži, stil komunikacije, vrijednosti...).

Mini izlaganje objašnjava da osobni brend predstavlja način na koji nas drugi doživljavaju.

KOGA PODUČAVAMO? – IZRADA PERSONA (50 MINUTA)

Grupe dobivaju karticu s profilom učenika (npr. 17-godišnji umjetnik, 22-godišnji IT tražitelj posla...).

Na flipchartu odgovaraju na:

- Koje su njihove snage?
- Koje su im vrijednosti i interesi?
- Tko im je publika (poslodavci, klijenti...)?
- Koji ton/stil im odgovara?

Svaka grupa izrađuje osnovni brend-profil svog učenika i predstavlja ga u plenumu.

OSOBNI BREND I MARKETING – ROTIRAJUĆI POSTERI (70 MINUTA)

Postavljaju se 4 postaje:

1. **Elevator pitch** – kratka verbalna prezentacija osobe (30 sek – 1 min)
2. **Biografija za CV/portfolio** – pisani sažetak profesionalnog identiteta
3. **Instagram/TikTok bio** – kreativna, kratka biografija
4. **Logo ili vizualna moodboard** – vizualni prikaz osobnog brenda

Sudionici rade u grupama i rotiraju po postajama, izrađujući sadržaj prema prethodnim personama.

Na kraju slijedi **galerijska šetnja** – grupe pregledavaju radove drugih i ostavljaju povratne informacije putem samoljepljivih papirića.

REFLEKSIJA I ZAKLJUČENJE SESIJE (25 MINUTA)

Sudionici pojedinačno pišu 3 ideje kako će pomoći učenicima u brendiranju.

Dijele ih u manjim grupama.

Završna pitanja:

- Koje nove alate ili ideje nosite sa sobom?
- Kako brendiranje može pomoći učenicima i izvan konteksta zapošljavanja?
- Koju jednostavnu vježbu možete već sada uključiti u svoj nastavni plan?



MATERIJALI

- A4 papiri, olovke, markeri
- Ispisane kartice s upitima za izradu persona
- Flipchart papiri i samoljepljivi papirići
- Štoperica ili tajmer za rotacije
- Pristup digitalnim uređajima (opcionalno za završni zadatak)
- Male isprintane kartice s primjerima biografija za društvene mreže, dijelovima životopisa, naslovima i sl.



REZULTATI

- Sudionici mogu pomoći učenicima da identificiraju i jasno izraze elemente svog osobnog brenda.
- Sudionici mogu provoditi kreativne vježbe koje pomažu u definiranju učenikovih snaga, vrijednosti i ciljne publike.
- Sudionici mogu pružiti smjernice za izradu jednostavnih marketinških sadržaja poput biografija, kratkih predstavljanja (elevator pitch) ili prisutnosti na društvenim mrežama.
- Sudionici mogu prilagoditi proces osobnog brendiranja različitim profilima učenika i strukovnim kontekstima.

AKTIVNOST 6



Trening polaznika u privlačenju klijenata i pružanju usluga

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Razumjeti temeljna načela privlačenja klijenata i pružanja usluga.
- Olakšati rasprave o tome kako učinkovito privući klijente i isporučiti usluge.
- Podučiti pisanje ponuda i procese uvođenja klijenta na jednostavan način, prilagođen početnicima.
- Razvijati komunikacijske vještine za interakciju s klijentima.

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****ENERGIZER – “PANTOMIMA LAŽI” (15 MINUTA)**

Sudionici stoje u krugu. Trener započinje pantomimom neke radnje. Osoba desno pita: „Što radiš?” – trener odgovori s nečim potpuno drugačijim (npr. glumi da pliva, a kaže „Perem kosu”).

Ta osoba sada mora pantomimom prikazati „pranje kose”, dok govori nešto drugo, i tako u krug. Vježba potiče kreativnost i Panji.

RAZUMIJEVANJE PRIVLAČENJA KLIJENATA I ISPORUKE USLUGA (20 MINUTA)

Grupna diskusija uz sljedeća pitanja:

- Kako trenutno dolazite do klijenata?
- S kojim se izazovima susrećete kod uvođenja novih klijenata?
- Kako osiguravate kvalitetnu isporuku usluge i dugoročan odnos?

Mini predavanje trenera:

- Definiranje ciljne skupine
- Izgradnja povjerenja i odnosa
- Kanali komunikacije
- Zadovoljstvo korisnika

PISANJE PONUDE (40 MINUTA)

Sudionici u parovima ispunjavaju predložak ponude koji uključuje: uvod, opis usluge, cijene i rokove.

Zatim zamjenjuju ponude s drugim parom i daju međusobne povratne informacije.

Fokus je na:

- Jasnoći i strukturi
- Prikladnosti usluga i cijena
- Profesionalnosti

SIMULACIJA UVOĐENJA KLIJENTA (50 MINUTA)

U malim grupama, sudionici dobivaju ulogu klijenta i pružatelja usluge.

Ostali promatraju. Uslužni dio uključuje:

- Objašnjenje usluga
- Postavljanje očekivanja
- Postavljanje pitanja
- Razgovor o rokovima i rezultatima

Nakon simulacije – povratne informacije grupe i trenera.

AKTIVNO SLUŠANJE I DAVANJE POVRATNE INFORMACIJE (40 MINUTA)

Korištenje metode "fishbowl diskusije".

Teme za razgovor:

- Aktivno slušanje
- Otvorena pitanja
- Kako davati i primati konstruktivne povratne informacije

Završna refleksija:

- Koje strategije najbolje grade povjerenje?
- Kako ih prenijeti učenicima?

REFLEKSIJA I ZAKLJUČAK (15 MINUTA)

Pisana refleksija sudionika uz pitanja:

- Koje strategije privlačenja klijenata želite prenijeti učenicima?
- Koje metode uvođenja klijenata su najkorisnije?
- Kako ćete integrirati komunikacijske vještine u svoju praksu?

Nakon toga – razmjena u paru ili malim grupama.



MATERIJALI

- Papiri za flipchart ili bijela ploča i markeri
- Ispisani predlošci za pisanje ponuda
- Ljepljive bilješke (sticky notes) i kemijske olovke



REZULTATI

- Sudionici razumiju ključne tehnike za privlačenje klijenata, uključujući umrežavanje i pisanje ponuda
- Edukatori usvajaju strategije za poučavanje komunikacije s klijentima i procesa uvođenja u VET okruženju
- Sudionici unapređuju svoje vještine aktivnog slušanja, davanja povratnih informacija i profesionalne komunikacije s klijentima
- Edukatori su osposobljeni za podučavanje početnika učinkovitim metodama komunikacije i pružanja usluga



03

Rast, inovacije i održivost

U ovom završnom poglavlju fokus se preusmjerava s početne faze poslovanja na osnaživanje učenika da razmišljaju o rastu, prilagodbi i dugoročnoj održivosti svojih virtualnih asistentskih poduzeća. Ove radionice pružaju nastavnicima strukovnog obrazovanja alate za vođenje naprednijih učenika kroz ključne teme poput širenja poslovanja, praćenja inovacija, etičkog poduzetništva, marketinške strategije, financijskog planiranja i osobnog razvoja na duže staze. Kroz praktične i usmjerene aktivnosti, edukatori istražuju kako pomoći učenicima da odgovore na nove trendove poput umjetne inteligencije i automatizacije, donose informirane poslovne odluke i izgrade etične i otporne slobodne karijere. Poglavlje podržava edukatore u uključivanju i "tvrdih" i "mekih" vještina – od digitalnog marketinga i budžetiranja do cjeloživotnog učenja i samorefleksije – osiguravajući da obrazovanje za poduzetništvo ostane ne samo relevantno, već i održivo i vrijednosno usmjereno. Svaka radionica u ovom poglavlju promiče ravnotežu između rasta i odgovornosti, omogućujući učenicima da grade poslovanja koja su prilagodljiva, etična i osobno značajna.

AKTIVNOST 1



Poučavanje učenika kako skalirati posao virtualnog asistenta

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Upoznati edukatore strukovnog obrazovanja s konceptom skaliranja poslovanja u području virtualne asistencije.
- Istražiti realne i raznolike putove rasta za samostalne virtualne asistente, uključujući delegiranje, zapošljavanje i razvoj agencijskog modela.
- Podržati edukatore u pomaganju naprednim učenicima da zamisle održive i skalabilne modele usluga.
- Opremljeni edukatori alatima za vođenje refleksije o osobnim ciljevima rasta, izgradnji tima i upravljanju vremenom i vrijednostima.

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****ENERGISER – PRIJEDLOG GRUPE (10 MINUTES)**

Za početak sesije, trener nudi grupi da predloži jedan ili dva energizera koje će koristiti na početku aktivnosti.

OD SAMOSTALNOG RADA DO SKALIRANJA (40 MINUTA)

Eduktor kreira veliku vremensku crtu u prostoriji pod nazivom „Put rasta virtualnog asistenta”.

Na označenim točkama (Početak → Izgradnja vještina → Prvi klijenti → Potpuna popunjenost → Delegiranje → Agencijski model), sudionici rotiraju i promišljaju:

- Što se događa u ovoj fazi?
- Koji su novi izazovi?
- Kakva podrška je potrebna virtualnom asistentu?

Svaka grupa ima 5 minuta na svakoj od 6 stanica, gdje bilježe ključne riječi na flipchart papire.

Nakon obilaska svih faza, trener vodi zajedničko sažimanje uz konkretne primjere iz prakse i studije slučaja.

OKRUGLI STOLOVI: PUTOVI SKALIRANJA (90 MINUTA)

Sudionici se dijele u tri grupe i rotiraju kroz tri „stručna stola” s izmišljenim mini-studijama slučaja:

1. **Outsourcing zadataka** – Kada i kako delegirati zadatke (npr. zapošljavanje dizajnera ili copywritera)
2. **Stvaranje VA tima** – Prelazak iz solo rada u timsku koordinaciju
3. **Razvoj agencije** – Upravljanje višestrukim klijentima kroz strukturirani tim

Svaki stol uključuje:

- Kratki scenarij s ciljevima i izazovima
- Vodeća pitanja za raspravu (npr. Koje su prednosti i mane? Što može poći po zlu? Kako to objasniti učenicima?)
- Flipchart za zapisivanje ključnih uvida

Nakon rotacije po svim stolovima, sudionici se vraćaju u plenarnu dvoranu gdje trener vodi završnu raspravu.

Dijele se različiti pristupi i uvidi u 3 scenarija.

Za svaku rotaciju predviđeno je 25 minuta, a 15 minuta za prezentaciju i plenarnu diskusiju.

POSTAVLJANJE PRIORITETA I SKALIRANJE (30 MINUTA)

Sudionici su ponovno podijeljeni u tri grupe.

Svaka grupa dobiva poslovni scenarij preopterećenog virtualnog asistenta i 12 kartica s odlukama o rastu:

1. Povećati cijene
2. Zaposliti pomoć za administrativne zadatke
3. Otpustiti jednog klijenta
4. Automatizirati odgovore na e-maileve
5. Uložiti u softver
6. Napraviti web stranicu
7. Kreirati digitalni proizvod
8. Zaposliti mentora
9. Ponuditi online tečaj
10. Suradnja s drugim VA
11. Uzeti pauzu
12. Odbiti novi posao

Svaka grupa treba raspraviti i odabrati 5 najboljih strategija za održivo skaliranje.

Moraju opravdati svoj izbor uzimajući u obzir vrijeme, novac, vrijednosti i ciljeve.

Nakon 20 minuta koje imaju za dogovor oko najboljeg pristupa, grupe predstavljaju i raspravljaju o svom stajalištu u vezi s najboljim rješenjem za svoj konkretni scenarij. Ovaj korak završava zajedničkim osvrtom (debriefingom).

Scenarij 1: Preopterećena multitaskerica

Lina je samostalna virtualna asistentica koja puno radno vrijeme radi s 3 klijenta na poslovima zakazivanja objava na društvenim mrežama, upravljanja e-poštom i korisničke podrške. Zarađuje dovoljno, ali radi više od 50 sati tjedno, preskače vikende i osjeća se iscrpljeno. Voli svoje klijente, ali zna da nešto mora promijeniti.

Scenarij 2: Ambiciozni planer

David je tehnički potkovan VA koji radi s 3 klijenta iz područja e-trgovine. U potpunosti je zauzet i uživa u poslu – ali je ambiciozan. Želi profesionalno napredovati, više zarađivati i jednog dana izgraditi vlastiti brend. Oklijeva jer ne želi izgubiti fleksibilnost freelancinga.

Scenarij 3: Pomoćnica vođena srcem

Rita je VA koja radi s nevladinim organizacijama i aktivistima. Upravlja društvenim mrežama, kampanjama za donacije i newsletter sadržajem. Potpuno je zauzeta, ali naplaćuje niske cijene kako bi ostala pristupačna. Želi rasti, ali ne želi napustiti svoje klijente s društvenom misijom.

Refleksija u plenumu i zaključenje sesije (10 minuta)

U završnom dijelu sesije, sudionici se osvrću na ključne uvide iz današnjeg rada. Postavljaju im se sljedeća pitanja u plenumu:

- Koji je najveći izazov kada pomažemo učenicima da razmišljaju izvan okvira samostalnog freelancinga?
- Na koje bi rizike učenici trebali paziti kada skaliraju poslovanje?
- Koju ćete metodu sigurno isprobati s vašim učenicima?



MATERIJALI

- Plakati s vremenskom linijom ili listovi papira na zidovima prostorije
- Pripremljeni materijali za rad po stolovima (round tables)
- Markeri, ljepljive bilješke, plakati



REZULTATI

- Nastavnici razumiju različite puteve i modele skaliranja posla virtualnog asistenta
- Sudionici istražuju moguće izazove i odluke povezane s razvojem poslovanja
- Sudionici uče strategije temeljene na vršnjačkom učenju i scenarijima kako bi učenicima približili koncepte rasta
- Nastavnici odlaze sa alatima i kreativnim idejama za radionice koje mogu prilagoditi različitim razinama učenika

RADNI LIST: SCENARIJI ZA RAD PO STOLOVIMA

STOL 1 – DELEGIRANJE ZADATAKA (OUTSOURCING)



Scenarij:

Lea je virtualna asistentica specijalizirana za zakazivanje sadržaja, upravljanje e-poštom i online istraživanje. Nedavno je preuzela trećeg klijenta i počinje se osjećati preopterećeno. Previše vremena troši na izradu grafika za društvene mreže, što nije njezina jača strana. Razmišlja o angažiranju freelancera preko Fiverr-a za pomoć u vizualnom sadržaju.



Cilj:

Delegirati zadatke koji oduzimaju puno vremena kako bi se mogla fokusirati na svoje ključne usluge i odnose s klijentima.



Izazovi:

- Nije sigurna kako jasno prenijeti upute
- Brine je kvaliteta i kašnjenje s rokovima
- Nije sigurna kako to uklopiti u svoj budžet
- Boji se da klijentima možda neće odgovarati da netko drugi obavlja dio posla



Vodeća pitanja:

- Koje su prednosti i rizici delegiranja za nekoga poput Lee?
- Kako se može pripremiti za učinkovito delegiranje zadataka?
- Kako biste učeniku/laiku objasnili kako sigurno započeti s delegiranjem?
- Koji alati ili strategije mogu olakšati ovaj proces?



STOL 2 – STVARANJE VA TIMA



Scenarij:

Matej radi kao virtualni asistent već dvije godine. Odličan je u administraciji, upravljanju CRM-om i izradi newslettera. Prima više zahtjeva od klijenata nego što ih sam može obraditi. Razmišlja o tome da pozove dva freelancera koje poznaje kako bi zajedno radili kao tim – svaki bi se fokusirao na drugo područje usluge. No, nikada prije nije vodio druge.



Cilj:

Povećati kapacitete i nuditi cjelovitije pakete usluga klijentima.



Izazovi:

- Nije siguran kako podijeliti zadatke i odgovornosti
- Ne zna kako organizirati plaćanja i ugovore unutar tima
- Brine ga mogući problemi u komunikaciji
- Zabrinut je zbog gubitka kontrole nad kvalitetom



Vodeća pitanja:

- Što bi Matej trebao razjasniti prije nego što formira tim?
- Kako biste podržali učenike da razumiju timski rad u freelancing modelu?
- Koji sustavi ili navike bi mogli pomoći u upravljanju ovakvom suradnjom?



STOL 3 – IZGRADNJA AGENCIJSKOG MODELA



Scenarij:

Sara već tri godine uspješno vodi VA posao i redovno radi s pet klijenata. Godinama unazad angažira freelancere, ali sada razmišlja o tome da svoju djelatnost pretvori u pravu online agenciju s imenom, brendom i timom ugovornih pružatelja usluga. Želi nuditi usluge poput upravljanja društvenim mrežama, korisničke podrške i tehničke VA podrške u obliku paketa.



Cilj:

Formalizirati svoje poslovanje, povećati prihode i proširiti bazu klijenata kroz jasnu strukturu.



Izazovi:

- Brine je pravna i financijska strana pokretanja agencije
- Ne zna kako privući i zadržati kvalitetne članove tima
- Nema iskustva u vođenju tima ni izgradnji brenda
- Strahuje da bi mogla izgubiti osobni pristup koji je učinio njezin posao uspješnim



Vodeća pitanja:

- Koja je razlika između freelancinga i vođenja agencije?
- Koje ključne izazove bi učenici trebali imati na umu prije nego što krenu ovim putem?
- Kako možemo pomoći učenicima da procijene je li ovo realan put za njih?



AKTIVNOST 2


Praćenje trendova i digitalnih inovacija u strukovnom obrazovanju (VET)


TRAJANJE

180 minuta


CILJEVI AKTIVNOSTI

- Upoznati edukatore s aktualnim i nadolazećim trendovima vezanim uz virtualnu asistenciju i digitalni rad.
- Jačati kapacitete za prepoznavanje i uključivanje digitalnih inovacija u praksu VET poučavanja.
- Promicati refleksivne i progresivne pristupe u oblikovanju kurikuluma i osnaživanju mladih.
- Istražiti alate i strategije kako bi VET obrazovanje bilo odgovorno na brze tehnološke promjene poput umjetne inteligencije, automatizacije i nišnih online usluga.


TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)
HOT OR NOT (15 MINUTA)

Trener priprema set isprintanih ili projiciranih digitalnih trendova (npr. ChatGPT, TikTok marketing, AI-generirane slike, alati za automatizaciju, Discord serveri, online coaching, NFT usluge). Sudionici glasaju tijelima — jedna strana sobe znači "Hot (u porastu)", a druga "Not (izlazi iz mode)".

Nakon svakog glasanja, 1–2 sudionika kratko objasne svoj izbor. Trener zaključuje naglašavajući koliko su trendovi subjektivni i brzo se mijenjaju — što edukatorima nameće potrebu da budu prilagodljivi.

MAPIRANJE TRENDOVA (30 MINUTA)

Trener predstavlja 6 ključnih zona trendova (na zidu ili ekranu):

1. Alati s umjetnom inteligencijom
2. Automatizacija
3. Nišne usluge
4. Ekonomija kreatora sadržaja
5. Tehnologija za rad na daljinu
6. Mikro-poduzetništvo

Sudionici u malim grupama dobivaju ljepljive papiriće ili kartice s primjerima trendova.

Zadatak im je:

- Smjestiti svaki trend u odgovarajuću zonu
- Napisati 1–2 ideje kako se trend može koristiti u radu VA ili VET učenika
- Navesti moguće rizike ili etičke dvojbe

Grupe se rotiraju, dodaju ideje na ostale ploče, zatim slijedi zajednička rasprava.

ISTRAŽIVAČKE STANICE (50 MINUTA)

Trener postavlja 3–4 tematske stanice s demonstracijama novih alata:

- AI za kreaciju sadržaja: (npr. ChatGPT, Copy.ai, Canva AI)
- Platforme za automatizaciju: (npr. Zapier, IFTTT, predlošci u Notionu)
- Alati za dizajn i vizuale: (npr. Adobe Express, Descript, Synthesia)
- Nišne usluge: (npr. montaža podcasta, formatiranje e-knjiga, postavljanje online tečajeva)

Na svakoj stanici sudionici:- Pregledavaju primjer ili tutorijal- Odgovaraju na pitanja: Što učenici mogu raditi s tim? Koliko je teško za naučiti? Koji su rizici? Rotacije traju po 10 minuta, a posljednjih 10 minuta se koristi za zajedničku refleksiju.

ORGANIZIRANJE EDUKATIVNIH AKTIVNOSTI OKO TRENDOVA (60 MINUTA)

Sudionici formiraju timove i biraju 1–2 trenda koje su ranije istraživali. Zadatak:

1. Osmisliti kratku lekciju ili radionicu za VET učenike koja uvodi trend i razvija neku vještinu
2. Koristiti kreativnu i učeniku prilagođenu metodu (ne predavanje!)
3. Uključiti kratko objašnjenje zašto je trend relevantan za zapošljavanje ili poduzetništvo mladih

Svaki tim priprema:

- Naziv lekcije
- Ciljeve
- Kratak plan aktivnosti (max 30–45 minuta)
- Potrebne alate i materijale

Tada predstavljaju svoje ideje (3–4 minute po timu).

REFLEKSIJA I ZAKLJUČAK SESIJE (10 MINUTA)

Sudionici odgovaraju na sljedeća pitanja u plenumu:

- Koji vas je trend najviše zaintrigirao za daljnje istraživanje?
- Koji su rizici "obrazovanja o trendovima" bez kritičkog promišljanja?
- Kako možemo pomoći učenicima da se snađu u inovacijama bez da se osjećaju preplavljeno?

Na kraju, svaki sudionik piše rečenicu na karticu: „**Sljedeći digitalni trend koji želim integrirati u svoje poučavanje je...**” Kartice se izlažu na zid kao podsjetnik i inspiracija.



MATERIJALI

- Ljepljive bilješke, kartice s trendovima, plakati
- Prijenosna računala ili mobiteli za istraživanje alata
- Unaprijed pripremljeni video tutorijali ili web-stranice (s mogućnošću pristupa bez interneta ako je potrebno)
- Upitnici za refleksiju i predlošci za grupno planiranje
- Flomasteri, selotejp, kartice



REZULTATI

- Edukatori mogu prepoznati i analizirati aktualne i nadolazeće digitalne trendove u području virtualne asistencije i gig ekonomije
- Sudionici imaju praktično iskustvo s alatima za umjetnu inteligenciju, automatizaciju i nišne usluge
- Edukatori zajedno osmišljavaju inovativne mikro-lekcije koje povezuju mlade s modernim prilikama
- Povećano samopouzdanje u obrazovanju o temama koje su prilagođene budućnosti i osjetljive na trendove

AKTIVNOST 3



Uključivanje održivosti i etike u obrazovanje o poduzetništvu

**TRAJANJE**

180 minuta

**CILJEVI AKTIVNOSTI**

- Uvesti pojmove etičnog freelancinga, digitalne održivosti i društvenog utjecaja u kontekstu virtualne asistencije.
- Istražiti ulogu vrijednosti, odgovornosti i dugoročnog razmišljanja u digitalnom poduzetništvu.
- Podržati edukatore u stvaranju prostora za etičku refleksiju u projektima i raspravama učenika
- Ponuditi praktične alate za uključivanje principa održivosti u razvoj VA (virtual assistant) poslova.

**TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)****RAZVRSTAVANJE VRIJEDNOSTI (40 MINUTA)**

Svaki sudionik dobiva set od 20 kartica s vrijednostima (isprintane ili napisane na papiru), uključujući vrijednosti poput:

- Profit
- Fleksibilnost
- Privatnost
- Jednakost
- Transparentnost
- Održivost
- Rast
- Jednostavnost
- Uključivost
- Brzina

Trener treba unaprijed pripremiti još vrijednosti po potrebi.

Kartice s vrijednostima mogu se isprintati na običnom A4 papiru i izrezati na manje dimenzije.

Zadatak za sudionike, korak po korak:

1. Odaberi svojih 5 najvažnijih poslovnih vrijednosti
2. Upari se s nekim i razgovarajte: Gdje se slažete? Gdje se razlikujete?
3. Pridruži se grupi od 4–5 osoba i zajedno pripremite "manifest vrijednosti" za izmišljenu VA agenciju

Nakon formiranja grupa, one imaju 15–20 minuta za izradu manifesta temeljenog na zajedničkim vrijednostima. Svaka grupa zatim predstavlja svoj manifest u trajanju od 1 minute.

Trener vodi kratku raspravu koristeći pitanja:

- Koje se vrijednosti često sukobljavaju u poslovanju?
- Zašto je važno razgovarati o ovome s učenicima?

WORLD CAFÉ: ETIČKE DILEME (50 MINUTA)

Trener postavlja 3 stola, svaki sa isprintanom etičkom dilemom i vođenim pitanjima.

Primjeri dilema (treneri mogu osmisliti i vlastite):

- "VA je zamoljen da napiše lažne recenzije za klijenta."
- "Otkrivaš da klijent koristi tvoj sadržaj za promociju štetnih proizvoda."
- "Konkurent ti nudi listu klijenata na prodaju."

Zadatak: Na svakom stolu sudionici trebaju raspraviti:

1. Što bi ti učinio i zašto?
2. Koja pitanja si postaviti prije donošenja odluke?
3. Kako bi vodio mladog učenika kroz ovu situaciju?

Grupe rotiraju svakih 15 minuta. Trener zaključuje aktivnost refleksijom o tome kako ove rasprave voditi s učenicima na otvoren i neosudujući način.

VJEŽBA KRITIČKOG MIŠLJENJA O ODRŽIVOSTI (45 MINUTA)

Trener priprema kombinaciju stvarnih primjera poslovne prakse povezanih s VA (isprintani primjeri, reklame, screenshoti ili kratki opisi slučajeva).

Primjeri:

- VA koristi AI alate za ubrzanje posla, ali to ne otkriva klijentu
- Freelancer koristi samo digitalne alate koji su ekološki prihvatljivi
- Menadžer društvenih mreža promovira održiv brend, ali koristi clickbait naslove
- VA odbija raditi s klijentima čije vrijednosti ne dijeli

Trener treba pripremiti dodatne primjere kao dio pripreme za radionicu.

Zadatak za sudionike (u manjim grupama):

- Razvrstaj svaki primjer kao "Održivo", "Neodrživo" ili "Miješano"
- Napiši jednu rečenicu s objašnjenjem zašto

Zajednička rasprava s trenerom uz sljedeća pitanja:

- Što nas je iznenadilo?
- Kako možemo pomoći učenicima da razviju ovu vrstu svijesti?

OBLIKOVANJE UTJECAJA – UKLJUČIVANJE VRIJEDNOSTI U PROJEKTE (45 MINUTA)

Svaki sudionik odabire jednu temu (npr. etični freelancing, uključivo brendiranje, digitalni minimalizam) i osmišljava mikro-projekt ili zadatak koji bi mogli dati učenicima, a koji povezuje poduzetništvo s etičkim ili održivim djelovanjem.

Sudionici ispunjavaju kratki predložak:

- Naslov projekta
- Dobna skupina/učenici
- Cilj učenja
- Opis zadatka
- Jedan etički ili održivi element koji je uključen

Sudionici se uparuju i predstavljaju svoje ideje jedni drugima radi dobivanja povratne informacije. Trener zaključuje radionicu sažimajući glavne principe obrazovanja o poduzetništvu vođenog vrijednostima.



MATERIJALI

- Isprintane kartice s vrijednostima
- Kartice s dilemama za „kafić” stolove
- Vizualni primjeri ili mini studije slučaja (u tiskanom ili digitalnom obliku)
- Predlošci za planiranje projekata
- Plakati (flipchart), ljepljive bilješke (sticky notes), markeri

Napomena: Ova sesija zahtijeva dobro pripremljene primjere i materijale koji će se podijeliti sudionicima u svakom koraku. Primjeri trebaju biti prilagođeni lokalnom kontekstu kako bi se sudionicima učinili relevantnima i prepoznatljivima; stoga su ovdje navedeni samo **predloženi** primjeri koji se mogu koristiti za pojedine korake – **ne** i finalni materijali.



REZULTATI

- Edukatori prepoznaju važnost etike i održivosti u obrazovanju za virtualnu asistenciju
- Sudionici se uključuju u razmišljanje kroz stvarne scenarije i donošenje odluka temeljenih na vrijednostima
- Edukatori odlaze s idejama i alatima za uključivanje društvene odgovornosti u poduzetničke radionice
- Razvijeni su jasni i primjenjivi formati mikro-projekata za učenike

AKTIVNOST 4


Dizajniranje lekcija o digitalnom marketingu za promociju usluga


TRAJANJE

180 minuta


CILJEVI AKTIVNOSTI

- Razumjeti ključne koncepte i terminologiju digitalnog marketinga
- Istražiti razlike između tradicionalnih i digitalnih metoda marketinga
- Promišljati o tome kako digitalni marketing može biti predstavljen i prilagođen za učenike strukovnog obrazovanja (VET)
- Identificirati temeljne komponente digitalnog marketinga poput SEO-a, kreiranja sadržaja i strategija angažmana
- Steći praktične ideje za podučavanje digitalnog marketinga na pristupačan, interaktivan način


TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)
Energizer – Count up (15 minuta)

Grupa stoji u tijesnom krugu s zatvorenim očima. Varijanta je da se grupa rasprši po prostoriji – stoje, sjede ili leže. Cilj je izbrojati do 20 (ili do broja članova grupe). Samo jedna osoba može izgovoriti jedan broj u isto vrijeme.

Ako dvije osobe istovremeno progovore, čak i na kratko, grupa mora početi ponovno od broja 1. Grupa je uspješna kad izbroji do zadanog broja.

ŠTO JE DIGITALNI MARKETING? (35 MINUTA)

Trener traži od sudionika da se spoje online kako bi svi mogli pratiti interaktivnu vizualnu prezentaciju tijekom ostatka sesije, koristeći online alat [mentimeter.com](https://www.mentimeter.com).

Pitanja koja se postavljaju tijekom grupnog brainstorminga unutar prezentacije su:

- Koje društvene mreže postoje?
- Što su društveni mediji?
- Jesu li tradicionalni mediji društveni mediji?
- Jesu li blogovi dio društvenih mreža?

Trener dodaje nekoliko teorijskih informacija o tome što su društveni mediji, neke zajedničke značajke društvenih mreža, povezanost društvenih mreža i umrežavanja; važne aspekte ICT-a i društvenih medija; razumijevanje osnovne terminologije vezane uz opći pojam digitalnog marketinga; načine na koje VET pružatelji i obrazovne institucije mogu koristiti društvene mreže (osim oglašavanja).

DIGITALNI VS. TRADICIONALNI MARKETING (30 MINUTA)

Trener uvodi temu kratkim objašnjenjem da se marketing općenito može kategorizirati kao tradicionalan ili digitalan, pri čemu svaki ima svoje prednosti i nedostatke.

Trener potom čita niz izjava, a sudionici se fizički pozicioniraju duž linije (ili zamišljene skale) od "Potpuno se slažem" do "Uopće se ne slažem."

IZJAVE SU SLJEDEĆE:

- "Digitalni marketing je isplativiji od tradicionalnog marketinga."
- "Tradicionalni marketing je vjerodostojniji."
- "Oglasi na društvenim mrežama lakše dopiru do prave publike nego TV ili radio oglasi."
- "Tiskano oglašavanje više nije učinkovito."
- "Digitalne kampanje je lakše mjeriti."

Nakon svake izjave, trener poziva nekoliko sudionika da kratko podijele zašto su se postavili na tu poziciju. Trener zatim sažima izvlačeći ključne zaključke i povezuje ih s:

- Dosegom
- Troškovima
- Personalizacijom
- Mjerljivošću
- Interakcijom

DIGITALNI MARKETING I VET UČENICI (30 MINUTA)

Na početku aktivnosti, trener priprema četiri postaje s flipchart papirima rasporedene po prostoriji, od kojih je svaka posvećena jednom specifičnom usmjerenom pitanju:

- Što učenici trebaju znati o digitalnom marketingu?
- Koji su najkorisniji digitalni alati za VET učenike?
- Kako edukatori mogu pomoći učenicima da ocijene svoju publiku?
- Koji su realni ciljevi za mlade koji započinju s digitalnim marketingom?

Sudionici se dijele u manje grupe i svakoj grupi se dodjeljuje jedna početna postaja. Svaka grupa ima nekoliko minuta da razmisli o temi i zapiše svoje ideje izravno na flipchart papir.

Fokus je na generiranju praktičnih, učenicima orijentiranih ideja – sudionici mogu crpiti iz vlastitih iskustava u poučavanju ili uvide iz ranijih dijelova sesije.

Nakon nekoliko minuta, grupe rotiraju na sljedeću postaju, gdje prvo čitaju što je prethodna grupa zapisala, a zatim dodaju vlastite prijedloge. Ovaj proces se nastavlja sve dok sve grupe ne posjete svaku postaju.

U završnoj rundi, umjesto da zapisuju nove ideje, sudionici pregledaju sve postojeće unose i označavaju ih simbolima – poput ✓ za ideje s kojima se slažu ili koje smatraju vrijednima, i ✗ za one koje smatraju manje relevantnima ili problematičnima. Ovo brzo vizualno glasanje pruža trenutni uvid u to koje točke najviše rezoniraju s grupom.

Trener zatim vodi kratku raspravu, ističući najčešće podržane ideje, postavljajući pitanja o razlikama u stavovima i pozivajući komentare o osobito inovativnim ili iznenađujućim prijedlozima.

KLJUČNI ELEMENTI DIGITALNOG MARKETINGA (50 MINUTA)

Sudionici se dijele u četiri manje grupe, svaka grupa dobiva jednu ključnu temu digitalnog marketinga:

- SEO (Search Engine Optimization – optimizacija za tražilice)
- Kreiranje sadržaja
- Platforme društvenih medija
- Strategije angažmana

Svaka grupa dobiva kratak informativni paket s vizualima, primjerima i usmjerenim pitanjima.

Zajedno proučavaju materijal i pripremaju kratku prezentaciju (3–5 minuta) za ostatak grupe.

Na primjer, grupa za SEO objašnjava kako ključne riječi utječu na rangiranje na Googleu, dok grupa za sadržaj razmatra koje vrste sadržaja su najkorisnije za VET učenike.

Grupa za društvene medije mapira koje platforme odgovaraju kojim ciljevima, a grupa za angažman dijeli jednostavne načine za povećanje interakcije, poput anketa ili korištenja hashtagova.

Nakon prezentacija, trener nadopunjuje nedostatke i naglašava povezanost između tema.

Ova aktivnost sudionicima daje jasan, zajednički temelj u digitalnom marketingu i modelira praktičnu metodu koju mogu primijeniti sa svojim učenicima.

REFLEKSIJA – POPCORN METODA (20 MINUTA)

Sudionici naizmjenično spontano dijele svoje riječi ili izraze. Ne postoji fiksni redoslijed i ne postoji pritisak da se odmah govori.

Vodeća pitanja za refleksiju su:

- Što vas je danas iznenadilo?
- Koji je novi pojam ili koncept koji ste usvojili?
- Što biste željeli još istražiti nakon današnje sesije?



MATERIJALI

- Ljepljive bilješke, markeri, plakati (flipchart papiri)
- Pristup internetu (mobiteli/laptopi za grupno istraživanje)
- Projektor i prezentacijske slideove



REZULTATI

- Sudionici će razumjeti što je digitalni marketing i kako se razlikuje od tradicionalnih pristupa
- Sudionici će prepoznati važnost digitalnog marketinga za učenike strukovnog obrazovanja (VET) i mlade poduzetnike
- Sudionici će moći identificirati osnovne alate i strategije koje se koriste u digitalnom marketingu (npr. SEO, vrste sadržaja, platforme, metode angažmana)
- Sudionici će moći kritički razmisliti o tome kako predstaviti i podučavati digitalni marketing početnicima.

AKTIVNOST 5



Poučavanje financijskog planiranja i dugoročne stabilnosti u freelancingu



TRAJANJE

180 minuta



CILJEVI AKTIVNOSTI

- Osposobiti edukatore strukovnog obrazovanja (VET) praktičnim alatima za poučavanje ključnih financijskih pojmova u kontekstu freelancinga
- Jačanje razumijevanja edukatora o strategijama određivanja cijena, štednji, budžetiranju za neredovite prihode i planiranju dugoročne održivosti u samozapošljavanju
- Podrška edukatorima u osmišljavanju zanimljivih, pristupačnih i uključivih financijskih obrazovnih aktivnosti za učenike na različitim obrazovnim razinama
- Poticanje zajedničkog rješavanja problema i međusobnog učenja kroz grupne izazove budžetiranja i refleksiju



TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)

UPARI POJAM – FINANCIJSKI VOKABULAR ZA FREELANCERE (20 MINUTA)

Sudionici se dijele u male grupe ili parove. Svaka grupa dobiva dva seta kartica: jedan s ključnim financijskim pojmovima vezanima uz freelancing, a drugi s definicijama. Grupe zajednički rade na povezivanju svakog pojma s ispravnom definicijom unutar 10 minuta. Pojmovi mogu uključivati: novčani tijek, račun, varijabilni prihod, profitna marža, sigurnosna štednja, budžetiranje, porezi, poslovni troškovi i održivost. Na kraju, trener vodi 10-minutni pregled. Grupe predstavljaju svoja uparivanja. Trener potvrđuje točne odgovore, objašnjava teže pojmove i poziva sudionike da podijele primjere iz nastave ili stvarnog freelance iskustva.

TEORIJSKI UNOSI – FINACIJE ZA FREELANCERE (20 MINUTA)

Trener daje sažeto izlaganje temeljeno na vizualima o ključnim financijskim pojmovima koje freelanceri trebaju razumjeti i upravljati njima.

Temeljne teme koje bi trebale biti obuhvaćene uključuju:

- Kako freelanceri zarađuju: fiksni vs. projektni modeli, rad na temelju retencije
- Budžetiranje s neredovitim prihodima: prosječna zarada vs. planiranje najgoreg slučaja
- Važnost štednje: izgradnja fonda za hitne situacije
- Strategije određivanja cijena: po satu vs. po vrijednosti
- Osnove poreznog planiranja za freelancere

ISPLANIRAJ SVOJ FREELANCE BUDŽET (25 MINUTA)

Sudionici se formiraju u male grupe (4–5 po grupi). Svaka grupa dobiva kratak scenarij koji opisuje freelance projekt (npr. dizajniranje loga za novi biznis, održavanje 3 radionice, ili izrada videa). Grupe koriste unaprijed pripremljeni predložak za budžet kako bi:

- Procijenili prihod od freelance posla
- Isplanirali ključne troškove (softver, prijevoz, internet, uloženo vrijeme)
- Odredili dio za poreze i štednju

Svaka grupa predstavlja svoj freelance budžet i izbor (cca 3 minute po grupi). Trener potiče usporedbe, istražuje prioritete (kao što je koliko štedjeti), te ističe dobre prakse.

FREELANCE ŽIVOTNI IZAZOV – BUDŽETIRANJE S NEREDOVITIM PRIHODIMA (45 MINUTA)

Sudionici ostaju u grupama. Svaka grupa dobiva početni 3-mjesečni plan prihoda/troškova freelancera i listu izazova.

Zadatak 1 (5 minuta):

Pregledati zadane početne mjesečne prihode i fiksne troškove. Izraditi početni plan koji uključuje:

- Očekivane prihode
- Ciljeve štednje
- Poreze i troškove života

Zadatak 2 (3x5 minuta):

U svakom krugu grupe dobivaju karticu s novim freelance-specifičnim scenarijem:

- „Vaš najveći klijent kasni s plaćanjem 30 dana.”
- „Dobivate ponudu za govor na događanju za 250 €.”
- „Neočekivani zdravstveni trošak: 200 €.”

Grupe ažuriraju svoje planove u skladu s novonastalom situacijom.

Zadatak 3 – Prezentacije (5 minuta po grupi):

Svaka grupa dijeli svoj revidirani plan i kako su odgovorili na izazove.

Zadatak 4 – Rasprava (10 minuta):

Trener vodi refleksiju:

- Koje su strategije bile najučinkovitije?
- Što biste napravili drugačije?
- Kako se ovo iskustvo uspoređuje sa stvarnim freelance radom?
- Kako ovu vježbu možete koristiti sa svojim učenicima?

REFLEKSIJA (10 MINUTA)

Trener vodi refleksiju pomoću sljedećih pitanja:

- Koje nove spoznaje ste dobili o podučavanju financija u freelance kontekstu?
- Kako ćete prilagoditi ove vježbe svojim učenicima?
- S čime se vaši učenici najviše muče kada je u pitanju novac?
- Koliko se sada osjećate samopouzđano u vođenju zadataka budžetiranja u vlastitoj učionici?



MATERIJALI

- Bijela ploča, markeri, olovke i papir, projektor, prijenosna računala/tableti, pristup internetu
- Set kartica s pojmovima i definicijama („novčani tijek“, „sigurnosna pričuva“, „varijabilni prihod“)
- Excel tablica za budžetiranje freelance projekta (Korak 3)
- Excel tablica za budžetiranje freelance životne situacije (Korak 4)
- Kartice s izazovima koje sadrže nepredviđene troškove ili promjene specifične za freelancere



REZULTATI

- Sudionici su sposobni objasniti osnovne financijske pojmove i koncepte relevantne za freelance rad
- Sudionici su sposobni pokazati kako pomoći učenicima da odrede cijenu svojih usluga i planiraju prihod koji nije stalan
- Sudionici mogu osmisliti i provesti zanimljive vježbe o budžetiranju i financijskoj otpornosti
- Sudionici su sposobni reflektirati o inkluzivnim pristupima poučavanju, osobito za učenike s ograničenim financijskim znanjem ili različitim komunikacijskim potrebama

AKTIVNOST 6


Oснаživanje učenika za izgradnju otpornosti i predanost cjeloživotnom učenju


TRAJANJE

180 minuta


CILJEVI AKTIVNOSTI

- Opremiti edukatore alatima za poticanje otpornosti kod učenika
- Poučiti strategije za održavanje motivacije učenika i usmjerenost na cjeloživotni osobni razvoj
- Pružiti reflektivne coaching tehnike koje pomažu učenicima prevladati prepreke i nastaviti svoj razvoj


TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)
UVOD (15 MINUTA)

Sudionici se zamole da se prisjete osobnog izazova s kojim su se suočili tijekom učenja ili podučavanja. U malim grupama (3–4 osobe) dijele svoje priče o tome kako su prebrodili izazove i koje su strategije koristili kako bi ostali motivirani. Svaka grupa dijeli jednu priču s ostatkom grupe, a facilitator potiče refleksiju o zajedničkim temama (npr. ustrajnost, podrška, samorefleksija).

TEORIJE OTPORNOSTI I CJELOŽIVOTNOG UČENJA (30 MINUTA)

Facilitator daje kratki teorijski uvod o važnosti otpornosti i cjeloživotnog učenja, i za edukatore i za učenike, opisom:

- Pojma otpornosti u obrazovanju: vraćanje nakon neuspjeha
- Cjeloživotnog učenja: kontinuirani razvoj i prilagodba u izazovima
- Uloge edukatora u strukovnom obrazovanju (VET) u njegovanju otpornosti i predanosti učenju

Nakon teorijskog dijela, grupa razmatra kako se ti koncepti primjenjuju u njihovoj praksi. U parovima razgovaraju:

- Kako trenutačno potičete otpornost kod svojih učenika?
- Na koje prepreke cjeloživotnom učenju nailazite u učionici?

COACHING STRATEGIJE (40 MINUTA)

Trener predstavlja nekoliko ključnih coaching strategija koje mogu pomoći u izgradnji otpornosti kod učenika:

- Pozitivno preoblikovanje: pretvaranje izazova u prilike za učenje
- Postavljanje ciljeva: razbijanje velikih ciljeva na ostvarive korake
- Samorefleksija: poticanje učenika da procjenjuju svoj napredak i uče iz neuspjeha

Sudionici se podijele u parove. Svaki par dobiva scenarij u kojem učenik doživljava neuspjeh (npr. pad na ispitu, nedostatak motivacije). Jedan sudionik glumi učenika, drugi coacha i koristi predstavljene strategije.

Nakon igranja uloga, parovi daju jedan drugome povratnu informaciju o učinkovitosti primijenjenih strategija. Facilitator također daje smjernice i odgovara na pitanja.

REFLEKTIVNI ALATI ZA OSNAŽIVANJE UČENIKA (30 MINUTA)

Trener predstavlja nekoliko reflektivnih alata koje učenici mogu koristiti za održavanje motivacije, uključujući:

- Vođenje dnevnika: zapisivanje izazova i postignuća
- Samoprocjena: razmišljanje o vlastitim snagama i područjima za poboljšanje
- „Growth mindset“: razumijevanje da se sposobnosti mogu razvijati uz trud i ustrajnost

Sudionici uzmu 10 minuta za individualno ispunjavanje radnog lista za refleksiju (osigurava ga trener), koji ih potiče da promisle o svojoj nastavnoj praksi i načinu na koji potiču refleksiju kod učenika.

U malim grupama raspravljaju o pitanjima:

- Koje reflektivne alate biste mogli koristiti s učenicima?
- Kako biste refleksiju mogli uključiti u svoj postojeći kurikulum?

GRUPNA AKTIVNOST – IZRADA PLANA ZA IZGRADNJU OTPORNOSTI KOD UČENIKA (50 MINUTA)

Trener objašnjava da je cilj aktivnosti izraditi praktičan i primjenjiv plan za podršku učenicima u izgradnji otpornosti.

Svaka grupa radi s profilom učenika koji se suočava s izazovima (npr. upravljanje vremenom, samopouzdanje). Trener ukratko predstavlja tri komponente plana:

- Coaching strategije
- Reflektivni alati
- Konkretna radnja

Trener dijeli sudionike u grupe (4–5 osoba) i daje profile učenika te predloške za plan. Trener postavlja mjerac vremena i potiče grupe da zajedno razviju plan.

Grupa se fokusira na sljedeće:

- Coaching strategije: kako se učeniku može pomoći u prevladavanju izazova? (npr. motivacijski razgovor, postavljanje ciljeva, razbijanje zadataka)
- Reflektivni alati: koji alati učeniku mogu pomoći da prati napredak i ostane motiviran? (npr. dnevnik, kvizovi samoprocjene, povratna informacija vršnjaka)
- Konkretna radnja: koje točne korake učenik može poduzeti kako bi ostao predan razvoju?

Trener obilazi grupe, daje podršku i odgovara na pitanja. Nakon rada, svaka grupa predstavlja svoj plan (2-minute po grupi), uključujući:

- Predložene coaching strategije
- Reflektivne alate
- Konkretna radnja za dugoročnu predanost učenju

Sudionici postavljaju pitanja i daju povratne informacije. Trener daje osvrt na svaki plan, naglašava praktične strategije i nudi prijedloge za poboljšanje. Zatim vodi kratku diskusiju:

- Koje strategije mislite da bi bile najučinkovitije u vašem kontekstu poučavanja?
- Kako bi se ti planovi mogli prilagoditi različitim potrebama učenika?
- Kako biste coaching i reflektivne alate uključili u svoj nastavni rad?

REFLEKSIJA U PLENUMU I ZAKLJUČAK SESIJE (15 MINUTA)

Trener poziva sudionike na završnu refleksiju koristeći pitanja:

- Koju ćete novu strategiju ili alat sigurno primijeniti s učenicima kako biste gradili otpornost?
- Koji ćete osobni cilj postaviti kako biste nastavili svoj vlastiti put cjeloživotnog učenja?



MATERIJALI

- Profili učenika s izazovima
- Predlošci za izradu plana za izgradnju otpornosti (tiskani ili digitalni)
- Flomasteri i papir za flipchart za grupni rad (opcionalno)
- Štoperica za upravljanje vremenom rada u grupi i prezentacija



REZULTATI

- Sudionici razumiju pojam otpornosti u učenju i njezin utjecaj na motivaciju
- Edukatori stječu praktične coaching strategije za podršku učenicima u prevladavanju prepreka
- Sudionici uče reflektivne alate koji pomažu učenicima da ostanu motivirani i uključeni
- Edukatori razvijaju vještine za izradu konkretnih planova za izgradnju otpornosti kod učenika
- Sudionici su osposobljeni za poticanje predanosti cjeloživotnom učenju kod svojih učenika



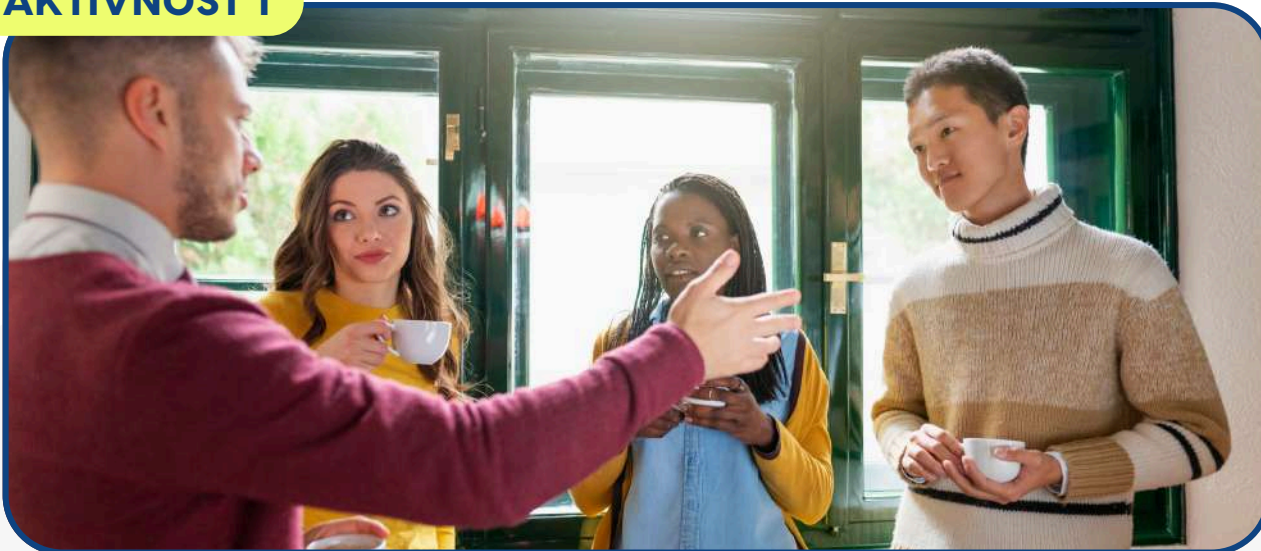
©4

Uvod, izgradnja tima i zatvaranje osposobljavanja i/ili cjeloživotne edukacije

U ovom posljednjem poglavlju donosimo vam 2 radionice koje se provode na početku dulje (rezidencijalne) edukacije – radionicu za uvod i međusobno upoznavanje, te na kraju dulje edukacije – evaluacijsku radionicu.

Ako se odlučite koristiti samo neke od radionica iz ovog kurikuluma, uvijek možete kombinirati aktivnosti iz ovih radionica za uvodni i evaluacijski dio vašeg programa.

AKTIVNOST 1



Uvod i međusobno upoznavanje



TRAJANJE

180 minuta



CILJEVI AKTIVNOSTI

- Predstaviti tim, projekt i svrhu edukacijskog tečaja.
- Stvoriti ugodno i poticajno okruženje u kojem se sudionici mogu upoznati.
- Potaknuti interakciju i izgradnju odnosa kroz dinamične aktivnosti.
- Ohrabriti sudionike da doprinesu kreiranju edukacije oblikovanjem dijelova programa.
- Uspostaviti zajedničko razumijevanje ciljeva edukacije i očekivanja.
- Ojačati timski rad i vještine rješavanja problema kroz zabavan, energičan grupni izazov.
- Definirati grupni dogovor koji osigurava produktivno i poštivajuće okruženje za učenje.



TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)

PREDSTAVLJANJE EDUKATORA I PROJEKTA (15 MINUTA)

Treneri predstavljaju sebe i logističko osoblje, projekt i zašto smo ovdje.

IME I JUTARNJI POKRET (15 MINUTA)

Trener poziva sudionike da podijele svoje ime u krugu, zajedno s jednim pokretom koji naprave prvo ujutro kad se probude. Igra počinje s prvim sudionikom koji kaže svoje ime i pokaže pokret. Svaka sljedeća osoba mora ponoviti imena i jutarnje pokrete prethodnih sudionika i dodati svoje. Igra se nastavlja dok svi ne dobiju priliku sudjelovati. Na kraju cijela grupa može zajedno ponoviti imena i pokrete.

BRZI SPOJEVI (30 MINUTA)

Sudionici sjede u dva kruga stolica, jedan nasuprot drugome. Trener objašnjava kako igra „brzi spojevi“ funkcionira (sudionici razgovaraju s osobom nasuprot sebe, oboje trebaju podijeliti nešto na zadanu temu, na kraju kad se čuje signal pozdravljaju se sa „spojevima“ i pomiču se na novog partnera), te započinje igru s prvom temom za raspravu (s popisa dolje). Svake 2–3 minute trener daje signal, a vanjski krug se pomiče za jedno mjesto udesno.

Igra se nastavlja dok svi iz vanjskog kruga ne razgovaraju sa svima iz unutarnjeg, ili dok vrijeme ne istekne — što god se dogodi prije.

Popis izjava/pitanja za igru:

1. Kad bi mogao živjeti bilo gdje u svijetu, gdje bi to bilo i zašto?
2. Kad bi mogao večerati s bilo kojom povijesnom osobom, tko bi to bio i zašto?
3. Koji hobi ili aktivnost oduvijek želiš isprobati, ali još nisi?
4. Koja je najzujbudljivija stvar koju si ikada učinio?
5. Koja ti je omiljena hrana za utjehu?
6. Kad bi mogao imati bilo koju supermoć, koja bi to bila i kako bi je koristio?

4 KUTA (50 MINUTA)

Sudionici se dijele u 4 manje grupe, pri čemu svaka grupa zauzima jedan od kutova prostorije za rad. Trener objašnjava da svaki kut ima određeni segment programa za raspravu. Na početku, kutove 1 i 4 facilitira trenerski tim, dok pri svakoj sljedećoj rotaciji netko iz grupe preuzima ulogu facilitator(a) za kut u koji grupa dolazi.

Trener objašnjava da će za svaki kut biti predviđeno po 10 minuta te da će se grupe rotirati udesno.

Pri svakoj rotaciji, jedna osoba iz grupe koja je upravo stigla na kut ostaje i preuzima ulogu facilitator(a) tog kuta za novu grupu koja dolazi.

Teme po kutovima su:

- 1. kut: Dnevni red i očekivanja**(Sudionici pregledavaju dnevni red koji je zalijepljen na zidu, raspravljaju o tome što će biti ishodi učenja svake sesije i na post-it papiriće pišu svoja očekivanja od događanja i lijepe ih pored dnevnog reda)
- 2. kut: Doprinosi: energizeri**(Sudionici dobivaju papire i olovke kako bi sastavili popis energizera koji će se koristiti tijekom programa TC-a)
- 3. kut: Doprinosi: YouTube playlist**(Sudionici dobivaju papire i olovke kako bi sastavili popis pjesama koje će se puštati tijekom pauza i samog programa TC-a)
- 4. kut: Ciljevi projekta i kako im možemo dodatno doprinijeti**(Sudionici dobivaju uvid u ciljeve događanja i njihovu povezanost s dnevnim redom)

NEMOGUĆA MISIJA (50 MINUTA)

Trener pušta glazbenu temu iz filma “Mission Impossible” i objašnjava grupi da u sljedećih 40 minuta moraju riješiti što je moguće više zadataka s popisa — kao tim. Imaju priliku postaviti pitanja odmah nakon što im se prezentira popis zadataka; nakon toga su prepušteni sami sebi.

Popis zadataka za igru:

- Napraviti logo projekta.
- Napraviti 5 ludih grupnih fotografija za objavu na društvenim mrežama koje predstavljaju projekt.
- Napraviti najviši toranj koristeći isključivo vlastite cipele.
- Stvoriti najdužu liniju koristeći samo čarape koje imate u svojim sobama.
- Prebrojiti broj kreveta, jastuka, ormara, televizora, klima uređaja, daljinskih upravljača, rola toalet papira – u svim svojim sobama.
- Izračunati broj koraka od hotela do restorana, od hotela do supermarketa i od restorana do supermarketa.
- Izračunati koliko ljudi može ležati na podovima svih vaših soba i prikazati jednadžbu koju ste koristili za izračun.
- Sastaviti poruku projekta koristeći isključivo materinske jezike zemalja sudionica, ali pokušati da poruka bude razumljiva svima nama.
- Napraviti najvišu ljudsku piramidu i fotografirati je.
- Popiti 7 litara vode.
- Pronaći i predstaviti 5 činjenica o Mostaru i 5 činjenica o Blagaju.

Na kraju igre, trener vodi plenarnu refleksiju uz pomoć sljedećih pitanja:

1. Što je prošlo dobro tijekom igre?
2. Što nije išlo po planu? Da ponovno igrate igru sada, što biste promijenili?
3. Kako su tekli procesi u grupi? Jeste li imali vođe? Kako su se donosile odluke?
4. Što možemo naučiti o sebi iz ove vježbe? Kako to možemo primijeniti da bismo funkcionirali na optimalnoj razini tijekom edukacijskog tečaja?

GRUPNI DOGOVOR (10 MINUTA)

Kao nastavak prethodne vježbe, trener zapisuje popis grupnih dogovora. Na kraju, svi sudionici potpisuju dogovor.

(TAJNI PRIJATELJ – IGRA) (10 MINUTA)

Trener zaključuje sesiju predstavljanjem igre „Tajni prijatelj“ sudionicima.



MATERIJALI

- Flomasteri, plakati, post-it papirići
- Pripremljeni isprintani dnevni red (na zidu)
- Isprintani ciljevi projekta
- Papiri i olovke za prijedloge energizera i glazbe
- Zvučnik i glazbena playlist (za energizere i pauze)
- Isprintani popis zadataka za “Mission Impossible”
- Štoperica ili zvono za rotaciju aktivnosti
- Kamera ili pametni telefon za fotografije i videozapise
- Isprintane kartice s vrijednostima ili prazne kartice za grupni dogovor
- Predložak grupnog dogovora (na plakatu ili velikom papiru)
- Opcionalno: isprintane kartice ili papirići za Tajnog prijatelja



REZULTATI

- Sudionici se upoznaju s timom, prostorom i ciljevima edukacije
- Stvara se pozitivna i suradnička atmosfera u grupi
- Sudionici se upoznaju međusobno na osobnoj i timskoj razini
- Sudionici aktivno doprinose programu putem glazbe, energizera i ideja
- Tim, kreativnost i vještine rješavanja problema se vježbaju kroz izazov pun energije
- Stvara se grupni dogovor kako bi se postavila očekivanja za poštovanje, uključivost i produktivno sudjelovanje
- Uvodi se aktivnost Tajnog prijatelja kako bi se poticala ljubaznost i povezivanje tijekom edukacije

AKTIVNOST

2



Evaluacija i zatvaranje osposobljavanja



TRAJANJE

180 minuta



CILJEVI AKTIVNOSTI

- Reflektirati se na proces učenja tijekom događaja i evaluirati individualne i grupne ishode učenja
- Osigurati prostor i podršku sudionicima kako bi nadogradili rezultate osposobljavanja dijeljenjem ideja za nove projekte i suradnju među uključenim organizacijama



TIJEK AKTIVNOSTI (OPIS PO KORACIMA)

Šetnja kroz program (25 minuta)

Aktivnost se otvara interaktivnom šetnjom sudionika, zajedno s trenerskim timom, po prostoriji. Tijekom šetnje, grupa obilazi sve flipchart papire razvijene tijekom sesija – od prvog do posljednjeg dana. Kao dio šetnje, svi se prisjećaju kako je tekao tijekom aktivnosti – od dolaska na lokaciju i upoznavanja prvog dana, do trenutne sesije. Također – strahovi, očekivanja i doprinosi koje su sudionici raspravljali u manjim grupama drugog dana treninga, analiziraju se uz pitanja: “Je li se nešto od ovoga obistinilo? Kako?” Na kraju aktivnosti, treneri pozivaju sudionike da ponovno sjednu u krug.

VJEŽBA S DIXIT KARTAMA – KAKO SE OSJEĆAM U VEZI SUDJELOVANJA NA OVOM DOGAĐAJU (35 MINUTA)

Nakon što su se sudionici prisjetili programa i tijeka aktivnosti tijekom treninga, treneri puštaju opuštajuću glazbu u pozadini.

Uzmu Dixit karte i rasporede ih po podu. Sudionici su pozvani da u tišini ustanu i prošetaju prostorijom promatrajući različite karte raspoređene po podu.

Trener poziva sudionike da svaki izabere jednu kartu koja odražava njihovo osobno iskustvo s treninga. Nakon što svi imaju kartu u ruci, pozvani su da ponovno sjednu u krug.

Treneri zatim pozivaju sudionike da, dobrovoljno, ustanu i s grupom podijele koju su kartu odabrali i kako ona odražava njihovo iskustvo s događajem.

Aktivnost završava kad svi sudionici dobiju priliku podijeliti svoju kartu.

PISANA EVALUACIJA PUTEM GOOGLE OBRASCA (30 MINUTA)

Sudionici su pozvani da ispune evaluacijski obrazac koristeći svoje uređaje. Dobivaju prostor i vrijeme za individualno razmišljanje o treningu i ispunjavanje online obrasca.

PORUKE S TONUĆEG BRODA (30 MINUTA)

Budući da je trening otvoren metaforom u kojoj je događaj predstavljen kao putovanje u kojem je brod naša očekivanja, jedra su naši doprinosi, a more su naši strahovi; službeni program zatvara se vježbom "Toneći brod".

Imena svih sudionika i članova organizacijskog tima ispisana su na flipchart papiru, kao priprema za sesiju.

Svi su pozvani da jedni drugima napišu poruke za oproštaj.

Na kraju vježbe, sudionici izrezuju dijelove flipcharta s porukama koje su im ostavljene, kao nešto što mogu ponijeti kući po završetku događaja.

TRŽNICA IDEJA ZA NOVE PROJEKTE I SURADNJU MEĐU ORGANIZACIJAMA SUDIONICAMA (60 MINUTA)

Posljednjih 60 minuta ostavljeno je sudionicima za raspravu o idejama za buduće projekte i suradnju.

Tijekom tog vremena, sudionici se mogu grupirati oko različitih ideja koje su bile podijeljene tijekom prethodnih dana, i na temelju svojih interesa te interesa svojih organizacija razgovarati o mogućnostima suradnje.

Proces tržnice ideja podržavaju treneri, pružajući savjete i informacije sudionicima gdje god je potrebno – unutar manjih grupa formiranih oko specifičnih tema/ideja.



MATERIJALI

- Dixit karte
- Flipchart papyri
- Kemijske olovke i obične olovke



REZULTATI

- Sudionici reflektiraju na program treninga, identificirajući ključne trenutke i ishode
- Sudionici se emocionalno povezuju sa svojim iskustvom treninga pomoću Dixit karata
- Sudionici daju konstruktivne povratne informacije putem online evaluacije
- Sudionici razmjenjuju poruke za oproštaj, potičući osjećaj zatvaranja i povezanosti
- Sudionici istražuju prilike za buduću suradnju i razvoj projekata



Sufinancira
Europska unija