

PRZEDSI BIORCZO W SZKOLE



Materiał ze szkolenia

Kurs koordynatora szkolnej przedsi biorczo ci

współfinansowany przez

NBP

CDiDN W SZCZECINIE

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W SZKOLE

Praca zbiorowa pod redakcją

**Janusza Olczaka
Elżbiety Perzyckiej
Alicji Sulimy**

Materiał ze szkolenia

**Kurs dla koordynatorów przedsiębiorczości w szkole
współfinansowany przez NBP**

SZCZECIN 2005

Recenzent

prof. dr hab. inż. Andrzej Gregorczyk

Redakcja

*Janusz Olczak
Elżbieta Perzycka
Alicja Sulima*

Opracowanie językowe, korekta

Anna Malinowska

Opracowanie techniczne, łamanie

Radosław Józwik

Projekt okładki

Janusz Olczak

Copyright © 2005 by Centrum Doradztwa i Doskonalenia Nauczycieli w Szczecinie

ISBN 83-89882-60-4

Druk

Poligrafia CDiDN
70-501 Szczecin, ul. Jarowita 2
tel. (91) 433 68 59

Spis treści

Wstęp	5
<i>Alicja Sulima, CDiDN w Szczecinie</i>	
Materiały dydaktyczne wspomagające lekcje <i>Podstaw przedsiębiorczości</i>	6
<i>Janusz Olczak, CDiDN w Szczecinie</i>	
Przedsiębiorczość w szkole wspierana technologią informacyjną	27
<i>Elżbieta Perzycka, Uniwersytet Szczeciński</i>	
Metoda projektów w kreowaniu postaw przedsiębiorczych młodzieży	30
<i>Scenariusz 1. Rodzaje zachowań, ocena własnej osobowości</i>	38
<i>Scenariusz 2. Sztuka negocjacji</i>	40
<i>Scenariusz 3. W świetlicy czuję się bezpiecznie, gdy... (zajęcia wychowawcze)</i>	44
<i>Scenariusz 4. Bezrobocie</i>	47
<i>Scenariusz 5. Bezrobocie i sposoby przeciwdziałania</i>	49
<i>Scenariusz 6. Dokumenty potrzebne w fazie ubiegania się o pracę</i>	51
<i>Scenariusz 7. Rozmowa kwalifikacyjna</i>	53
<i>Scenariusz 8. Poszukiwanie pracy</i>	55
<i>Scenariusz 9. Jak przygotować się do pierwszej rozmowy kwalifikacyjnej?</i>	56
<i>Scenariusz 10. Autoprezentacja (młodzież upośledzona umysłowo w stopniu lekkim)</i>	57
<i>Scenariusz 11. Rejestracja działalności gospodarczej</i>	59
<i>Scenariusz 12. Reklama drogą do sukcesu</i>	60
<i>Scenariusz 13. Reklama dźwignią własnego przedsiębiorstwa</i>	62
<i>Scenariusz 14. Zarządzanie personelem</i>	63
<i>Scenariusz 15. Budżet domowy</i>	64
<i>Scenariusz 16. Tworzenie budżetu domowego</i>	66
<i>Scenariusz 17. Pieniądz w gospodarce rynkowej</i>	67
<i>Scenariusz 18. Nowe państwa Unii Europejskiej a Polska w kontekście rozwoju gospodarczego</i>	69
<i>Scenariusz 19. Życiorys zawodowy i list motywacyjny</i>	71
<i>Scenariusz 20. Komunikacja interpersonalna w relacji uczeń – nauczyciel</i>	72
<i>Scenariusz 21. Komunikacja interpersonalna: Jak sobie radzić w sytuacjach konfliktowych?</i>	73
<i>Scenariusz 22. Konstruktywne radzenie sobie w sytuacjach konfliktowych</i>	77
<i>Scenariusz 23. Zasady racjonalnego wychodzenia z konfliktu</i>	85

WSTĘP

Podstawy przedsiębiorczości są najmłodszą dziedziną wiedzy wprowadzoną do szkół jako obowiązkowy przedmiot nauczania. Fakt ten był nieunikniony w związku z przemianami zachodzącymi w polskiej gospodarce oraz z procesami globalnymi, wyznaczającymi nowe kierunki życia społecznego. W społeczeństwach ponowoczesnych podstawą ekonomii jest kapitalizm, gdzie przedsiębiorczość nabiera szczególnego znaczenia i jest pojęciem fundamentalnym. Kojarzona jest dwukierunkowo. Z jednej strony z sukcesem gospodarczym i prowadzeniem własnej działalności gospodarczej, czyli z szeroko pojętą sferą ekonomiczno-finansową, z drugiej natomiast odpowiada cechom osobowości, takim jak operatywność, kreatywność. Człowiek przedsiębiorczy to człowiek z charyzmą. W związku z zaangażowaniem w podstawy przedsiębiorczości człowieka i jego działalności w życiu nie tylko gospodarczym i społecznym, ale również rodzinnym, przedmiot ten obok ekonomii obejmuje również tematy z psychologii, socjologii, zarządzania, prawa itd.

Podręczniki do nauki *podstaw przedsiębiorczości* podają różne definicje przedsiębiorczości; najogólniej można ją przedstawić jako „...zdolność do kreowania i zaspokajania potrzeb swoich i innych...”. Zgodnie z definicją, osoba przedsiębiorcza potrafi zidentyfikować potrzeby swoje i innych ludzi i zrealizować je. Motorem tego działania są nieograniczone potrzeby człowieka.

Głównym zadaniem nauczycieli *przedsiębiorczości* jest doskonalenie w uczniach umiejętności, które zawojują podejmowaniem w przyszłości racjonalnych decyzji, dostrzeganiem wokół siebie szans, które uczeń będzie mógł wykorzystać. Nauka przedsiębiorczości jest prostą drogą do gromadzenia przez uczniów wiedzy z zakresu zasad funkcjonowania gospodarki rynkowej, ekonomii, zarządzania, marketingu oraz wiedzy o sobie. W taką wiedzę powinien być wyposażony człowiek przedsiębiorczy.

Aby zgłębić ideę przedsiębiorczości w szkole, w prezentowanym opracowaniu przedstawiono propozycję scenariuszy lekcji przygotowanych przez nauczycieli biorących udział w „Kursie dla koordynatorów przedsiębiorczości w szkole”. Szkolenie to było zorganizowane przez Centrum Doradztwa i Doskonalenia Nauczycieli w Szczecinie w ramach wygranego grantu ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski. Przygotowana propozycja ma za zadanie podnieść atrakcyjność lekcji poprzez stworzenie nowych sytuacji w procesie dydaktycznym i wyrobić w uczniach poczucie odpowiedzialności za swoje postępowanie i funkcjonowanie zarówno w życiu rodzinnym, szkolnym, jak i przyszłym – zawodowym.

MATERIAŁY DYDAKTYCZNE WSPOMAGAJĄCE LEKCJE PODSTAW PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Konflikty społeczne

Aby zdefiniować konflikt społeczny, należy odpowiedzieć na pytanie: Czym jest konflikt? Jest to niewątpliwie pewnego rodzaju dysfunkcja w organizacji, społeczeństwie lub wyraz nieprzystosowania jednostki do społeczeństwa czy organizacji. Konflikt występuje zawsze tam, gdzie istnieje sprzeczność interesów co najmniej dwóch stron czy grup społecznych oraz:

- wytyczonych celów
- wyznawanych ideałów
- uznawanych wartości.

Rozwój techniczny, technologiczny i gospodarczy, ostra konkurencja w biznesie, rywalizacja – wszystkie te czynniki sprzyjają nie tylko postępowi cywilizacyjnemu, ale również nasilaniu się konfliktów na różnych płaszczyznach. Możemy zatem śmiało stwierdzić, że konflikt jest wszechobecny w każdej dziedzinie życia człowieka i wywołać go mogą różne przyczyny. Konflikt społeczny to rywalizacja grup społecznych reprezentujących odmienne poglądy, dążących do zdobycia konkretnych korzyści jakie daje zwycięstwo. Może to być zdobycie władzy czy pokonanie przeciwnika lub zneutralizowanie konfliktu przez osiągnięcie konsensusu.

Zatem konflikt społeczny można zdefiniować jako układ działań skierowanych na siebie co najmniej dwóch stron o odmiennych poglądach i dążących do innych celów.

Rodzaje konfliktów społecznych

Konflikty społeczne nabierają różnego charakteru w zależności od okoliczności występowania. Może to być:

- konflikt wewnętrzny
- konflikt interpersonalny
- konflikt wewnątrzgrupowy
- konflikt międzygrupowy
- konflikt międzynarodowy
- konflikt globalny.

Konflikt wewnętrzny

Można go określić jako walkę z sobą samym. Każdy z nas taką walkę stoczył nie jeden raz. Konflikt wewnętrzny to położenie na szali dwóch wartości, zazwyczaj sprzecznych, i zazwyczaj jednakowo dla nas atrakcyjnych, dokonanie wyboru między dobrem a złem (zwłaszcza gdy to drugie jest bardzo ciekawe i wzbudza dreszcz emocji); dochodzące do nas od osób trzecich (często dla nas ważnych, np. rodziców, nauczycieli czy przełożonych w pracy) sprzeczne informacje, nazywany również przez specjalistów „konflikt ról”, występujący u osób bardzo ugodowych i łagodnych, od których oczekuje się zajęcia stanowiska bardzo autorytatywnego.

Konflikt wewnętrzny przejawia się w dwóch aspektach – pozytywnym i negatywnym. Gdy dokonujemy dobrych społecznie wyborów, są one również dobre i dla nas (np. odrobieć lekcje – pójść do kina, zapalę papierosa, bo częstuje mnie dobry kolega, lub odmówię, choć wyśmieje mnie i nawet mogę stracić jego sympatię, gdyż wybieram zdrowie i życie bez nałogów); występuje tu aspekt pozytywny konfliktu wewnętrznego. Jednak długotrwała wewnętrzna walka może również doprowadzić do wielu lęków i napięć, które w efekcie utrudniają człowiekowi normalne funkcjonowanie. Osoba taka miewa trudności w stosunkach interpersonalnych w grupie, w szkole czy w pracy i w skrajnych przypadkach może się wycofać z życia społecznego. Napięcia spowodowane konfliktami wewnętrznymi doprowadzają do przejawiania przyczyn konfliktu i powodują osobie je przeżywającej więcej problemów przy ich rozwiązywaniu.

Konflikt interpersonalny

Jest to konflikt między dwiema lub większą liczbą osób. Przyczyną wadzi zazwyczaj bywa:

- różnica zdań i poglądów, np. różnica poglądów politycznych (często się mówi, że gdzie spotyka się dwóch Polaków, tam występują trzy poglądy)
- sprzeczność interesów
- rozbieżność celów
- rywalizacja między osobami, np. o przywileje, pozycję w grupie (klasie szkolnej)
- walka o nagrody itp.

Konflikt wewnątrzgrupowy

Funkcjonowanie grupy jest oparte na pewnych regułach postępowania jej członków. Każda grupa pilnuje hierarchii i rządzi się swoim kodeksem. Współżycie w grupie wymaga od jej członków podporządkowania się oraz pewnych ustępstw i rezygnacji ze swoich swobód na rzecz ogółu. Nie zawsze wszyscy przedstawiciele danej grupy zgadzają się z przyjętymi normami postępowania i nie wyrażają aprobaty na podporządkowanie się, co jest zjawiskiem konfliktogennym.

Wszyscy żyjemy i działamy w jakiejś grupie społecznej począwszy od naszej rodziny przez rówieśników i kolegów szkolnych do środowiska zawodowego. Postrzegamy inaczej wyznaczone cele oraz metody ich realizacji. Często mamy inne zdanie na dany temat lub po prostu zazdrościmy liderom grupy ich stanowiska, szacunku innych, dóbr materialnych itd. Wymienione czynniki (i wiele innych, niezawartych w tekście) są przyczyną konfliktu wewnątrz grupy. Jednak najczęstszym powodem jego wybuchu jest nadmierna troska o swój interes (często łamane są ogólnie przyjęte normy postępowania).

Konflikt w organizacji jest nieunikniony i stanowi niejako immanentną jej część, dlatego też rozwiązywanie sporów stanowi główny cel funkcjonowania wewnętrznego jej członków. Konflikt nie zawsze musi być destrukcyjny, może być również konstrukcyjny. A.J. DuBrin uważa, że siła tkwiąca w konflikcie może wpływać pozytywnie na:

- wzrost motywacji i energii, które można skierować na realizację celów organizacji;
- porozumienie wewnątrz grupy, ponieważ strony muszą uzasadnić swoje stanowiska, co doprowadza do lepszego zrozumienia istoty konfliktu;
- wzrost identyfikacji świadomości „ja” (jest to często przyczyną rozwikłania konfliktu wewnętrznego).

Każdy konflikt należy rozwiązać jak najlepiej, ponieważ źle rozwiązany prowadzi do nowych napięć i eskalacji problemów.

Konflikt międzygrupowy

Przechodząc do pojęcia konfliktu międzygrupowego, należy wyjaśnić pojęcie *procesy społeczne*. Posługując się interpretacją J. Szczepańskiego, procesy społeczne można określić jako splot zależności międzyludzkich, które w istotny sposób oddziałują na życie ludzkie.

Tak więc procesem społecznym nazywamy względnie jednorodne serie zjawisk powiązane zależnościami przyczynowymi lub strukturalno-funkcjonalnymi.

Procesy społeczne przybierają różną postać, a jedną z nich są właśnie konflikty między grupami. Znane są konflikty między warstwami społecznymi, które nabierają różnego charakteru. Mogą przebiegać w formie łagodnej (np. demonstracji niezadowolonych grup zawodowych przeciwko grupie rządzącej) lub w formie ostrej (np. otwartej walki przy użyciu broni). Różnorodność przejawów form w sytuacjach konfliktowych jest ogromna, jednak mogą one przybierać charakter:

- defensywny, np. obrona interesów grupy, swoich przywilejów
- ofensywny, np. wywalczenie nowych praw i przywilejów, których grupa nie posiadała.

Konflikty społeczne można podzielić również ze względu na sposób ich przejawiania się.

Wyróżniamy:

- konflikty jawne
- konflikty ukryte
- konflikty inspirowane i kierowane
- konflikty spontaniczne, inaczej żywiołowe

- konflikty ostre
- konflikty łagodne.

Wszystkie wymienione rodzaje konfliktów społecznych mogą ulegać deformacji, łączeniu oraz przeplataniu jednych z drugimi. I tak mogą powstać kombinacje konfliktów, np. konflikt jawny bądź ukryty może powstać w wyniku czyjejś inspiracji i kierowaniu lub jego przyczyna może być spontaniczna i żywiołowa.

Innego podziału konfliktów społecznych można dokonać ze względu na okres jego trwania, np.:

- konflikty długotrwałe – między klasami społecznymi na tle społeczno-ekonomicznym
- konflikty krótkotrwałe, tzw. efemeryczne, szybko ulegające dezaktualizacji.

Konflikt międzynarodowy

Konflikt międzynarodowy występuje między dwoma lub kilkoma państwami. Znamy z historii przykłady długoletnich i brzemiennej w skutki konfliktów międzynarodowych, gdzie jedno państwo występowało zbrojnie przeciwko drugiemu państwu. Współczesność też niestety dostarcza nam okrutnych przykładów konfliktów międzynarodowych. Ale konflikty między państwami nie muszą przybierać postaci otwartej walki zbrojnej; mogą to być również konflikty o charakterze gospodarczym, gdzie występuje ostra walka o rynki zbytu towarów i usług, dostępu do zasobów naturalnych. Znane są przykłady nakładania embarga przez jedno państwo na drugie, co w efekcie ogranicza jego rozwój ekonomiczny i gospodarczy.

Konflikt globalny

Aby zrozumieć definicję konfliktu globalnego, musimy przybliżyć i określić termin *globalizacja*. Globalizacja jest to proces nie tylko ekonomiczno-gospodarczy, ale także polityczny, społeczny, kulturowy, informatyczny. Jest to zatem proces zmierzający do integracji świata. Ma on swoich gorących zwolenników i przeciwników – antyglobalistów (ludzie zrzeszeni w tym ruchu sami siebie nazywają „alterglobalistami”). Już na samym wstępie wyjaśniania terminu mamy do czynienia z konfliktem globalnym, ponieważ zjawisko to podzieliło świat na dwa wspomniane wyżej „obozy”. Ale konflikty globalne to coś więcej; można podać wiele przykładów sytuacji konfliktogennych, a najważniejsze z nich to:

Środowisko naturalne na naszym globie. Zła gospodarka przestrzenna poszczególnych państw, przemysł, zła gospodarka odpadami to czynniki, które naruszają zasoby i obszary przyrodnicze a w szczególności: zasoby naturalne, obszary przyrodnicze prawnie chronione (parki narodowe i rezerwy przyrody), zasoby naturalne i obszary przyrodnicze, które mogą ulec szybkiej degradacji i zniszczeniu na skutek nadmiernej eksploatacji, ekosystemy świata naruszone przez złą gospodarkę (np. wycinanie lasów Amazonii), faunę morską przez różnego rodzaju katastrofy ekologiczne (np. wyciek ropy lub innej substancji do oceanów w wyniku czego zginęło tysiące ryb, ssaków morskich oraz ptaków) oraz budowę rurociągów gazowych i ropnych przez dno oceaniczne (z projektem budowy takiego rurociągu nie zgodzili się ekolodzy, którzy są przekonani, że jest ona zagrożeniem dla wielorybów szarych, których na całym świecie pozostało tylko 100 osobników).

Różnorodność wyznań religijnych i światopoglądowych. Konflikty na tle wyznań religijnych doprowadzały już wielokrotnie w historii świata do długoletnich wojen. W czasach nam współczesnych ten problem jest nadal otwarty.

Odmienność kultur narodowych i tradycji. Każdy naród ma odmienne tradycje i kulturę, które dzięki szybkiemu przepływowi informacji (Internet, telewizja, telefonia, a szczególnie komórkowa) i rozwojowi transportu (samoloty, pociągi osiągające szybkość nawet do 200 km/h, rozbudowa autostrad) doprowadziły do nadmiernej migracji ludności. Wynikiem tego jest przenikanie kultur i tradycji z jednego państwa do drugiego. Trend ten doprowadza również do konfliktów globalnych.

Ekspansywność przemysłu i gospodarki krajów bogatych na rynki krajów biedniejszych. Możemy zaobserwować w gospodarce światowej tendencję do rozszerzania działalności gospodarczej krajów bogatych na inne rynki. Generalnie jest to pozytywne zjawisko, jednak niesie za sobą poważne zagrożenia, np.:

- nadmierne wykorzystanie zasobów danego kraju
- zbyt niskie wynagrodzenie pracowników
- brak odpowiednich warunków zatrudnienia, np. łamanie praw pracowniczych, bhp itd.
- zła gospodarka odpadami przemysłowymi, co w efekcie prowadzi do skażenia środowiska naturalnego.

Rozwiązywaniu światowych konfliktów sprzyja wysoki poziom edukacji społeczeństw, duża kompetencja instytucji państwowych i społecznych.

Style rozwiązywania konfliktów

Wyróżniamy pięć stylów rozwiązywania konfliktów: 1) współpracę, 2) kompromis, 3) walkę, 4) unikanie, 5) uleganie.

W stylach można wyróżnić dwie płaszczyzny, to znaczy aktywność i otwartość stron.

Współpraca

Istotą tego stylu jest partnerstwo. Współpraca wymaga od stron zaangażowania emocjonalnego, umiejętności słuchania, wyrozumiałości, a przede wszystkim kreatywnego myślenia. Współpraca jest trudnym stylem przy rozwiązywaniu konfliktów, ponieważ przy wystąpieniu problemu emocje trudno trzymać na wodzy, a wyrozumiałość, tolerancję i umiejętność słuchania często zastępuje rozdrażnienie i zdenerwowanie. Dlatego współpraca jest częściej deklarowana przez strony niż stosowana w praktyce.

Kompromis

To sztuka polegająca na dojściu stron konfliktu do konsensusu. Kompromis wymaga od partnerów ustępstw z jednej i z drugiej strony. Efektem ma być wspólna płaszczyzna porozumienia. Styl ten stanie się podobny do ulegania w momencie, gdy jedna ze stron będzie rezygnowała z ważnych dla siebie spraw na korzyść drugiej. W ten sposób nie rozstrzygnie się problemu, ponieważ niezadowolenie strony ustępującej będzie jeszcze większe niż w chwili przystąpienia do rozwiązywania konfliktu.

Walka

Co oznacza termin *walka*, każdy z nas doskonale wie. Jest to dążenie do osiągnięcia swoich celów kosztem innych osób, przy zastosowaniu metody nacisku.

Walka to styl twardy i jednostronny, w którym wygrywa strona, która dyktuje warunki, a druga w zasadzie ma je biernie przyjąć. Stosowanie tego stylu jest bardzo ryzykowne. Niesie za sobą groźbę zerwania stosunków społecznych z partnerem. W tym stylu należy się wykazać wyczuciem i finezją, umieć wyczuć moment, w którym należy zmienić taktykę. Prowadzenie walki jednym stylem jest wyczerpujące zarówno pod względem psychicznym, jak i fizycznym. Każdy powinien zrozumieć, że walka bez umiaru nie ma sensu i gdy przekroczy się pewne granice, to walczą się dla samej walki, ztracając meritum sprawy.

Unikanie

„Gra na zwłokę”, tak najprościej można opisać powyższy styl. Charakterystyczny jest fakt, że jedna ze stron rezygnuje z realizacji własnych potrzeb, jak i potrzeb strony przeciwnej. Stosowane przez strony uniki mają na celu opóźnienie rozwiązania konfliktów lub ich samoistne wygaśnięcie. Jednak uników nie można stosować w nieskończoność, w końcu musi nadejść moment rozstrzygnięcia sporu. W przeciwnym razie jedna ze stron zaczyna manipulować drugą, a konflikt pozostanie nierozstrzygnięty.

Uleganie

W tej metodzie strony są do siebie przyjaźnie nastawione. Są skłonne do daleko idących ustępstw lub składają bardzo korzystne propozycje, by konflikt został jak najszybciej rozwiązany. Jednak w praktyce szybkie porozumienie nie oznacza osiągnięcia warunków dla nas korzystnych. Zwłaszcza gdy przeciwnik stosował inny styl rozwiązywania konfliktów, np. przyjął „twardą postawę”, stosując zastraszenie. Wówczas wobec takiej postawy naszego przeciwnika czujemy się bezbronni, stojąc na pozycji przegranej. Dlatego warto kierować się zasadą: *Ulegaj, wiedząc, dlaczego to robisz, a nie dlatego, że inaczej nie umiesz.*

Sztuka negocjacji i mediacji

Negocjacje

Negocjacje są sztuką porozumiewania się. I jest to sedno negocjacji: osiągnąć porozumienie, czyli uzyskać satysfakcjonujący wszystkie strony poziom rozwiązania.

Sprzeczne pragnienia, niezgoda między ludźmi, niezgodność interesów, odmienność poglądów wszystkie te czynniki (i wiele innych) wywołują konflikty. Aby jednak nie przerodziły się w walkę, potrzebne są pewne

ustalone reguły postępowania i łagodzenia sporów – negocjacje. W negocjacjach strony same próbują znaleźć porozumienie poprzez stosowanie różnych technik negocjacyjnych.

Na co dzień uczestniczymy w różnych sytuacjach konfliktowych, kierując się intuicją i wyczuciem. Gdy nie znamy podstaw teoretycznych, nie zawsze kończą się dla nas pomyślnie. W momencie gdy dajemy się ponieść emocjom, stoimy na przegranej pozycji, doprowadzamy do eskalacji konfliktu, osiągając odwrotny od zamierzonego skutek. Dlatego też znajomość sztuki negocjacji pozwala na zastosowanie zasad sprawdzonych; podtrzymanie kontaktu ze stroną konfliktu przeciwdziała manipulacji, co daje szansę na porozumienie.

Mediacje

Mediacje to sztuka rozwiązywania konfliktów, w której biorą udział trzy strony: dwie strony sporu oraz mediator. Mediatorem jest osoba zaproszona przez strony. Jej zadaniem jest doprowadzić do osiągnięcia porozumienia, jednak mediatorowi nie wolno podejmować decyzji lub opowiadać się za którąś ze stron konfliktu. Osoba mediatora musi działać na zasadzie bufora, czyli łagodzić napięcia, zadawać pytania pomagające wyjaśnić przyczynę konfliktu. Najlepszym efektem rozwiązania sporu jest stworzenie możliwości, by zwaśnione strony mogły wypowiedzieć swoje pretensje, żądania oraz odczucia. Zadaniem mediatora jest zapewnienie takiej atmosfery, w której obie strony mogą wysłuchać się nawzajem i wczuć się w położenie przeciwnika. Do porozumienia strony jednak muszą dojść same. Osiągnięte porozumienie w drodze mediacji jest najbardziej efektywne, ponieważ ich uczestnicy mają świadomość aktywnego udziału w sprawie, która ich bezpośrednio dotyczy.

Kodeks etyki mediatora tak określa jego działalność:

Podstawa działalności mediatora to poszanowanie praw, godności i wolności człowieka oraz stały własny rozwój etyczny i profesjonalny.

Skutki konfliktów społecznych

Konflikty społeczne same w sobie nie są ani dobre, ani złe; dopiero podejście do konfliktu nadaje mu wartości negatywne lub pozytywne. Rozwiązywanie konfliktów w niewłaściwy sposób może doprowadzić do jego eskalacji a tym samym do daleko idących strat społecznych. I odwrotnie, konflikty prowadzone za pomocą obiektywnych kryteriów z zastosowaniem szerokiego wachlarza alternatywnych rozwiązań mogą być rozwiązane pozytywnie.

Sztuka negocjacji

Negocjacje pojawiają się wszędzie tam, gdzie występuje współzależność. Dwuletnie dziecko, chcąc dostać od mamy zabawkę, będzie tupać nóżkami, płakać tak długo, aż mama ustąpi i da mu upragnioną rzecz. Czyż to nie jest negocjacja? Cel został osiągnięty, negocjator (nasz dwulatek) otrzymał to, na czy mu zależało. Chłopcy w przedszkolu kłócą się o czerwony samochód. Właśnie w tej chwili wszyscy jednocześnie upatrzyli sobie ten egzemplarz. Zaczynają „negocjować”, który ma się nim bawić pierwszy. I tu następuje „konflikt interesów”, chłopcy nie potrafią dojść do konsensusu. Włącza się w negocjacje „mediator” (pani wychowawczyni) i rozstrzyga spór. Czyż to nie jest sztuka negocjacji?

Starsza młodzież jest już mistrzem w tej dziedzinie. W pięknym stylu potrafi wynegocjować najkorzystniejsze warunki sprawdzianu czy ocenę (oczywiście na swoją korzyść). Wreszcie my, ludzie dorośli, negocjujemy każdego dnia w pracy, w sklepie, w urzędach, załatwiając różne sprawy, i oczywiście w domu z najbliższymi. Mogę się w tym miejscu pokusić o stwierdzenie, że każdy z nas jest dobrym negocjatorem.

Jak zatem zdefiniować termin *negocjacje*? Autor podręcznika „Szansa dla przedsiębiorczych”, Marian Pietraszewski, tak definiuje negocjacje: *To każda rozmowa, której celem jest uzgodnienie stanowiska w danej sprawie, czyli porozumienie się.* W innym podręczniku przedsiębiorczości autorstwa Filipa Żurawskiego „Podstawy przedsiębiorczości” znalazłam skróconą wersję tej definicji: *Negocjacje są sztuką porozumiewania się.* Osiągnąć porozumienie, to uzyskać satysfakcjonujący wszystkie strony poziom rozwiązania.

Konflikt przyczyną negocjacji

Sprzeczne pragnienia, niezgoda między ludźmi, niezgodność interesów, odmienność poglądów – wszystkie te czynniki (i wiele, wiele innych) wywołują konflikty. Aby jednak nie przerodziły się w walkę, potrzebne są pewne ustalone reguły postępowania i łagodzenia sporów – negocjacje.

Jak już wspomniałam we wstępie, uczestniczymy na co dzień w różnego rodzaju sytuacjach konfliktowych. Usiłujemy na swój sposób negocjować, ale nie mając podstaw teoretycznych, kierujemy się intuicją i wyczuciem z różnym skutkiem. W momencie gdy dajemy się ponieść emocjom, stoimy już praktycznie na przegranej pozycji. Doprowadzamy do eskalacji konfliktu, osiągając odwrotny od zamierzonego skutek.

Dlatego znajomość sztuki negocjacji pozwala na zastosowanie sprawdzonych zasad, podtrzymanie kontaktu ze stroną konfliktu; przeciwdziałania manipulacji, co daje szansę na porozumienie się.

Sposoby rozstrzygnięcia konfliktów:

- rozstrzygnięcie konfliktów za pomocą siły. Strony chcą osiągnąć w walce realizację swoich interesów;
- w celu osiągnięcia konsensusu jedna ze stron ustępuje na korzyść drugiej;
- rozstrzygnięcie konfliktu następuje w drodze negocjacji.

Przystępując do negocjacji, musimy pamiętać, że nie zawsze osiągniemy to, na czym nam zależy. Wynika to z prostej przyczyny: druga strona chce również osiągnąć dla siebie jak najlepsze warunki. Sytuację taką w literaturze przedmiotu określa się terminem „możliwy do zaakceptowania”. Do procesu negocjacyjnego przystępujemy więc z założeniem, że nie osiągniemy wszystkich celów. Ich poziom powinien być jednak satysfakcjonujący. Uczestnicy, chcąc uniknąć dużego rozczarowania, powinni przyjąć postawę elastyczną, ponieważ finał może być zaskoczeniem dla wszystkich zainteresowanych. Poza tym należy być dobrze przygotowanym do spotkania z „przeciwnikiem”; jest to połowa sukcesu. „Należy przygotować się na najgorsze, a walczyć o najlepsze”.



Połowa sukcesu tkwi w dobrym przygotowaniu się do negocjacji!

Rodzaje negocjacji

Negocjacje pozycyjne „twarde i miękkie”

Z negocjacjami pozycyjnymi spotykamy się każdego dnia, dokonując zakupów w sklepie czy na targowisku. Wszyscy znamy zasady sprzedaży. Sprzedawca określa cenę towaru, a my dokonując zakupu, godzimy się na nią. Obie strony akceptują warunki i dochodzą do porozumienia. Natomiast jeżeli nie akceptujemy warunków, dochodzi do zerwania transakcji lub usiłujemy się targować, by uzyskać jak najlepszą dla siebie cenę.

Następny przykład negocjacji pozycyjnych to wszelkiego rodzaju spory płacowe w zakładach pracy. W obecnej dobie z takimi konfliktami spotykamy się codziennie. Wystarczy włączyć telewizor czy radio, by dowiedzieć się, który zakład nie pracuje z powodu strajku pracowników, którzy nie zgadzają się z wysokością płac czy z niewypłaceniem im zaległych pensji. W takiej sytuacji przegrywa ta strona, która jest mniej odporna na presję drugiej strony. Np. pracodawca przedstawia kwotę podwyżki, której pracownicy nie akceptują. Pertraktacje trwają tak długo, aż dojdą do porozumienia lub jedna ze stron zaakceptuje warunki drugiej.

Negocjacje pozycyjne mają swoje wady:

- Strony utożsamiają stanowisko ze swoją osobą w tak silny sposób, że często nie dopuszczają możliwości innego alternatywnego rozwiązania. Im dłużej broni się swojej racji, a finał negocjacji jest inny niż nasze oczekiwania, tym częściej zagraża to poczuciu naszej wartości. Obrona stanowiska staje się sprawą chroniącą naszą godność.
- Uczestnicy, chcąc uzyskać za wszelką cenę najbardziej korzystne dla siebie warunki, często uciekają się do różnych metod (nie zawsze czystych, np. kłamstw, gróźb). Tkwią w uporze przy swoich racjach. Stosują metodę „małych ustępstw”, aby nie urwać kontaktu ze stroną przeciwną. To wszystko przedłuża proces negocjacyjny.
- Nawet jeżeli strony dojdą do porozumienia, to późniejsza współpraca w zespole nie układa się najlepiej. Pozostają zazwyczaj nieprzyjemne wspomnienia i długotrwałe urazy.

Negocjacje miękkie nie mają za zadanie wygranie sporu za wszelką cenę. W tej metodzie strony są do siebie przyjaźnie nastawione. Traktują swoich partnerów jak przyjaciół, a nie jak wrogów. Są skłonne do daleko idących ustępstw lub składają bardzo korzystne oferty. Uczestnicy tego rodzaju negocjacji unikają konfrontacji i aby zapobiec konfliktowi, bardzo szybko dochodzą do porozumienia. Jednak w praktyce szybkie porozumienie nie oznacza, że osiągnęliśmy warunki zadowalające nas, zwłaszcza gdy przeciwnik stosował inną technikę negocjacyjną, a mianowicie „twardą postawę”, stosując zastraszenie. Wówczas wobec takiej postawy naszego przeciwnika czujemy się bezbronni, stojąc na pozycji przegranej.

Negocjacje na dwóch poziomach

Ta metoda pozwala na wybranie trzeciego wyjścia. Proces negocjacji rozkłada się na dwie płaszczyzny:

- pierwsza to przedmiot negocjacji,
- druga to technika negocjacyjna.

To my decydujemy, w jaki sposób będziemy prowadzić rozmowy: metodą miękką, twardą czy w zupełnie innym stylu. Jeżeli jednak chcemy wyjść poza style pozycyjne, powinniśmy zdawać sobie z tego sprawę. Metoda ta ma jednak swój cel, a mianowicie ma doprowadzić do efektywnego i polubownego rozwiązania sprawy. Nosi nazwę „negocjowanie oparte na zasadach” i sprowadza się do następujących reguł:

1. Oddziel ludzi od problemu.
2. Koncentruj się na interesach, nie na stanowiskach.
3. Wytwarzaj wiele różnorodnych alternatyw rozwiązania problemu, zanim podejmiesz decyzję.
4. Nalegaj na to, by rozstrzygnięcie opierało się na obiektywnych kryteriach.

Pierwsza zasada odnosi się do ludzkich emocji. Nie jesteśmy bezdusznymi maszynami i niełatwo jest nam nie angażować naszych emocji, gdy stajemy do negocjacji o ważną dla nas sprawę. Jednak w powyższej zasadzie należy atakować problem, a nie siebie nawzajem.

Druga zasada zwraca uwagę, że meritum sprawy tkwi w interesach, które spowodowały spotkanie się stron, a nie w uzgodnieniu stanowisk, gdyż takie podejście może zniekształcić obraz, a uzyskany kompromis na podstawie stanowisk (bez wyodrębnienia potrzeb) nie zawsze musi być zadowalający.

Trzecia zasada dotyczy trudności, jakie napotykają negocjatorzy przy próbie uzyskania konsensusu. Działania podejmowane są zazwyczaj pod presją drugiej strony, co niekorzystnie wpływa na psychikę osób naciśkanych. Ta zasada wymaga dłuższego czasu do stworzenia alternatywnych pomysłów, dających optymalne rozwiązanie.

Czwarta zasada dotyczy sytuacji, gdy obie strony obstają przy swoich racjach i metodach negocjacji. Wyjściem z takiej sytuacji patowej jest opieranie się na obiektywnych i uczciwych kryteriach, niezależnych od woli obu stron.



Nie jesteśmy maszynami i trudno nam oddzielić emocje od spraw, które załatwiamy.

Zasady negocjacji

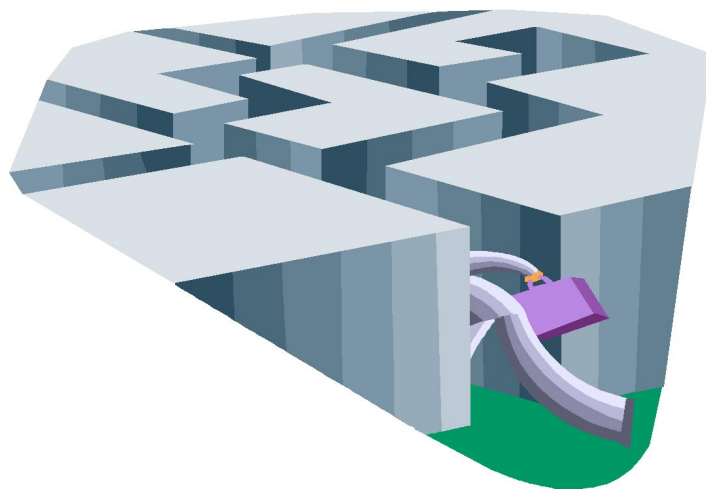
Negocjacje są częścią życia społecznego i zawodowego. Celem ich jest, jak już wielokrotnie podkreślałam, sprawne i polubowne osiągnięcie porozumienia. Bez względu na temat sporu strony określają swoje stanowiska i informują o nim partnerów rozmów. Negocjatorzy wybierają styl i techniki, jakimi będą prowadzić negocjacje, jednak nie mogą zapominać o przestrzeganiu zasad ich prowadzenia.

Oto kilka z nich:

1. Negocjacje należy zaczynać od spraw, w których stanowiska są zbliżone.
2. Należy się dobrze przygotować, niezależnie od skali trudności negocjacji.
3. Nie należy targować się o drobiazgi.
4. Należy być bardzo czujnym, czy dana chwila jest chwilą mówienia czy milczenia.
5. Najpierw należy pomyśleć nad tym, co się chce powiedzieć, a później mówić.
6. Należy nauczyć się sztuki milczenia z pełnym zainteresowaniem.
7. Trzeba być przygotowanym na wszystko.
8. Zejść na płaszczyznę rozmówcy.
9. Zamiast mówić: „Nie zgadzam się z tym, ponieważ...”, należy mówić: „Nie sądzi pan, że...”.
10. Im ktoś głośniejsze mówi do ciebie, tym ty mów ciszej.
11. Nie należy podpisywać porozumień i uzgodnień, na których są puste miejsca.
12. Niewiedza w negocjacjach dużo kosztuje.
13. Należy korzystać z pomocy ekspertów.
14. W negocjacjach nie ma miejsca na zmęczenie, niegrzeczność, niekompetencje.

Nie podejmuje się negocjacji, gdy:

1. Szanse są niewielkie.
2. Nie ma się nic szczególnego do zaoferowania drugiej stronie.
3. Nie ma się wiele do zyskania.
4. Jesteśmy nadmiernie zdenerwowani.
5. Istnieją inne, mniej pracochłonne czy kosztowne sposoby realizacji celów.



Po co się trudzić, gdy istnieje łatwiejsza droga do osiągnięcia celu.

Niestety, jest prawdą niezaprzeczalną, że w życiu, i tak samo w negocjacjach, czas jest elementem, którego nie da się odtworzyć, czy zatrzymać. Ta sama reguła dotyczy słów. Wypowiedzianych nie można cofnąć, można jedynie bardzo się natrudzić, aby zniwelować ich skutek, a czasami można się tylko bardziej pogрузić.

Złota reguła negocjacji 20:80 mówi:

Prawidłowością negocjacji jest to, że 80% ustępstw ma miejsce w ciągu ostatnich 20% czasu trwania negocjacji.

Z reguły tej jasno wynika, że pośpiech jest złym czynnikiem. Prawdziwe więc jest powiedzonko, że pośpiech jest wskazany jedynie przy łapaniu pcheł.

Sztuka negocjacji polega na dopasowaniu werbalnym i niewerbalnym oraz komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Badania prowadzone przez naukowców dowodzą, że tylko 7% informacji przekazywanych jest przez wypowiedane słowa, 38% dostarcza brzmienie głosu, jego modulacja, ton, a aż 55% treści wiadomości przekazuje mowa ciała. Dane te są dowodem na to, że partnerzy porozumiewają się całym ciałem. Jeżeli chcemy być dobrymi negocjatorami, ważne jest, aby doskonalić sztukę opanowania:

- komunikacji interpersonalnej,
- komunikacji werbalnej,
- komunikacji niewerbalnej.

Jednak te umiejętności nie czynią z nas jeszcze mistrzów. Musimy poznawać różne style i techniki bardzo przydatne w wymienionych komunikacjach.

Style negocjacji

Styl w negocjacji to postawa, jaką przyjmuje negocjator w stosunku do strony przeciwnej. Jest to pewna przyjęta koncepcja w odniesieniu do rozwijającej się sytuacji. Jest to również elastyczność negocjatora do odpowiedniego reagowania.

Występuje pięć głównych stylów negocjacji:

- 1) dominacja
- 2) dostosowanie się
- 3) unikanie
- 4) kompromis
- 5) negocjacje interaktywne (wokół meritum).

Dominacja

Co oznacza termin dominacja, każdy z nas doskonale wie. Jednak przypomnę, że jest to dążenie do osiągnięcia swoich celów kosztem innych osób.

Styl dominacji występuje przy założeniach:

- za cel stawiaj sobie zwycięstwo,
- żądaj ustępstw jako warunku wzajemnych stosunków,
- bądź twardy w stosunku do ludzi i problemu,
- nie ufaj innym,
- okop się na swoim stanowisku,
- stosuj groźby,
- wprowadzaj w błąd co do dolnej granicy porozumienia,
- żądaj jednostronnych korzyści jako warunku zawarcia porozumienia,
- poszukaj jednego rozwiązania, tego, które ty akceptujesz,
- upieraj się przy swoim stanowisku,
- staraj się wygrać wolą walki,
- wywieraj presję.

Jak wynika z powyższych zasad, jest to styl twardy i jednostronny. W dominacji wygrywa jedna strona, ta, która dyktuje warunki. Stosowanie tego stylu jest bardzo ryzykowne. Niesie za sobą groźbę zerwania pertraktacji oraz braku zaufania do strony przeciwnej.

Dostosowanie się

Istotą tego stylu jest zrezygnowanie ze swoich potrzeb na korzyść strony przeciwnej dla utrzymania z nią dobrych stosunków.

Uczestnicy negocjacji kierują się następującymi zasadami:

- są przyjaciółmi,
- celem ich jest porozumienie,
- ustępują, by pielęgnować wzajemne stosunki,
- są elastyczni w stosunku do ludzi i problemu,
- ufają innym,

- łatwo zmieniają stanowisko,
- składają oferty,
- odkrywają dolną granicę porozumienia (minimum tego, co można zaakceptować),
- akceptują jednostronne straty w imię osiągniętego porozumienia,
- poszukują jednego rozwiązania, takiego, które inni zaakceptują,
- upierają się przy porozumieniu,
- starają się unikać woli walki,
- poddają się presji.

Muszą jednak wziąć pod uwagę groźbę utraty autorytetu w oczach strony przeciwnej, jak również narażenia się na całkowitą utratę wizji własnych celów, jakie miały być rezultatem tych pertraktacji.

Unikanie

„Gra na zwłokę” – tak najprościej można opisać powyższy styl. Jedna ze stron rezygnuje z dochodzenia swoich racji. Stosuje wszelkiego rodzaju uniki mające na celu opóźnienie rozmów lub liczy na samoistne wygaśnięcie konfliktu.

Negocjacje interaktywne (wokół meritum)

Zasady stylu interaktywnego zostały opracowane przez amerykańskich autorów: F. Fishera i W. Ury'ego.

Wyróżniamy w nich cztery podstawowe reguły postępowania:

- 1) oddziel ludzi od problemu,
- 2) skoncentruj się na interesach, a nie na stanowiskach,
- 3) opracuj możliwości korzystne dla obu stron,
- 4) upieraj się przy stosowaniu obiektywnych kryteriów.

Negocjatorzy w zależności od rozstrzyganej sprawy wybierają taki styl, jaki jest im w danym momencie najbardziej przydatny i zapewni powodzenie w przeprowadzanych transakcjach.

Komunikacja w negocjacjach

Istotą negocjacji jest proces porozumiewania się w taki sposób, aby umożliwić podjęcie wspólnej decyzji przez zainteresowane strony. Bardzo pomocne do osiągnięcia zamierzonych celów są techniki zdobywania sympatii. Bo przecież dużo łatwiej i przyjemniej współpracuje się z osobami, które darzymy sympatią, które często się uśmiechają, które potrafią nas słuchać z zainteresowaniem oraz umieją nas docenić, prawiąc jakiś miły komplement. Wymienione przeze mnie atrybuty miłej osoby to nic innego jak właśnie techniki zdobywania sympatii.



Nie wystarczy mówić do rzeczy, trzeba jeszcze mówić do ludzi.

Uśmiech

Uśmiech zaspokaja potrzeby akceptacji, podziwu, ważności, pozyskania uwagi. Jest wyrazem sympatii i przyjaźni, a te z kolei są oznaką bezpieczeństwa i spokoju. Miły i szczerzy uśmiech przyciąga ludzi, szydlerczy i nieszczerzy odpycha. XIX-wieczny filozof Christian Nestell Bovee zaobserwował, że *ze sposobu uśmiechania się można poznać charakter człowieka. Są ludzie, którzy nigdy się nie uśmiechają, a tylko szczerzą zęby*. Natomiast John Casper Lavater, teolog szwajcarski, tak określał osoby o niemiłym uśmiechu: *Niemiły uśmiech jest bardziej odpychający niż wyraz dezaprobaty. Jednak osobiście uważam, że najpiękniejszy sposób uśmiechania to uśmiech oczami. Nie bez potwierdzenia filozofowie uważają, że „oczy są zwierciadłem duszy”. To oczy mówią o naszym nastroju i ten uśmiech dodaje osobie jakiegoś ciepła i magnetyzmu. Zawsze zdradzą, czy uśmiech jest powierzchowny i wymuszony, czy głęboki i szczerzy*.

Słuchanie z zainteresowaniem

Każdy z nas lubi, jak się go słucha. Nie ma nic bardziej denerwującego niż słuchacz wodzący oczami po suficie i bezmyślnie potakujący od czasu do czasu. Słuchanie, jak każdą sztukę, można doskonalić. **„Natura dała człowiekowi dwoje uszu, a tylko jeden język – w związku, z czym należy dwa razy więcej słuchać niż mówić”**

Uważne słuchanie ma miejsce wówczas, gdy:

- 1) właściwie rozumiemy co się do nas mówi,
- 2) nie mówimy, kiedy do nas mówią,
- 3) powodujemy, aby rozmówca nie czuł się skrępowany,
- 4) wykazujemy zainteresowanie,
- 5) patrzymy w oczy,
- 6) nie robimy niczego, co rozprasza uwagę,
- 7) stwarzamy warunki ciszy i skupienia,
- 8) wykazujemy cierpliwość.

Komplement

Komplement to podkreślenie jakiejś cechy u drugiej osoby. Aby komplement był skuteczny, a tym samym miły, musi spełniać następujące cechy:

- 1) musi być jednoznaczny,
- 2) nie może być przesadny,
- 3) musi eksponować cechy pozytywne, które mają wartość dla drugiej strony,
- 4) nie może mieć charakteru dydaktycznego (pouczającego),
- 5) nie może być połączony z negatywną oceną innej cechy.

Do każdego człowieka podchodzimy z uśmiechem i chwalimy to, co jest pochwałą godne.

W powyższym opracowaniu ujęłam tylko znikomą część sposobów skutecznych negocjacji. Moim zamiarem było przedstawić, że nie tylko biznesmeni, politycy i „ważni ludzie” prowadzą negocjacje i w tej sztuce muszą się doskonalić, ale my, pozostali „śmiertelnicy”, stosujemy na co dzień metody negocjacyjne. Nikt z nas jednak nie zastanawia się w danej chwili, czy jest to rodzaj negocjacji pozycyjny miękki czy twardy. Załatwiając sprawę w urzędzie, uśmiechamy się miło do pani w okienku i nie zastanawiamy się, że właśnie zastosowaliśmy jedną z technik zdobywania sympatii. Jest to wynik naszego wychowania, a nie wyrachowania. Bądźmy zatem dobrymi słuchaczami, obdarowujmy się komplementami i uśmiechajmy się do siebie, ponieważ w dzisiejszych trudnych czasach jest nam to potrzebne jak świeże powietrze.

Opracowano w oparciu o wykład dr Grażyny Rosy,
pracownika Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług
Uniwersytetu Szczecińskiego.

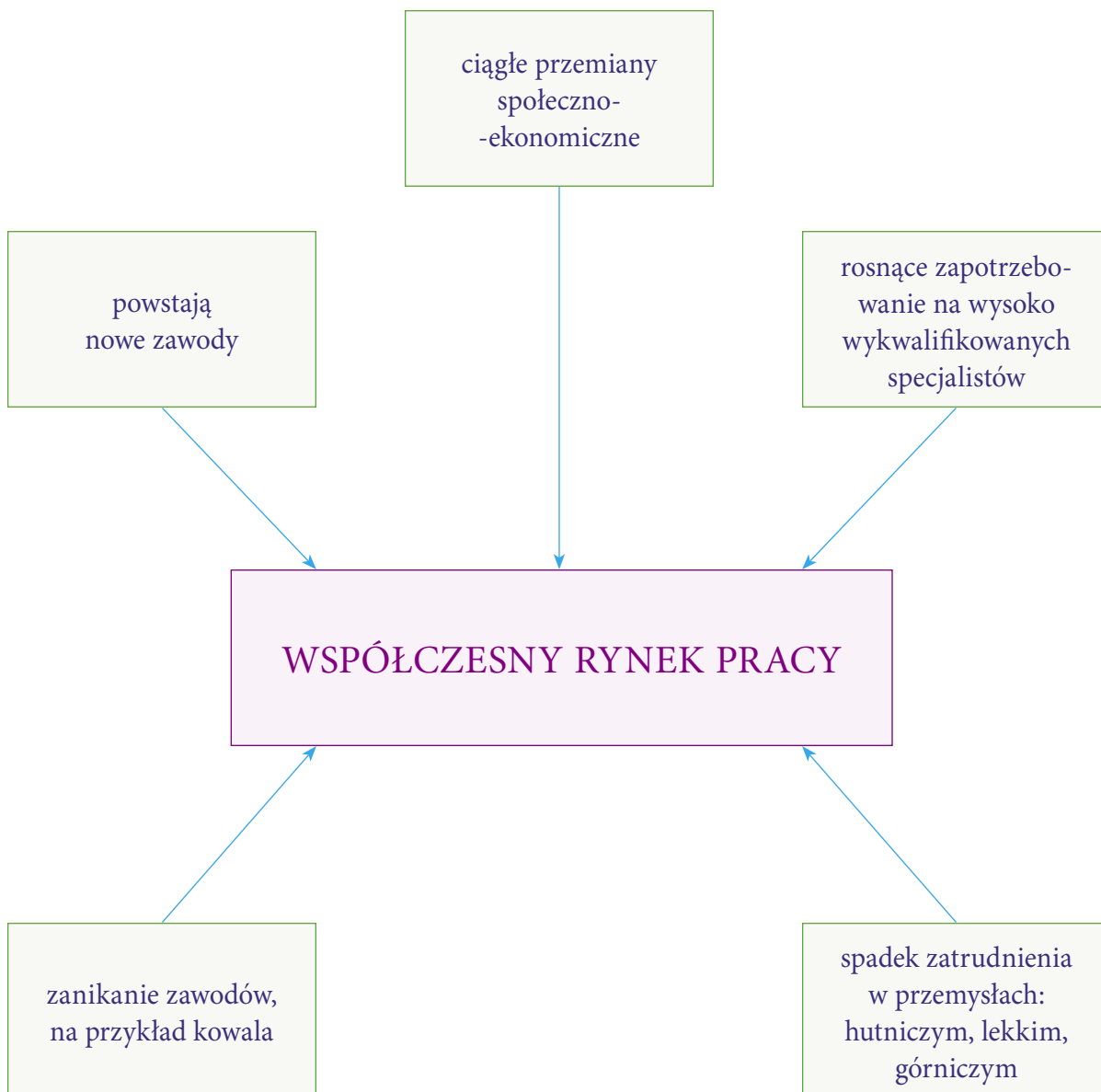
Planowanie kariery zawodowej

1. Kryteria wyboru drogi zawodowej

Omawiając kryteria wyboru drogi zawodowej, należy wyjaśnić takie terminy, jak: *zawód*, *wykształcenie*, *kwalifikacje*.

- Zawód to wykonywanie zespołu czynności społecznie użytecznych, wyodrębnionych na skutek podziału pracy, wymagających od pracownika wiedzy i umiejętności, powtarzanych systematycznie i będących źródłem utrzymania dla pracownika i jego rodziny (T. Nowicki).
- Wykształcenie to proces uczenia się instytucjonalnego, podczas którego człowiek zdobywa potrzebną wiedzę i doświadczenie. Ulegają one ciągłym modyfikacjom i zmierzają do osiągnięcia celu, którym jest zakończenie edukacji na danym poziomie i uzyskanie świadectwa lub dyplomu (szkoła podstawowa, gimnazjum, szkoła ponadgimnazjalna, uczelnia wyższa itp.).
- Kwalifikacje to przygotowanie i wykształcenie potrzebne do wykonywania określonego zawodu, to także uzdolnienia do wykonywania określonych zadań, uprawnienia do działań i wyrażanie ocen i sądów przez pracownika, niezbędnych do wypełniania funkcji zawodowych.

Uwarunkowania współczesnego rynku pracy



Człowiek dokonując wyboru drogi zawodowej, kieruje się wieloma czynnikami. Literatura przedmiotu przedstawia teorie wyboru zawodu takie, jak:

- Cechy człowieka. Wybór drogi zawodowej jest przede wszystkim uzależniony od uwarunkowań psychicznych i psychomotorycznych. Następne czynniki kształtujące wybór zawodu to uzdolnienia, zainteresowania, temperament, motywacja oraz energia niezbędna do działania.
- Potrzeby. Wybierając konkretny zawód, kierujemy się chęcią realizacji potrzeb z piramidy Masłowa, počawszy od potrzeb fizjologicznych (żywność), a kończąc na potrzebie samorealizacji (osiągnięcia zawodowe). Wybrany zawód powinien spełniać oczekiwania i zaspokajać ambicje. Do osiągnięcia najwyższego poziomu w piramidzie Masłowa potrzebna jest niezbędna wiedza o wybranym zawodzie i zawodach w ogóle oraz o sobie samym.

WYBÓR DROGI ZAWODOWEJ



- Energia życiowa. A. Roe stworzył teorię, którą nazwał „Osobowościowa teoria wyboru kariery”. Najważniejsze założenia tej teorii odnoszą się do wydatkowania sił witalnych, które wpływają na:
 - rozwój zdolności w określonej dziedzinie,
 - kształtowanie się hierarchii potrzeb człowieka,
 - indywidualny rozwój każdego człowieka,
 - ogólny stan satysfakcji, np. z pierwszego wrażenia lub frustracji.Z powyższej teorii wynika, że przy wyborze zawodu adekwatnego do naszych uwarunkowań psychicznych i psychomotorycznych potencjał energii życiowej odgrywa doniosłą rolę.
- Wybór i decyzja. Te czynniki decydują o zachowaniach zawodowych, których głównymi założeniami wg E. Ginzberga są:
 - wybór zawodu jako złożony proces rozwoju człowieka, stanowiący wynik długoletniego kształcenia i przygotowania,
 - wybór zawodu jako zbiór wartości człowieka, poziomu wykształcenia, wpływu środowiska i czynników emocjonalnych,
 - wybór zawodu jako konsekwencja prób i błędów, fantazji oraz realiów,
 - wybór zawodu jako preferencje rozwijane od dzieciństwa i pogłębiane z upływem lat.

2. Uwarunkowania współczesnego rynku pracy

- Współczesny rynek pracy ulega ciągłym przemianom. Na taki stan rzeczy składają się czynniki ekonomiczne kraju, rozwój społeczny oraz rozwijające się technologie. Dokonując analizy rynku pracy, można zauważyć, że jedne zawody zanikają, np. zdun, kowal, a inne powstają. Jest to związane ze zmianą tech-

nologii stosowanych w przemyśle różnych gałęzi, w związku z czym powstają nowe zawody i rośnie zapotrzebowanie na coraz lepiej wykształconych specjalistów.

- W wyniku badań prowadzonych w Polsce stwierdzono, że do roku 2010 drastycznie spadnie zapotrzebowanie na pracowników w takich gałęziach przemysłu, jak: hutnictwo, górnictwo, transport, przemysł lekki, przetwórstwo itd. Wzrośnie natomiast zapotrzebowanie na takie dziedziny, jak: badania naukowe, prawo, oświata, szeroko rozumiane doradztwo, reklama, media, hotelarstwo, informacja, opieka zdrowotna itd.
- Systematyczne analizy współczesnego rynku pracy przeprowadzane przez Instytut Spraw Publicznych określają, że w Polsce rośnie zapotrzebowanie na specjalistów o wysokich kwalifikacjach oraz na pracowników bardzo mobilnych, tzn. takich, którzy będą potrafili przekwalifikować się i dostosować do nowych zadań i obowiązków. Te same badania dowodzą, że współczesny człowiek pracujący zawodowo będzie musiał co najmniej sześć-, siedmiokrotnie zmienić swoją profesję, by utrzymać się na rynku pracy.
- Zawody przyszłości:
 - menadżerowie,
 - projektanci systemów komputerowych,
 - programiści komputerowi,
 - finansiści,
 - handlowcy,
 - ochroniarze mienia,
 - asystenci szefów,
 - hotelarze,
 - informatycy,
 - opiekunowie starszych osób,
 - negocjatorzy itd.

3. Katalog umiejętności i postaw oczekiwanych na rynku pracy

Nie istnieje uniwersalny katalog umiejętności i postaw oczekiwanych od kandydatów na rynku pracy. Z badań i obserwacji można wyłonić oczekiwania pracodawców wobec potencjalnych pracowników, zwłaszcza absolwentów szkół rozpoczynających swoją karierę zawodową.

Oto najważniejsze z nich:

- ukończona szkoła wyższa,
- znajomość języków obcych dająca możliwość swobodnego posługiwania się językiem w mowie i piśmie,
- pełna dyspozycyjność na potrzeby firmy,
- gotowość podjęcia pracy w oddziale firmy w innym mieście,
- umiejętność pracy w zespole,
- otwartość na nowe zadania,
- umiejętność nawiązywania kontaktów,
- odporność na stres i umiejętność radzenia sobie z nim,
- powściągliwość i opanowanie emocji w sytuacjach ekstremalnych,
- posiadanie prawa jazdy,
- znajomość obsługi komputera i Internetu,
- kształcenie ustawiczne,
- odwaga i niezależność w myśleniu i działaniu,
- wytrwałość w dążeniu do celu,
- skłonność do poznawania nowych rzeczy.

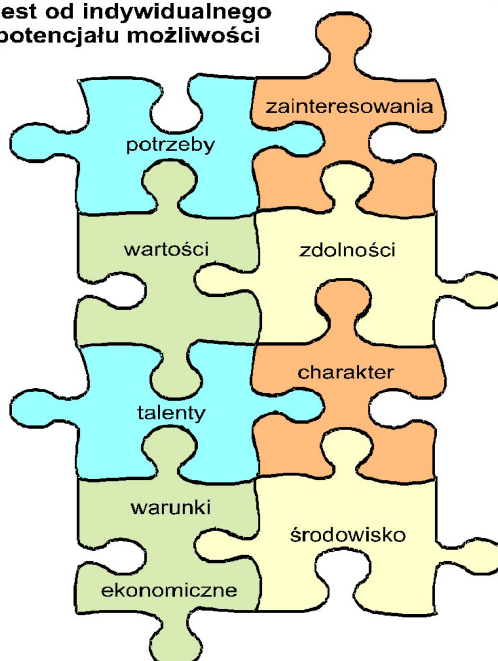
4. Planowanie własnego rozwoju i formy urzeczywistnienia planu

Planowanie własnego rozwoju zawodowego to proces ciągły i złożony, dlatego też powinien być przemyślany i dokładnie zaplanowany. Rozwój zawodowy jest uzależniony od indywidualnych predyspozycji każdego człowieka.

Planując karierę, należy dokonać samooceny swoich możliwości i przedsiębiorczego potencjału, pamiętając, że nasz rozwój jest uzależniony od:

- potrzeb,
- zainteresowań,
- hierarchii wartości,
- zdolności,
- talentów,
- cech charakteru,
- uwarunkowań psychicznych i psychomotorycznych,
- warunków ekonomicznych,
- środowiska,
- rynkowego zapotrzebowania na określone zawody.

Planowanie własnego rozwoju uzależniony jest od indywidualnego potencjału możliwości



Należy pamiętać, że nasz rozwój zależy przede wszystkim od naszej systematyczności i cierpliwości w dążeniu do celu, ciekawości świata i umiejętności wzbudzania w sobie zainteresowań, a w konsekwencji od naszego wykształcenia.

Znając dobrze siebie i swoje potrzeby, jesteśmy w stanie zaplanować swoje życie i trafnie dokonywać wyborów. W ustaleniu autoportretu swojego „ja” pomogą nam cztery pytania:

- Kim jestem?
- Jakie są główne cele mojego życia?
- Jakie motywy mną kierują?
- Jakimi metodami osiągnę cele?

5. Przygotowanie startu zawodowego

Po ukończeniu szkoły ponadgimnazjalnej lub wyższej absolwenci aktywnie poszukujący pracy powinni się do tego starannie przygotować. Pierwszą czynnością musi być znalezienie potencjalnego pracodawcy. Najpowszechniejszy jest podział firm na państwowe i prywatne.

- Firmy państwowe:
 - powstają i funkcjonują w oparciu o przepisy, ustawy itd.,
 - mają ściśle określone zadania firmy i wszystkich pracowników,
 - wakaty powstają najczęściej w wyniku ruchów kadrowych (emerytury, przechodzenie pracowników do innych firm, urlopy macierzyńskie, służba wojskowa, awans i inne).

- Firmy prywatne:
 - powstają i działają w oparciu o akty prawne, jednak ich funkcjonowanie jest uzależnione od wolnego rynku,
 - właściciele i menadżerowie podejmują decyzje w oparciu o koniunkturę gospodarczą rynku,
 - sytuacja na rynku jest głównym czynnikiem decydującym o potrzebach zatrudnienia.

Absolwenci wyposażeni w taką wiedzę mogą wykonać następny krok w przygotowaniu swojego startu zawodowego, sporządzając potrzebne dokumenty dla wybranego pracodawcy, a mianowicie:

- Życiorys zawodowy (CV). Dokument ten powinien zawierać istotne informacje, przygotowane w określonej formie graficznej, przedstawiane w następującej kolejności:
 - dane osobowe,
 - cel zawodowy,
 - wykształcenie,
 - przebieg pracy (doświadczenie zawodowe),
 - umiejętności i osiągnięcia,
 - zainteresowania.
- Podanie – pismo skierowane do pracodawcy w sprawie przyjęcia do pracy. Powinno zawierać najważniejsze informacje o kandydacie oraz:
 - datę i dane personalne,
 - osobę, do której podanie jest skierowane,
 - właściwą treść,
 - zakończenie zwrotem grzecznościowym, np. z poważaniem,
 - czytelny własnoręczny podpis,
 - załączniki, np. CV.
- List intencyjny – pismo adresowane do pracodawcy, w którym kandydat powinien przedstawić bardziej szczegółowe informacje o sobie, podkreślając umiejętności, indywidualność i niewątpliwe zalety.

Reklama

W polskich szkołach od niedawna pojawił się nowy przedmiot *przedsiębiorczość*. Celem wiodącym tego przedmiotu jest przybliżenie młodemu człowiekowi zagadnień ekonomicznych, zrozumienie praw gospodarki rynkowej. Najważniejszym jednak zadaniem nauczyciela *przedsiębiorczości* jest nauczyć młodzież funkcjonowania w tym złożonym procesie: Jak sobie poradzić? Jak przetworzyć informacje dostarczane przez rynek, mass media, Internet, prasę?

Nie zawsze informacje, które otrzymujemy, są w pełni prawdziwe. Czasami przedstawia się nam rzeczy, fakty, zjawiska bardziej ubarwione, nieprawdopodobnie piękne. Wytwarza to w nas nieodpartą chęć posiadania. Do tego celu (najkrócej mówiąc) służy reklama, z którą spotykamy się na każdym kroku, włączając telewizor, słuchając audycji radiowej, czytając prasę, chodząc po ulicy. Reklama stała się wszechobecnym elementem naszego życia. Należy przybliżyć mechanizm jej tworzenia, a młodzieży uczącej się przedsiębiorczości przedstawić to zagadnienie z innej strony i wskazać dobre i złe aspekty reklamy.

Reklama jako część składowa marketingu

Nie można omawiać reklamy bez podania definicji marketingu oraz przybliżenia procesu jego tworzenia. Jednak nie ma jednej definicji marketingu. Jest ich tyle, ile jest opracowań. Philip Kotler, amerykański ekonomista, uznany za „ojca zarządzania i marketingu”,¹ tak go przedstawia: *marketing to proces społeczny i menedżerski, w ramach którego jednostki oraz grupy uzyskują to, czego pragną, w wyniku kreowania, a także wymiany produktów oraz wartości z innymi jednostkami i grupami*. Według Tadeusza Sztuckiego,

¹ Kotler Ph.: *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner & Ska, Warszawa 1994, s. 6.

*marketing jest zbiorem praktycznych działań polegających na stosowaniu odpowiednich metod i technik; marketing jest przede wszystkim sposobem myślenia o rynku i przedsiębiorstwie, o jego roli i zadaniach zapewniających przetrwanie i rozwój.*² Powyższe definicje przedstawiają marketing bardzo kompleksowo i postrzegają gospodarkę jako proces wymiany towarów i usług. Nowoczesny sposób myślenia to rynek i wszyscy jego uczestnicy. Jednak najważniejszym podmiotem w tym procesie jest oczywiście klient, czyli potencjalny nabywca wytwarzanych dóbr i usług. Dlatego jest zrozumiałą rzeczą, dlaczego firmy finansowe kierują tak duże nakłady na działania marketingowe, opracowują nowe strategie działania.

Aby marketing był efektywny w realizacji swoich celów, musi spełniać podstawowe warunki cenowe, promocji, dystrybucji, odpowiednio kreować dany produkt lub usługę. Kombinację tych czterech elementów nazywamy marketingiem mix, która stanowi podstawę każdej strategii marketingowej. A gdzie jest miejsce reklamy? Odpowiedź ukryta jest w promocji, ponieważ reklama jest jej elementem, który ma za zadanie przekonać klientów o wyjątkowych walorach danego produktu, jego unikatowych cechach, jak również pogłębić wiedzę nabywców na temat danego wyrobu bądź usługi.

Proces promocji określany jest zatem jako:

1. Efekt informowania, perswazji i wpływu na decyzje konsumentów;
2. Oddziaływanie na odbiorców produktów danej firmy polegające na przekazaniu im informacji, które mają w odpowiednim stopniu zwiększyć wiedzę na temat towarów w celu stworzenia dla nich preferencji na rynku. Jest to więc taki sposób komunikowania się firmy z otoczeniem, który w efekcie ma się przyczynić do zwiększenia popytu na towary sprzedawane przez daną firmę.³

Na promocję składają się więc:

- reklama,
- marketing bezpośredni,
- public relations,
- promocja sprzedaży,
- sprzedaż osobista.

Reklama – to każda bezosobowa działalność zmierzająca do przedstawienia dobra, usługi, idei w taki sposób, aby wzbudzić zainteresowanie i chęć nabycia przez potencjalnych konsumentów.

Marketing bezpośredni – to sposób kontaktowania się z klientem w sposób bezpośredni, poprzez telefon, fax, listownie, Internet oraz inne narzędzia kontaktu nieosobistego.

Public relation – w dosłownym tłumaczeniu: stosunki ze społeczeństwem. To wszystkie działania firmy mające na celu tworzenie jej dobrego wizerunku (image).

Promocja sprzedaży – to działanie zmierzające do wzrostu sprzedaży poprzez różne bodźce i zachęty typu: próbki produktów, nagrody, broszury, degustacje, demonstracje, zwrot gotówki i inne. Adresatami promocji sprzedaży są przede wszystkim klienci a następnie pośrednicy i sprzedawcy.

Sprzedaż osobista – to osobisty kontakt z klientem i bezpośrednia prezentacja swoich towarów lub usług.

Wymienione elementy promocji określa się w literaturze przedmiotu wspólną nazwą promotion-mix. Kształtowanie się kombinacji tych składników nie powinno być jednak oderwane od pozostałych strategii marketingowych, czyli ceny produktu i dystrybucji.

Reklamę od pozostałych składników promotion-mix wyróżnia pośredni i nieosobowy charakter przekazu treści do odbiorcy oraz odpłatność za emisję. Najważniejszymi środkami przekazu reklamy są: telewizja, radio, prasa, plakaty, kino, Internet, telefon, poczta i inne.

Język reklamy

Dzisiaj nie dziwi nas, że ludzie (nie tylko młodzież) cytują teksty reklamowe lub za przykładem sąsiadów i znajomych „Goździkowej” kupują reklamowane produkty. Dzieje się tak dlatego, że reklama przybrała formę bardzo agresywną i czy chcemy tego czy nie, skutecznie zapada w naszą podświadomość. Młodzi chłopcy kupujący napój w sklepiku szkolnym posługują się cytatem z reklamy Frugo „no to frugo”. Pani sprzedaw-

² Sztucki T.: *Marketing. Sposób myślenia. System działania*, Placet, Warszawa 1992, s. 26.

³ Albin K., *Reklama. Przekaz, odbiór interpretacja*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 12.

czyni doskonale rozumie, co chcą kupić, ponieważ również zna tą reklamę. Małe dzieci bardzo chętnie piją sok „Kubuś”, ponieważ kojarzy im się z melodyjną piosenką „Sok marchwiowo-owocowy, Kubuś gęsty, Kubuś zdrowy...” oraz z ciekawymi malowanymi na wewnętrznej stronie opakowania, które same mogą kolorować.

Nie tak dawno w naszej telewizji emitowane były bloki, a w zasadzie krótkie filmy, reklamujące piwo królewskie. Za każdym razem, gdy na ekranie pojawiał się nowy odcinek, wśród moich znajomych odbywały się długie dyskusje, który był śmieszniejszy. Czy ten odcinek, w którym koledzy „naprawiają antenę” czy ten, w którym „składają się na fryzjera dla żony jednego z nich”. Niewątpliwie jedno jest pewne, slogan „Królewskie rządzi” długo będzie wywoływał uśmiech na naszych twarzach.

Wszystkie te działania producentów różnych produktów sprowadzają się do przekazania nam komunikatu, że ich wyrób jest dobry i wart naszego zainteresowania.

Aby komunikat był efektywny, muszą być spełnione pewne warunki:

- Sens konstrukcji i sposobu nadania powinien się wiązać z sytuacją, w której potrzeba zaspokojenia jakiegoś motywu wymaga, by nadawca i odbiorca uzyskali tę samą liczbę informacji związanych z motywem.
- Nadawca i odbiorca powinni mieć pewną zbliżoną liczbę informacji, gwarantującą rozpoczęcie ich wymiany.
- W trakcie procesu komunikacji następuje zmiana rozmieszczenia liczby informacji między nadawcą a odbiorcą.
- Stan powstały po przebiegu komunikacji powinien być zgodny z intencją nadawcy.
- Idealny proces komunikacji powinien dążyć do wyrównania liczby informacji między nadawcą a odbiorcą.
- Nadanie wiadomości powinno być interpretowane w kategoriach motywów i postaw nadawcy wobec odbiorcy przekazu.⁴

Reasumując warunki efektywnej komunikacji, posłużę się przykładem bloku reklamowo-informacyjnego Telekomunikacji Polskiej S.A.; TPSA, chcąc zachęcić klientów do korzystania ze swoich usług, wprowadza na rynek coraz to nowe usługi, podwyższa jakość już istniejących oraz wprowadza na niektóre obniżkę. Zależy jej na tym, aby abonenci byli dobrze poinformowani o wszystkich nowych produktach i zmianach zachodzących w firmie. W krótkich blokach informacyjnych Krystyna Czubówna przekazuje nam najważniejsze komunikaty i motywy kierujące zarządem TPSA. I my, klienci, dowiadujemy się, jakie mamy z tego tytułu korzystne udogodnienia. A zatem w trakcie jednego procesu komunikacji otrzymujemy tyle informacji, ile nadawca chce nam przekazać. Oczywiście jest to podyktowane zdolnością przeciętnego człowieka do zapamiętywania ilości treści.

We wszystkich reklamach TPSA język zachowuje formę bardzo profesjonalną, ponieważ tego wymaga przedstawiany produkt.

Następną formą przekazu jest plakat reklamowy, gdzie język może przybierać również różne formy – od poważnych treści informacyjnych poprzez zabawne do przekształceń treści komunikatu. Np. kampania piwa Bosman przedstawiała osoby reklamujące piwo bezalkoholowe z przymrużonym okiem o treści: „najlepsza zabawa jest przy piwie bezalkoholowym” lub „Robię dyplom z zawartości alkoholu w piwie bezalkoholowym”. Odbiorca tych plakatów potrafi od razu rozszyfrować treść przekazu, zwłaszcza w zestawieniu z osobą, która „puszcza oko”. Ostateczna interpretacja jest uzależniona od formy relacji, emocji zawartych w reklamie oraz związków między wiadomością nadawaną a odbieraną.

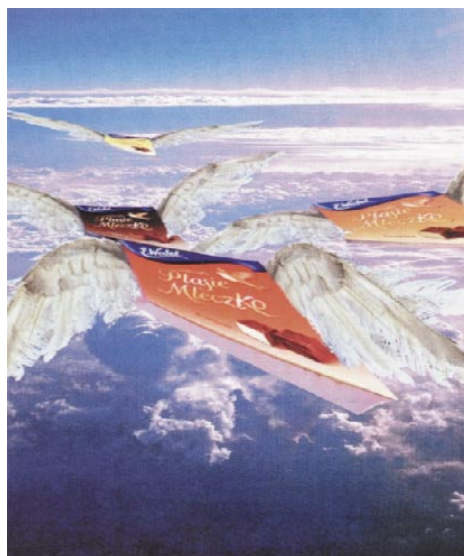
Obraz

Któż z nas nie widział reklamy prezentującej „Wedlowskie ptasie mleczko”: obraz charakterystycznego opakowania, z którego wydobywają się uskrzydłone czekoladki i wraz z delektującym się nimi mężczyzną ulatują do nieba. Z ziemi spogląda na rozanielonego męża żona i pyta: „gdzie jesteś”? „W niebie” – odpowiada.

Obraz przekazu informacji i jego werbalizacja są silnie ze sobą związane. Dzięki wizualizacji następuje trwalsze przyswajanie i zapamiętywanie przekazywanych komunikatów. Obraz wywołuje u odbiorcy nieodpartą chęć posiadania. Przykładem potwierdzającym tę tezę jest wspomniane „Wedlowskie ptasie mleczko”. Na reklamę „Cadbury Wedel” zdecydował się po wynikach badań, które potwierdziły, że firma jest rozpozna-

⁴ Tamże, s. 25.

walna przez 50% ankietowanych przez SMG/KRC (próbę reprezentatywną 800–1000 osób). Kampania reklamowa w tym przypadku ma na celu utrwalenie produktu wśród konsumentów, podkreślenie jego zalet, takich jak niepowtarzalny smak czy puszystość.



Zakres informacji, który można przedstawić za pomocą obrazu, jest ściśle związany z naturalną percepcją wzrokową człowieka, która jest ograniczona. Kodowanie wizualne ma znacznie większą możliwość wynikającą ze zdolności aktywizowania i gromadzenia w psychice zbioru informacji. Zatem można wyeksponować w obrazie przedmioty czy postaci nas interesujące, a pozostałe elementy ukryć w tle. Zakres interpretacji czynników komunikatu wizualnego jest bardzo elastyczny i w znacznej mierze zależy od interpretacji odbiorcy.

Treść reklamy

Treść przekazywana w reklamie jest potwierdzeniem tej samej informacji, która jest zawarta w obrazie. Można zatem powiedzieć o dualizmie komunikatu reklamowego, czy jak nazywa tę konstrukcję A. Piavio „teorii podwójnego kodowania”. Informacja docierająca do odbiorcy jest utrwalana w jego pamięci na dwa sposoby – werbalny i niewerbalny.

Agencje reklamowe starają się w jak najkrótszym czasie przekazać jak najwięcej informacji. Wiąże się to z kosztami i groźbą przeładowania informacji. Nadmiar informacji staje się po prostu nieczytelny dla odbiorcy. Istnieje jeszcze inna groźba, a mianowicie przeładowanie komunikatu może spowodować silne niezadowolenie i irytację, a w konsekwencji zwrócenie uwagi na zupełnie co innego. Tego producenci reklam obawiają się najbardziej.

Analizując strukturę przekazów reklamowych pod względem konstrukcji wizualnych i werbalnych elementów wiadomości oraz ich wpływu na efektywność komunikacji, wyodrębnione zostały następujące klasy:

- przekazy oparte na równoznaczności obrazu w stosunku do tekstu,
- przekazy oparte na skojarzeniach tworzonych przez bodźce wizualne,
- przekazy oparte na interakcjach elementów wizualnych,
- przekazy oparte na akcentowaniu cech fizycznych elementów wizualnego kodu werbalnego,
- przekazy oparte na związkach poziomów znaczeń między cechami fizycznymi elementów kodu wizualno-werbalnego a atrybutami desygnatu przekazu.⁵

Reklama marki

Weźmy dwie pary dżinsów. Podobny krój, zbliżona jakość materiału. Różni je w zasadzie tylko jedno – cena. Co spowodowało ten dysonans? To mianowicie, że jedne opatrzone są marką np. „Wrangler”, a te drugie nie. I od razu te pierwsze, jak za dotknięciem czarodziejskiej różdżki, kosztują bardzo drogo i, o ironio, stanowią

⁵ Tamże, s. 65.

nasz „przedmiot pożądania”. Bo nie oszukujmy się, każdy z nas woli mieć w swojej garderobie ubrania markowe, ponieważ marka produktu zawsze kojarzy się nam z jego jakością. Tak samo rzecz się ma z biżuterią. Otrzymać w prezencie drobiazg od Tiffany`ego to jest marzenie niejednej z nas. Tiffany, promując swoją markę, podkreśla jej prestiżowy charakter oraz wyroby najwyższej jakości.

W jaki sposób można nadać wartość marce i reprezentującym ją produktom? Na to pytanie odpowiada ją trzy metody budowania marki:

1. Kreowanie za jej pośrednictwem szeregu znaczeń, które mają niewiele wspólnego z produktem jako takim.
2. Wybór i akcentowanie tych wartości wyrobu, o których wiemy, że są szczególnie istotne dla grupy naszych potencjalnych klientów.
3. Kreowanie nieuświadamianych sobie przez konsumentów lub nieistniejących do tej pory potrzeb i wartości, przyporządkowywanych specjalnie w tym celu tworzonej lub przebudowywanej marce, a pośrednio – produktowi.⁶

W dzisiejszej dobie wysokiej technologii trudno jest znaleźć szczególne walory produktu, które odróżniałyby go w sposób szczególny od produktu konkurencji. Posłużę się przykładem past do zębów. Kiedyś wyroby marki Colgate kojarzyły się z wysoką zawartością fluoru (tzw. MFP – Maximum Fluoride Protection). Dzisiaj wszystkie firmy produkujące wyroby do higieny jamy ustnej i zębów prześcigają się w doskonaleniu i podwyższaniu jakości „Chcesz mieć zęby na 7?”.

Coraz częściej firmy wprowadzają swoje nowości pod silną jedną marką, zamiast produktu pod inną nową nazwą. W ten sposób postępują wielkie koncerny, np. Nestle. W Vevey w Szwajcarii powstał specjalny oddział koncernu Nestle, który decyduje o sprzedaży nowych produktów: pod nową marką czy też pod już sprawdzoną? Specjaliści od marketingu są bowiem zdania, że niebezpiecznie jest tworzyć zbyt wiele marek dla swoich produktów, ponieważ istnieje możliwość, że nowe przyćmią już te wypróbowane. Wypromowanie nowych marek wiąże się również z ogromnymi nakładami finansowymi. W roku 1991 Nestle wyprodukowało około sto nowych wyrobów, lecz tylko pięć z nich otrzymało nową markę. Dziewięćdziesiąt pięć natomiast zostało wypromowanych pod markami już istniejącymi. Np. Płatki śniadaniowe o smaku czekoladowym zostały wyprodukowane jako produkt linii Nestle.



Jakie warunki musi spełniać marka, aby produkty „pod nią” sprzedawane odniosły rynkowy sukces? Rozwiązanie niosą kombinacje trzech elementów:

- 1) pomysł,
- 2) znajomość rynku,
- 3) oryginalność.

⁶ Reinhard K., *Jak reklamować firmę*, Businessman, marzec 2001

Dobre i złe strony reklamy

Korzyści wynikające z reklamy:

- Reklama to informacja o nowych produktach – dzięki niej mamy możliwość zdobycia informacji, jakie nowe produkty weszły na rynek, jakie nowe technologie zastosowano do ich produkcji i jakich użyto komponentów. Dowiadujemy się również o cenach proponowanych przez producentów dla danych wyrobów.
- Reklama przyczynia się do spadku cen prezentowanych artykułów. Dzieje się tak dlatego, że, jak pisałam już wcześniej, konkurencja „nie śpi” i również prowadzi badania i eksperymenty prowadzące do wprowadzenia na rynek podobnych towarów. Duża liczba podobnych w działaniu i wyglądzie asortymentów skłania producentów do obniżania ceny, aby zdobyć klientów.
- Reklama stymuluje konkurencję. To, w jaki sposób zostaną wyeksponowane walory produktów, jest uzależnione od jakości, czytelności i wiarygodności reklamy. Te czynniki wpływają z kolei na zdobywanie nowych klientów i utrzymanie lojalności u dotychczasowych.
- Reklama jest istotnym źródłem finansowania imprez kulturalnych, sportowych, charytatywnych i innych. Finansuje również różne wydawnictwa oraz daje możliwość funkcjonowania telewizjom komercyjnym i rozgłośniom radiowym.
- Dzięki reklamie wzrasta sprzedaż towarów i usług, co z kolei ożywia gospodarkę.
- Reklama powoduje stymulację globalnego popytu i podaży. Pobudza chęć zakupu wyrobów (pobudzany jest popyt), natomiast producenci muszą sprostać zapotrzebowaniom płynącym z rynku, czyli muszą wytworzyć odpowiednią liczbę produktów (podaż).

Jaką cenę płacimy za reklamę? – czyli negatywne jej aspekty

- Informacje zawarte w reklamie często wprowadzają w błąd. Nie można bezkrytycznie przyjmować wszystkich zawartych tam treści. Zjedzenie „Mentosa” nie spowoduje przyływu dobrego nastroju i pomysłu na rozwiązanie najbardziej przykrych problemów. Nadmiar zjedzonych „Mentosów” może nas jedynie narazić na próchnicę zębów. Stosowanie kremu zachwalanego przez producenta powinno spowodować, że nasza skóra w ciągu 6 tygodni stanie się młodsza o co najmniej 5 lat. Po upływie tego terminu patrzmy w lusterko i czy widzimy młodszą twarz? Ale grunt to dobre samopoczucie (które na pewno poprawi nasz wygląd).
- Reklama kosztuje. Nie można wierzyć, że producent da nam coś za darmo. Koszt kampanii reklamowej jest skrupulatnie skalkulowany i każdy jej element jest wliczony w koszt produktu.
- Reklama powoduje, że kupujemy produkty, których tak naprawdę nie potrzebujemy. Jak to się dzieje? W bardzo prosty sposób. Jak już wcześniej wspomniałam, reklama wywołuje w nas chęć posiadania przedstawianych i zachwalanych produktów.

Literatura

- Albin K.: *Reklama. Przekaz, odbiór interpretacja*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000
- Czarnecki K., Karaś S.: *Profesjologia w zarysie*, Radom 1996
- Czarny E. (koordynacja naukowa): *Globalizacja od A do Z* – Skrypt NBP, Warszawa 2004
- Gregorczyk S., Romanowska M., Sopińska A., Wachowiak P.: *Przedsiębiorczość bez tajemnic*, Warszawa 2002
- Korol J.: *Krok po kroku Excel 5*, Warszawa 1995
- Kotler Ph.: *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner & Ska, Warszawa 1994
- Rachwał T.: *Słownik podstaw przedsiębiorczości*, Warszawa 2004
- Reinhard K.: *Jak reklamować firmę*, „Businessman” marzec 2001
- Sorlin P.: *Mass Media*, Wrocław 2001
- Stańda B., Wierzbowska B.: *Bądź przedsiębiorczy*, Warszawa 2004
- Sztucki T.: *Marketing. Sposób myślenia. System działania*, Placet, Warszawa 1992
- Wiatrowski Z.: *Powodzenia i niepowodzenia zawodowe*, Olecko 2002

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W SZKOLE WSPIERANA TECHNOLOGIĄ INFORMACYJNĄ

Do niedawna komputery były poza zasięgiem przeciętnego człowieka tak pod względem swobodnego dostępu, obsługi, jak i finansowym. Zwykli ludzie mieli styczność z zastosowaniem komputerów tylko w przemyśle lub handlu i raczej mało kto się spodziewał, że komputery staną się częścią naszego codziennego życia. Pogląd ten uległ zmianie od momentu pojawienia się komputerów osobistych, które stały się na tyle małe i tanie, że mogły dotrzeć pod przysłowiową „strzechę”.

Komputery stają się nośnikami znaczących idei, załączkami zmian kulturowych, przełamującymi tradycyjne granice pomiędzy naukami humanistycznymi a ścisłymi. Jest jednak znaczna różnica pomiędzy tym co potrafią komputery i do czego zostały stworzone, a tym, do czego społeczeństwo, w szczególności młodzież, chce je wykorzystywać. Komputeryzacja weszła na drogę świata edukacji. Obecnie stwierdzenie stosowane w wielu szkołach: „nauczanie wspomagane komputerowo” oznacza wykorzystanie komputera jako narzędzia do uczenia dzieci. Można by tu zacytować słowa Seymoura Paperta, że *komputer jest wykorzystywany do programowania dziecka*, a celem stosowania tego narzędzia jest to, aby *dziecko programowało komputer*. Robiąc to, jest przekonane, że panuje nad częścią nowoczesności. Daje to mu również możliwość kontaktu z naukami przyrodniczymi, matematyką oraz rozwija jego wyobraźnię na płaszczyźnie budowania intelektualnych modeli.

Lekcje informatyki powinny uczyć twórczego podejścia do wielu przedmiotów. Uczniowie muszą się zatem nauczyć kreatywności przy rozwiązywaniu problemów, których rozwiązanie w sensie informatycznym rozumiemy jako algorytmy pewnych działań. Niekoniecznie musi to być programowanie; mogą to być działania takie, jak planowanie przedsięwzięć, przydział zasobów, podział pracy. Bardzo dobrym rozwiązaniem jest pisanie przez uczniów gier, co uatrakcyjnia naukę programowania, a jednocześnie ukierunkowuje proces programowania na myślenie obiektowe.

Jednym z doskonałych przykładów wykorzystania gier w realizacji zagadnień z przedsiębiorczości jest Portal Edukacji Ekonomicznej NBP. W tym przypadku uczeń jest tylko odbiorcą, uczestnikiem zabawy, symulacji, ale nic nie stoi na przeszkodzie, aby sam został twórcą prostej gry, którą mógłby umieścić na stronie internetowej.

Programowanie wymaga jednak pewnego przygotowania tak ze strony nauczyciela, jak i uczniów, dlatego o wiele prostsze jest stosowanie technologii informacyjnej, która bazuje w pewnym sensie na gotowych rozwiązaniach (przynajmniej w sferze narzędziowej). Z wykorzystaniem technologii informacyjnej spotykamy się obecnie niemal na każdym kroku. Biuletyn informacyjny, folder, gazeta czy też książka są tworzone za pomocą narzędzi technologii informacyjnej. Ponadto wystąpienia, wykłady, prelekcje są wzbogacane prezentacjami opracowywanymi i sterowanymi za pomocą komputera. W chwili obecnej możliwości w tym względzie są duże i nieustannie się zwiększają. Powstaje coraz więcej interaktywnych urządzeń, których zadaniem jest wzmacnianie skuteczności przekazu.

Jednym z takich urządzeń jest tablica interaktywna, która umożliwia połączenie tradycyjnego wykładu z prezentowaniem wszystkich multimedialnych materiałów, jakimi dysponuje nauczyciel. Dzięki odpowiedniemu połączeniu tablicy z komputerem i projektorem można przedstawić na niej nie tylko odręcznie napisany tekst, ale również zdjęcia, mapy, kolorowe animacje, filmy lub wykresy funkcji. Bez oprogramowania tablica może służyć jako płaszczyzna do pisania lub jako powierzchnia magnetyczna. Zadaniem tablicy jest przede wszystkim wizualizowanie treści zagadnień i zachodzących zjawisk. Wykładowca może w każdej chwili, za pomocą elektronicznego flamastra, dopisać własne komentarze do wszystkiego, co pojawia się na tablicy. Elektroniczny flamaster pełni również rolę komputerowej myszy usprawniającej obsługę programów i aplikacji. Tablica ma jeszcze wiele innych użytecznych funkcji, takich jak rozpoznawanie pisma, korygowanie wykonywanych przez nauczyciela rysunków, zapamiętywanie poszczególnych faz lekcji, tak by można było do nich w odpowiednim czasie powrócić.

Użycie nowoczesnych pomocy dydaktycznych, jakimi są niewątpliwie programy komputerowe, zwiększa aktywność uczniów w prowadzonych zajęciach. Zachęcanie nauczycieli do korzystania na swoich lekcjach z prezentacji audiowizualnych, przygotowanych za pomocą programów komputerowych jest jak najbardziej naturalne i celowe.

Oprogramowanie dydaktyczne stanowi kolejny czynnik procesu nauczania nie tylko na lekcjach przedsiębiorczości. Niezależnie od tego czy użytkownik jest początkujący, czy ma doświadczenie, czy pracuje sam w domu, czy prowadzi firmę, korzystanie z komputera i programów z pewnością przyniesie wiele korzyści.

Programy do tworzenia prezentacji multimedialnych, z których najczęściej wykorzystywany przez uczniów i nauczycieli jest program PowerPoint, oferują szereg narzędzi ułatwiających tworzenie, edytowanie, synchronizowanie i publikowanie bogatych prezentacji audiowizualnych. Prezentacje te mogą być wykorzystane do przedstawienia w sposób atrakcyjny schematów zachodzących zjawisk, struktur, zależności itp., ułatwiając nauczycielowi przekaz a uczniowi zrozumienie.

PowerPoint ma do zaoferowania kilka metod tworzenia prezentacji w zależności od stopnia zaawansowania użytkownika. Podstawowymi elementami tworzenia prezentacji są slajdy. Nauczyciel może stworzyć serię slajdów w zależności od tematu i wagi przedstawianego na lekcji problemu. Może również tworzyć i wykorzystywać układy i projekty, dodawać swoje uwagi, drukować materiały edukacyjne oraz dostosowywać widok prezentowanych slajdów, które mogą być kopiowane z innych plików czy konspektów. Program umożliwia szybkie synchronizowanie dźwięku i obrazu ze slajdami, stronami HTML, obrazami i niemal każdym innym elementem multimedialnym, który można wyświetlić za pomocą przeglądarki internetowej. Przeglądanie slajdów za pomocą programu jest możliwe na wiele sposobów. Istnieją również funkcje związane z formatowaniem tekstu, rozbudowywaniem prezentacji o dźwięki, rysunki i klipy wideo. Możliwe jest również tworzenie prezentacji wzbogaconej o narrację do poszczególnych slajdów bez konieczności uprzedniego upraszczania jej na osi czasu. Możliwość emitowania muzyki, głosu czy narracji powoduje, że przedstawiane przez nauczyciela prezentacje są atrakcyjne: uczeń może nie tylko zobaczyć obraz, ale również wysłuchać komentarza, a animacja slajdów pozwala na ożywienie obrazów. Przy projektowaniu prezentacji warto jednak pamiętać o tym, aby:

- kolejność prezentacji była zgodna z treścią,
- prezentowane informacje były rzetelne,
- tekst był czytelny i wyraźny,
- na jednym slajdzie nie było zbyt wiele informacji,
- kolorystyka była odpowiednio dobrana, tekst kontrastował z tłem,
- treści były wzbogacane obrazem,
- tempo było odpowiednie do wyświetlania slajdów.

Każdą z prezentacji można udostępnić w sieci Web lub rozpowszechnić z użyciem przeglądarki programu w Intranecie, co pozwala na zrezygnowanie z wideoprojektora. Prezentacje materiałów w Internecie to kolejna możliwość wykorzystania technologii informacyjnej na drodze do skuteczniejszej edukacji. Uczeń ma szansę na nieskończone powtórzenia nie tylko w szkole, ale w domu lub dowolnym miejscu na świecie. Lekcje w Internecie pozwalają na systematyczną pracę uczniów nawet wówczas, gdy z różnych przyczyn nie mogą uczestniczyć w zajęciach.

Upowszechnienie dostępu do Internetu sprzyja wprowadzaniu nowych metod nauczania do istniejącego modelu powszechnej edukacji oraz kształcenia zawodowego. E-learning umożliwia naukę w dowolnym miejscu, czasie i tempie. Udostępniając i wykorzystując szerokie zasoby materiałów edukacyjnych, sięga do nowych i wydajnych technologii przekazu oraz pozwala na istotną redukcję kosztów szkolenia.

E-learning nie byłby tak atrakcyjny, gdyby nie było możliwości połączenia na żywo w sieci Internet bądź Intranet, pozwalającego na dwukierunkową wymianę informacji (dźwięk a nawet obraz) pomiędzy uczniem a nauczycielem. Struktura techniczna wirtualnej szkoły zapewnia uczniom bardziej zindywidualizowany dostęp do wykładów, tablic, testów, interaktywnych gier i ćwiczeń, list dyskusyjnych oraz „czatów”. Podstawą takiego działania jest informatyczny system zarządzania nauczaniem, określane skrótem LMS (Learning Management System).

Po raz kolejny jako przykład zastosowania formy e-learningu w realizacji zagadnień z przedsiębiorczości może posłużyć Portal Edukacji Ekonomicznej NBP, który oprócz tego, że wykorzystuje Internet jako źródło udostępniania „kontentu”, pomyślał również o szkołach mających problemy z łączami internetowymi i zaproponował obszerną część materiału na płytach CD.

Zbierane systematycznie dane oraz odpowiednio analizowane są podstawowym źródłem wielu podejmowanych decyzji. Analiza danych pozwala opisać wzajemne zależności pomiędzy badanymi obiektami lub zjawiskami, przewidywać tendencje, którym podlegają zjawiska, planować dalsze działania. Na ogół doszukuje się w danych pewnych regularności i zależności, które mogą być odzwierciedleniem praw rządzących zjawiskami społecznymi, przyrodniczymi czy też innymi. Dane, które poddajemy analizie, mogą pochodzić z różnych źródeł. Mogą to być rezultaty różnorodnych eksperymentów bądź prób, rzeczywistych lub jedynie symulowanych, z użyciem komputera. Możemy je czerpać z podręczników, roczników statystycznych, zbiorów danych lub z Internetu.

Możliwość tworzenia diagramów i wykresów jest sporym udogodnieniem podczas formułowania wniosków. Arkusze kalkulacyjne umożliwiają przeglądanie danych w przejrzystej perspektywie. Każdy skoroszyt zawiera co najmniej kilka arkuszy współpracujących ze sobą. Bez liczb czy wyrazów program jest tylko pustą siatką. Wiele zadań może być wykonanych przez użytkownika na danych wpisanych. Jednak w świecie coraz bardziej nowoczesnych programów istnieje możliwość coraz większych połączeń, tzn. możliwość importowania danych z innych źródeł, co oszczędza czas użytkownika. Ogromne możliwości programu Excel to nie tylko gromadzenie liczb, ale przede wszystkim dokonywanie działań matematycznych za pomocą odpowiednich formuł w zależności od rodzaju działania. Formuły mogą przybierać postać prostych równań (dodawanie dwóch wartości) lub tak skomplikowanych, jak można to sobie tylko wyobrazić.

Excel może wypełniać liczbami arkusz za arkuszem, tworząc w ten sposób liczbową bazę danych, jednak kolumny liczbowe nie przedstawiają całej prawdy. Graficzny obraz kolumn liczbowych w postaci wykresów dopełni obraz liczbowej bazy danych. Po zebraniu wszystkich potrzebnych informacji liczbowych w arkuszu, utworzeniu odpowiednich formuł oraz sformatowaniu można wykorzystać zaawansowane narzędzia analityczne dołączone do programu jako pomoc w przetwarzaniu i analizowaniu danych.

Umiejętności programowania wspomniane wcześniej stają się bardzo pomocne w pracy z programem w opracowywaniu odpowiednich funkcji dodatków a w szczególności makr, które są czynnością automatyzowania wybranych innych wielokrotnie wykonywanych przez użytkownika czynności.

Technologia informacyjna wkracza coraz szerzej do każdego zawodu. Korzystamy z niej nie tylko w pracy. Znajduje coraz szersze zastosowanie w działalności gospodarczej, bazującej coraz częściej na informacji. Pozycja jak i dobrobyt człowieka oraz całych społeczności w coraz większym stopniu zależą od umiejętności korzystania z technologii informacyjnej.

Edukacja, szkoła, a szerzej zdobywanie wykształcenia, jest jedną z najważniejszych sfer wykorzystywania technologii informacyjnej, która z jednej strony coraz bardziej przenika do różnych dziedzin kształcenia i staje się ich integralną częścią, a z drugiej służy wspomaganie nauczania i wzbogacaniu osób uczących się. Odgrywa dużą rolę w przygotowaniach do podejmowania różnych specjalizacji zawodowych.

METODA PROJEKTÓW W KREOWANIU POSTAW PRZEDSIĘBIORCZYCH MŁODZIEŻY

Wiele młodych osób ma liczne obawy dotyczące ich przyszłej pracy. Chcą radzić sobie sami. Chcą zarabiać i żyć jak dorośli. Kiedy jednak pada pytanie: kim chcą być? – są zakłopotani i nie wiedzą, co odpowiedzieć. Czasem mówią, że dostaną jakąś pracę, wezmą to, co będzie pod ręką. Bardzo rzadko się zdarza, że ktoś z nich natknie się na wspaniałą pracę, z której jest zadowolony. Wiele osób nie ma tyle szczęścia. Okazuje się, że wykonują pracę, której nie cierpią, dla pracodawcy, którego nie lubią. Są zmęczeni, gderliwi, źli na cały świat. Nie przejawiają zatem postaw przedsiębiorczych. Czy, aby być przedsiębiorcą lub przedsiębiorczym, należy mieć w sobie coś aż tak wyjątkowego, że nie jest to dla wszystkich możliwe? Nie. Przedsiębiorczość to nie cecha zarezerwowana dla biznesmenów, maklerów, właścicieli małych i dużych przedsiębiorstw. To cecha każdego człowieka, gdyż jest ona, między innymi, atrybutem człowieczeństwa. Rzecz w tym, czy ją wykorzystujemy i rozwijamy, czy też zaniedbujemy, myśląc o niej jako o gwiazdce z nieba. Przedsiębiorczość to inaczej zaradność i elastyczne reagowanie na zachodzące w otoczeniu zmiany. To, czy na nie reagujemy aktywnie, zależy między innymi od naszego poczucia wewnętrznej kontroli. Towar to produkt przeznaczony do sprzedaży. Produktem nie musi być jednak tylko przedmiot materialny, lecz może być także świadczenie usługi. Specyficzną formą świadczenia usługi jest wykonywanie pracy w celach zarobkowych. Uściślając ten sposób rozumowania, należy stwierdzić, że zatrudniający (np. zakład pracy) płaci za „towar” na który składają się:

- kwalifikacje pracownika, czyli wiedza, umiejętności i predyspozycje osobiste (im bardziej są dopasowane do oczekiwań zakładu pracy, tym cena ich jest wyższa);
- czas, jaki pracownik przeznacz na pracę (jest to uwzględniane zwłaszcza we wszelkich stawkach godzinowych, dniówkach itp.);
- energia wydatkowana w czasie pracy (im bardziej praca jest energochłonna, tym większą cenę musi zakład zapłacić).

Aby cokolwiek stało się towarem, a więc mogło uczestniczyć w procesie kupna-sprzedaży, musi spełniać trzy warunki:

- 1) towar musi być poszukiwany, dostępny w określonych ilościach (to tzw. rzadkość towaru),
- 2) dostęp do towaru musi istnieć (to tzw. dostępność towaru),
- 3) musi istnieć zapotrzebowanie na to „coś” (musi być ktoś chętny do kupienia).

Należy zwrócić uwagę, że brak spełnienia któregośkolwiek z powyższych warunków powoduje, że dana rzecz, usługa czy zespół określonych cech nie może być towarem. Np. jeśli coś jest powszechnie dostępne w praktycznie nieograniczonych ilościach, to nikt nie będzie chciał za to płacić. Aby więc praca (czyli nasze kwalifikacje, czas i energia) były towarem, muszą być spełnione powyższe trzy warunki. Skoro praca jest towarem, to podlega prawom popytu i podaży oraz ma swoją cenę. Warto się zastanowić nad tymi prawami i zapamiętać, że tą ceną jest właśnie płaca. Ciekawsze jest jednak to, że skoro praca jest towarem, to można do jej sprzedaży stosować techniki marketingowe. Każdy z nas podejmuje decyzje i prawie zawsze są one nacechowane przedwczesnością: najpierw decyzja – potem realizacja. Odstępy czasowe pomiędzy decyzją a realizacją są bardzo różne: od ułamków sekund do całych dziesięcioleci. Szczególnym rodzajem planu jest biznesplan, czyli plan przedsięwzięcia gospodarczego.¹ Biznesplan możemy przedstawić na lekcji przedsiębiorczości, a podczas lekcji wychowawczych proponujemy realizację projektów edukacyjnych.²

¹ Opracowano w oparciu o materiał zamieszczony na stronie www.twojakariera.pl 10.11.2004. Młodzieżowe Vademecum Poszukiwania Pracy.

² Projekt to metoda nauczania polegająca na realizacji przez uczniów konkretnego przedsięwzięcia (obszerniejszego niż zadanie domowe) na podstawie wcześniej ustalonych zasad. Istotą projektu jest samodzielna praca ucznia. Projekty edukacyjne możemy podzielić na badawcze (eseje, wywiady, rysunki, albumy itp.) i działania lokalnego (pojęcie „akcji”).

Nauczyciel może pomóc uczniom podjąć działania w zakresie zaplanowania kariery zawodowej, którą rozumie jako:

- osiągnięcie zaplanowanego celu, dobrej pozycji zawodowej, zdobywanie coraz lepszych stanowisk pracy
- przebieg pracy w ciągu całego życia człowieka
- czas poświęcony jednemu rodzajowi pracy lub dziedzinie zainteresowania.

Zanim jednak odpowiemy sobie na pytanie, co jest dla moich uczniów najważniejsze, uczniowie muszą zebrać możliwie dużo informacji, aby:

- trafnie wybrać zawód
- ocenić tendencje w świecie pracy
- porównać informacje z różnych źródeł.

W tym konkretnym zadaniu, jakim jest planowanie własnej kariery zawodowej, proponuję projekty indywidualne lub zespołowe (schemat poniżej).

Schemat instrukcji do projektu

I. Temat projektu

.....
.....

II. Cel(e)

.....
.....
.....
.....

III. Zadania, które trzeba wykonać, aby zrealizować cele projektu:

.....
.....
.....
.....

IV. Źródła, z których możesz skorzystać:

Ludzie

.....
Instytucje

.....
Internet

.....
Książki

.....
Czasopisma

.....
Inne

V. Terminy konsultacji z nauczycielem

Grupa (nazwa, nr)	Termin konsultacji
Gr. I	
Gr. II	
Gr. III	
Gr. IV	

VI. Termin prezentacji

.....

VII. Jak przedstawimy efekty naszej pracy

.....

.....

VIII. Co będziemy brali pod uwagę przy ocenie projektu

.....

.....

.....

Autorefleksja:

Działania dobre	Działania wymagające poprawy	Co? Jak?

Praca nad projektem może przebiegać indywidualnie, zespołowo lub grupowo. W pracy indywidualnej autor projektu sam odpowiada za jego treść oraz terminowość wykonania. Warto się zastanowić nad podziałem uczniów na grupy: wiekowe, zadaniowe, zainteresowań, przyjaciół, przypadkowe, o zróżnicowanych zdolnościach, tej samej płci, a może jeszcze pojawią się w szkole inne pomysły. Dlatego zadajmy pytanie: Na co zwrócę uwagę przy doborze uczniów do zespołów?

.....

.....

Problemy pojawiają się wówczas, gdy projekt tworzy kilka osób. Należy pamiętać, aby przed przystąpieniem do jego realizacji przydzielić zadania do wykonania każdemu uczniowi. Będzie to etap ustalania zasad pracy w zespole.

Ustalanie zasad pracy w zespole

Czynności wstępne:

- określenie liczebności zespołów,
- podział klasy na zespoły,
- zapisanie składu zespołów.

Czynności podstawowe – ustalenie norm, ról i zadań w zespole:

1. Kto będzie naszym liderem/przewodniczącym zespołu?

.....

2. Jak podzielimy odpowiedzialność za realizację zadań?

.....

3. Jak będziemy podejmować decyzje?

.....

4. W jaki sposób będziemy rozwiązywać konflikty, spory?

.....

5. Gdzie i kiedy będą się odbywały spotkania naszego zespołu?

.....

6. Jakie zasady będą obowiązywały w naszej grupie, aby się nam dobrze pracowało?

.....

7. Terminarz pracy nad projektem

Imiona i nazwiska członków grupy	Temat projektu	Terminy konsultacji	Termin prezentacji projektu

Kolejnym etapem pracy nad projektem jest ustalenie zadań w zespole. Co zespół ma wykonać jako grupa zadaniowa i co mają wykonać poszczególni członkowie zespołu?

Podział zadań w zespole

Lp.	Zadania (co trzeba wykonać?)	Kto to zrobi?	Co jest do tego potrzebne?	Kiedy zostanie wykonane? (terminarz)
1.				
2.				
3.				

Arkusz oceny projektu (propozycje)

Grupa

Temat projektu

Termin realizacji

Etap realizacji projektu

Etap realizacji projektu	Umiejętności	Ocena
Formułowanie tematu	<ul style="list-style-type: none">– precyzyjne sformułowanie tematu– jasne określenie celów projektu	
Zbieranie i opracowywanie materiałów	<ul style="list-style-type: none">– selekcja informacji– krytyczna ocena informacji– „przetwarzanie” informacji– nadawanie im nowej formy	
Prezentacja	<ul style="list-style-type: none">– wykorzystanie czasu prezentacji– zainteresowanie innych uczniów– sposób mówienia (akcentowanie, precyzja wypowiedzi itp.)	
Praca w grupie	<ul style="list-style-type: none">– udzielanie sobie informacji– podejmowanie decyzji– słuchanie się nawzajem– rozwiązywanie konfliktów– samoocena postępów pracy	

Karta głosowania (ucznia)

Maksymalna liczba punktów dla każdego kryterium: 5

Grupa/uczeń	Czy liczba zgromadzonych materiałów była wystarczająca? (wyczerpała temat)	Czy zawarte informacje były ciekawe?	Czy informacje zostały ciekawie zaprezentowane?	Czy reszta klasy została włączona w prezentację?	Łączna liczba punktów

Osoby przedsiębiorcze nie pozwalają na to, by ich życiem rządził przypadek. Same podejmują decyzje i wprowadzają je w czyn, mając jednocześnie świadomość, że przypadek może wpłynąć na realizację ich zamierzeń. Równocześnie są jednak przekonane, że w takiej sytuacji będą w stanie opracować i przeprowadzić alternatywny plan działania, który będzie odpowiedzią na wydarzenia o charakterze losowym.

Jeżeli przyjmiemy, że praca jest towarem, to tu także możemy stosować podejście marketingowe. Jeśli gospodarstwo domowe to podmiot gospodarczy, to dlaczego nie stosować planowania marketingowego? Jak to zrobić?

Oto podstawowe kroki do projektu edukacyjnego nt. „Jak zostać przedsiębiorcą”.

Krok 1. Określenie misji i celu strategicznego

Na podstawie posiadanych informacji staramy się określić naszą misję, czyli jakiego rodzaju potrzeby zauważamy w swoim otoczeniu, które moglibyśmy zaspokoić (np. moją misją jest zapewnienie ludziom bezpieczeństwa związanego z rozliczeniami finansowymi). Tak zdefiniowana misja pozwoli nam przez cały czas działalności pamiętać, co tak naprawdę chcemy robić. Dodatkowo określamy sobie wstępnie główny cel, jaki chcemy osiągnąć, np. otworzyć biuro obrachunkowe lub zostać wysoko kwalifikownym pracownikiem księgowości.

Należy pamiętać, że są to jedynie założenia wstępne, które w dalszych rozważaniach potwierdzą się lub nie.
Zadanie dla ucznia: Spróbuj, na osobnej kartce, sformułować jakąś misję swoją lub swojej rodziny i cel zawodowy w kontekście pracy zawodowej lub prowadzenia działalności gospodarczej.

Krok 2. Weryfikacja rzeczywistości

- a) Weryfikacja samego siebie – wypisz na osobnej kartce (bez zastanawiania się, czy są to dobre wartości czy nie) swoje:
 - zasoby materialne,
 - zasoby finansowe,
 - znajomość niezbędnych przepisów,
 - swoje kwalifikacje (wiedza + umiejętność + predyspozycje).
- b) Weryfikacja otoczenia – wypisz na osobnej kartce jak najdokładniej:
 - swoich potencjalnych klientów: kim są, gdzie mieszkają, jakie są ich wartości, jakie są ich możliwości finansowe itp.,
 - swoją konkurencję,
 - obszar geograficzny, na którym chcesz działać.

Krok 3. Poddanie krytycznej analizie samego siebie i swojego otoczenia

Określ, które z elementów wymienionych w Kroku 2. pkt a są dla ciebie słabą stroną, a które mocną i dlaczego. Określ, które z elementów wymienionych w Kroku 2. pkt b stwarzają ci szansę i jaką, a które zagrożenie i dlaczego. Zastanów się, jak możesz najlepiej wykorzystać dla siebie swoje mocne strony i szanse wynikające z otoczenia oraz jak zabezpieczyć się przed zagrożeniami, a słabe strony wzmocnić.

Krok 4. Weryfikacja misji i celu

Skoro już wiesz, jak wygląda rzeczywistość, zastanów się, czy zauważone przez siebie potrzeby w otoczeniu naprawdę występują oraz czy określony przez siebie cel główny jest możliwy do osiągnięcia. Jeśli nie – to musisz zmienić swoje zamiary. Jeśli tak – to przejdź do Kroku 5.

Krok 5. Określenie swoich „towarów”, czyli:

- czym chcesz zaspokoić potrzeby (produkt lub usługa),
- jakie chcesz za to wziąć pieniądze (cena lub płać),
- co zrobić, aby twoja oferta wyglądała atrakcyjnie (może opakowanie?),
- jak przekonać klientów do skorzystania z twojej oferty (promocja i reklama).

Krok 6. Planowanie działań

Teraz musisz zaplanować: co zrobić, kto to robi, kiedy, gdzie, w jaki sposób, czego potrzebujesz i ile będzie to cię kosztować, aby osiągnąć cel i pełnić misję. W tym celu::

- opisz rodzaje działań i sposób realizacji,
- opracuj harmonogram – skonkretyzuj daty.

Krok 7. Najważniejszy!

Wiele z naszych marzeń czy planów nie udaje się osiągnąć, gdyż ich po prostu nie realizujemy!³ Metoda projektów w wyzwalaniu postaw przedsiębiorczych pozwala na:

- wykorzystywanie pomysłów całej grupy i indywidualnych uczniów,
- dokonywanie selekcji tych pomysłów zgodnie z przyjętymi kryteriami,
- formułowanie tematu przez uczniów,
- formułowanie celów projektu przez uczniów,
- ćwiczenia różnych sposobów zapisywania i prezentowania zebranych materiałów,
- przygotowanie i wygłoszenie wystąpień publicznych.

³ Wykorzystano materiał ze strony: www.twojakariera.pl 10.11.2004. Młodzieżowe Vademecum Poszukiwania Pracy.

SCENARIUSZE LEKCJI

SCENARIUSZ 1.

Krystyna Kowalewska, Ośrodek Szkolno-Wychowawczy w Suliszewie

Temat lekcji: Rodzaje zachowań, ocena własnej osobowości

Cele ogólne:

- ocena własnej osobowości z uwzględnieniem mocnych i słabych stron
- poznanie swojego sposobu działania.

Cele edukacyjne:

- uczeń wyjaśnia, na czym polega postawa asertywna, odróżnia ją od postawy agresywnej i uległej
- reaguje asertywnie w kilku podstawowych sytuacjach
- analizuje mocne i słabe strony swojej osobowości.

Metody pracy:

- pogadanka
- praca w grupach
- inscenizacja.

Środki dydaktyczne:

- literatura przedmiotu
- kartki z tematami scenek
- karta pracy nr 1.

Tok lekcji

Faza wstępna:

Nauczyciel w formie pogadanki zaznajamia uczniów z podstawowymi rodzajami zachowań, uświadamia im rolę, jaką odgrywa przyjęcie właściwej postawy w kontaktach międzyludzkich, czyli postawy asertywnej.

Faza realizacji:

- Uczniowie uczą się zachowywać asertywnie w kilku podstawowych sytuacjach.
- Dobierają się w grupy, losują tematy scenek, tworzą scenariusze, a następnie przedstawiają scenki na forum klasy. Nauczyciel ocenia ich pracę i podsumowuje ćwiczenie.
- Uczniowie analizują swoje mocne i słabe strony i zastanawiają się nad metodami eliminacji słabych stron swojego charakteru (karta pracy nr 1).

Tematy scenek:

1. Koledzy z klasy zarzucają ci, że z twojej winy klasa nie pojechała na wycieczkę. Reagujesz na te zarzuty.
2. Stajesz w obronie osoby, którą dyskryminuje reszta klasy.
3. Kolega prosi cię, abyś pożyczył mu pieniądze. Odmawiasz pomocy, gdyż wiesz, że mógłby nie oddać pieniędzy.
4. Nie wywiązałeś się z obowiązków domowych, próbujesz załagodzić sytuację.
5. Stoisz w kolejce, ktoś ukradkiem stara się ominąć stojących. Reagujesz na tę sytuację.

KARTA PRACY NR 1

Moje mocne strony	Moje słabe strony

Aby wyeliminować swoje słabe strony, zamierzam podjąć następujące kroki:

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...
5. ...

SCENARIUSZ 2.

Krystyna Gródecka, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych w Gryficach

Temat lekcji: *Sztuka negocjacji*

Cele ogólne:

- przedstawienie konfliktów jako głównej przyczyny negocjacji
- zapoznanie z definicją negocjacji
- zdobycie podstawowej wiedzy potrzebnej do prowadzenia negocjacji
- kształtowanie w uczniach postaw otwartych na innych ludzi.

Cele edukacyjne:

- uczeń potrafi planować negocjacje i przygotować się do nich
- potrafi przeprowadzić negocjacje, dążąc do wygranej obu stron.

Metody pracy:

- wykład konwersatoryjny
- gra symulacyjna
- dyskusja.

Środki dydaktyczne:

- podręcznik
- książka „Sztuka negocjacji”
- rzutnik pisma i folie
- karty do gry „Odnajdźmy definicję”.

Tok lekcji:

- sprawy organizacyjne
- wprowadzenie do tematu lekcji
- omówienie zagadnień dotyczących sztuki negocjacji: definicja negocjacji, konflikt przyczyną negocjacji, rodzaje negocjacji, zasady negocjacji, style negocjacji
- komunikacja w negocjacjach: techniki zdobywania sympatii
- podsumowanie wykładu „Praca na forum klasy”
- gra „Odnajdźmy definicję”
- zasady gry „Odnajdźmy definicję”(karty w załączeniu).

Cel zastosowania:

Gra ta pozwala uczniom na szybkie przyswojenie zasad negocjacji. Uczniowie, chcąc zdobyć jak największą liczbę punktów, muszą się wykazać dużą aktywnością oraz twórczym myśleniem. Opracowują strategię działania w poszukiwaniu prawidłowej odpowiedzi. Po skończonej grze muszą dokonać podsumowania swoich rezultatów oraz samooceny.

Przebieg gry:

Jest to gra z użyciem kart, na których napisane są zagadnienia lub pasujące do nich treści (odpowiedzi). Każdy z uczniów otrzymuje po jednej karcie (losowo). Po zapoznaniu się z jej treścią musi odnaleźć pasującą

do niej definicję. Uczniowie powinni sami opracować „metodę poszukiwań”, którą później muszą opisać w karcie pracy.

Gra składa się z dwóch rund 10-minutowych oraz dwóch prezentacji również 10-minutowych.

Runda I – 20 minut

Uczniowie otrzymują karty i zastanawiają się chwilę, w jaki sposób odnaleźć pasującą kartę.

Uczestnicy gry mają za zadanie odnaleźć osobę, która ma kartę do pary, następnie prezentują rezultaty poszukiwań:

- Pary po kolei prezentują swoje wyniki, lecz nie ujawniają definicji tylko jej treść. Zadaniem pozostałych uczniów jest odgadnięcie definicji.
- Kto z klasy prawidłowo odgadnie hasło, otrzymuje 5 punktów.
- Osoby, które prawidłowo dopasowały definicję, otrzymują po 10 punktów. Jeżeli im się to nie udało, tracą 10 punktów.

Runda II – 20 minut

Ponowne rozdanie kart. Uczniowie mają takie same zadanie jak w rundzie pierwszej, czyli odnaleźć osobę, która ma kartę do pary. Następuje prezentacja rezultatów poszukiwań, prezentacja wyników i podliczenie punktów.

Podsumowanie

- uczniowie otrzymują kartę pracy i zapoznają się z nią
- uczniowie wypełniają kartę pracy:
 - wpisują opracowaną przez siebie strategię poszukiwań
 - wpisują sumę punktów zebranych w czasie trwania obu rund
 - dokonują oceny atrakcyjności gry
 - dokonują samooceny zdobytej wiedzy i umiejętności.

Karty do gry edukacyjnej

Negocjacje

- to każda rozmowa, której celem jest uzgodnienie stanowiska w danej sprawie, czyli porozumienie się.

Przyczyna negocjacji

- konflikt

Sposoby rozstrzygnięcia konfliktów

- za pomocą siły
- ustąpienie jednej ze stron na korzyść drugiej
- na drodze negocjacji

Sytuacja optymalna w negocjacjach

- możliwa do zaakceptowania

Żelazna zasada negocjacji

- „Należy przygotować się na najgorsze, a walczyć o najlepsze”.

Negocjacje „twarde”

- Strony są wrogo nastawione (wygrać za wszelką cenę, stosować groźby i zastraszania, nieustępliwość w stosunku do ludzi i problemu, żądać ustępstw jako warunku rozmów).

Negocjacje „miękkie”

- Uczestnicy są partnerami i traktują się jak przyjaciele (skłonność do ustępstw i składanie korzystnych ofert, unikanie walki i dążenie do szybkiego porozumienia, akceptowanie strat w imię porozumienia).

Negocjacje na dwóch poziomach

- przedmiot negocjacji
- technika negocjacyjna

Reguły „negocjowania opartego na zasadach”

- Oddziel ludzi od problemu.
- Koncentruj się na interesach nie na stanowiskach.
- Przygotuj wiele alternatyw rozwiązania problemu, zanim podejmiesz decyzję.
- Nalegaj na to, aby rozstrzygnięcie opierało się na obiektywnych kryteriach.

Zasady negocjacji

- Negocjacje należy zaczynać od spraw, w których stanowiska są zbliżone.
- Należy się dobrze przygotować niezależnie od skali trudności.
- Nie należy targować się o drobiazgi.
- Należy być bardzo czujnym, czy dana chwila jest chwilą mówienia czy milczenia.
- Najpierw należy pomyśleć nad tym, co się chce powiedzieć, a później mówić.
- Należy się nauczyć sztuki milczenia z pełnym zainteresowaniem.
- Trzeba być przygotowanym na wszystko.
- Zejść na płaszczyznę rozmówcy.

Złota reguła negocjacji 20:80

- Prawidłowością negocjacji jest to, że 80% ustępstw ma miejsce w ciągu 20% czasu trwania negocjacji.

Style negocjacji

- dominacja
- dostosowanie się
- unikanie
- kompromis
- negocjacje interaktywne (wokół meritum)

Dominacja

- Uczestnicy są przeciwnikami.
- Celem jest zwycięstwo.
- Żądaj ustępstw jako warunku wzajemnych stosunków.
- Bądź twardy w stosunku do ludzi i problemu.
- Nie ufaj innym.
- Okup się na swoim stanowisku.
- Stosuj groźby.
- Wprowadzaj w błąd, co do dolnej granicy porozumienia.

Dostosowanie się

- Uczestnicy są przyjaciółmi.
- Celem jest porozumienie.
- Ustępuj, by pielęgnować wzajemne stosunki.
- Bądź miękki w stosunku do ludzi i problemu.
- Ufaj innym.

- Łatwo zmieniaj stanowisko.
- Składaj oferty.
- Odkryj dolną granicę porozumienia.
- Akceptuj jednostronne straty w imię osiągniętego porozumienia.

Techniki zdobywania sympatii

- uśmiech
- słuchanie z zainteresowaniem
- komplement

Karta pracy ucznia

Opisz swoją strategię poszukiwań definicji:

.....

.....

.....

.....

Liczba punktów w I rundzie gry:

Liczba punktów w II rundzie gry:

Ogółem liczba punktów:

Ocena atrakcyjności przebiegu lekcji:

Gra podobała mi się, ponieważ:	Gra nie podobała mi się, ponieważ:

Samoocena zdobytej wiedzy i umiejętności:

.....

.....

.....

.....

SCENARIUSZ 3.

Maria Rokicka, Szkoła Podstawowa nr 3 w Policach

Temat lekcji: *W świetlicy czuję się bezpiecznie, gdy... (zajęcia wychowawcze)*

Cel ogólny:

- ułożenie regulaminu świetlicy

Cele edukacyjne:

- uczeń wymienia istniejące (funkcjonujące) w życiu codziennym różnorodne regulaminy
- kulturalnie bawi się w zespole (przestrzega zasad zabawy)
- współtworzy z grupą regulamin zachowania się w świetlicy, będąc wewnętrznie przekonany o jego potrzebie i słuszności.

Metody pracy:

- problemowa: pogadanka, rozsypanka sylabowa praca z encyklopedią
- ekspresywna: wypowiedzi uczniów na temat regulaminów
- aktywizująca: „burza mózgów”, drama, zabawy
- praktycznego działania: ułożenie regulaminu świetlicy.

Środki dydaktyczne:

- rozsypanka sylabowa
- plansza do „burzy mózgów”
- napisy: „TAK”, „NIE”, „pożyteczne”, „szkodliwe”
- różnorodne regulaminy
- przepisy
- instrukcje (np. regulamin biblioteki szkolnej, instrukcja ppoż. w szkole, przepis na pizzę, instrukcja pralki automatycznej, regulamin na „SUPER KLASĘ”, dekalog, kodeks ucznia, przepisy ruchu drogowego itp.)
- koc do zabawy
- plansza ewaluacji „W świetlicy czuję się bezpiecznie, gdy...”
- szary papier
- mazaki
- encyklopedia popularna.

Tok lekcji

- Powitanie uczniów i wprowadzenie w zajęcia znaną zabawą „woda, niebo, ziemia...” (uczeń identyfikuje się z grupą poprzez aktywny udział w zabawach).
- Odkrycie tematu zajęć poprzez ułożenie słowa z sylab: „RE-GU-LA-MIN” (nauczyciel podaje temat poprzez rozsypankę sylabową).
- Nauczyciel podaje tezy do wyboru:
 - „regulaminy są po to, aby je łamać”
 - „dobra zabawa nie wymaga zasad”
 - „z regulaminem żyje się bezpieczniej”.

- Uczniowie wybierają tezy poprzez ustawienie się pod napisami „Tak” lub „Nie”.
 - „burza mózgów” do słowa „regulamin”
 - praca z encyklopedią: uczniowie po „burzy mózgów” weryfikują własne pojęcie regulaminu z pojęciem encyklopedycznym („regulamin to zbiór przepisów”)
 - zapoznanie uczniów z różnorodnymi przepisami, regulaminami, instrukcjami. Każdy uczeń omawia otrzymany regulamin, ustala „nadawcę” i „odbiorcę”.

Ćwiczenie 1.

„Próba łamania, wybranych przepisów” i zaliczenie ich do „pożytecznych” lub „szkodliwych”. Odgrywanie scenek typu:

- złamanie regulaminu biblioteki, który nakazuje nie przekazywać nikomu wypożyczonych książek. *Dzieci odgrywają 2 scenki: co może się stać z książką z biblioteki pożyczoną koleżance, jak można asertywnie odmówić pożyczki;*
- złamanie przepisu instrukcji przeciwpożarowej, mówiącej, że należy w razie pożaru unikać paniki. *Dzieci odgrywają dwie scenki: reakcja na wiadomość o pożarze w szkole zgodnie i niezgodnie z instrukcją (o panice);*
- zastosowanie się do przepisu o pieczeniu pizzy
- rozmowy i przykłady, „co by było, gdyby...” (np. gdyby uczniowie łamali regulamin na SUPER KLASĘ, kodeks ucznia, regulamin wycieczki itp.).

Po tych ćwiczeniach uczniowie odkładają „omówiony” regulamin pod napisami: „**pożyteczne**” lub „**szkodliwe**”

Ćwiczenie 2.

Przeprowadzenie nowej zabawy pt. „koc” trzema sposobami:

- nauczyciel podaje zasady zabawy w niejasny sposób
- nauczyciel podaje zasady w sposób czytelny i zrozumiały
- nauczyciel podaje te same zasady (2), ale poleca złamać zasadę.

Po odegranych scenkach uczniowie omawiają różnice w sposobach zabawy.

Podsumowanie

Podział dzieci na grupy, przypomnienie zasad pracy i współpracy w zespole: zgłaszania wniosków, roli lidera, dobrej komunikacji itp.

Podanie tematu pracy grupowej: „w świetlicy czuję się bezpiecznie, gdy...”. Uczniowie wypełniają plansze. Relacje liderów. Spisanie wspólnych ustaleń dla wszystkich grup.

Pomoc nauczyciela w ostatecznej redakcji REGULAMINU ŚWIETLICY. Uświadomienie uczniom, że biorą udział w tworzeniu ważnego dokumentu świetlicy, który zapewnia przede wszystkim poczucie bezpieczeństwa. Przepisanie na czysto regulaminu. Każdy, kto uważa go za własny, podpisuje się pod nim własnoręcznie. Wywieszenie regulaminu w widocznym miejscu.

Oto przykładowy regulamin, który utworzyły samodzielnie i „bez przymusu” dzieci ze świetlicy SP nr 3 w Policach 25 listopada 2004 r.

„W świetlicy czuję się bezpiecznie, gdy...”

1. Pani jest zawsze z nami.
2. Dzieci nie wychodzą same na dwór.
3. Słuchamy poleceń Pani.
4. Ładnie się bawimy.
5. Nie biegamy po sali.
6. Nie krzyczymy.
7. Nie bijemy się.
8. Teczki i tornistry są ustawione.
9. Nie bujamy się na krześle.

10. Nie panikujemy w czasie pożaru.
11. Nie przezywamy się.
12. Mówimy pojedynczo.

Ewaluacja zajęć poprzez:

- powrót do tez z części wstępnej zajęć
- wypełnienie przez dzieci planszy do ewaluacji, poprzez którą uczniowie ocenią atrakcyjność poszczególnych części zajęć.

Wstaw „+” lub „-”	Tezy	Poznanie różnych regulaminów	Łamanie zasad	Zabawa „Koc”	Ułożenie regulaminu „W świetlicy czuję się bezpiecznie, gdy...”
do tej części komórki, która bardzo ci się podobała i przydała					

Elementy przedsiębiorczości w zajęciach: (ucz. kl. I–III SP)

- Przygotowanie do świadomego i aktywnego uczestnictwa w życiu społecznym, w państwie demokratycznym, w zespole szkolnym, w grupie świetlicowej etc. Uczeń uczy się wnioskować, wysuwać własne propozycje, „mieć” swoje zdanie, ale i uwzględniać zdanie innych. Uczy się też przestrzegania wspólnie wypracowanych zasad, ponoszenia konsekwencji za swoje decyzje. Rozumie, że bezpieczne funkcjonowanie w życiu codziennym zapewni przestrzeganie różnorodnych regulaminów, przepisów; uczeń czuje się odpowiedzialny za siebie i swoje otoczenie.
- Kształtowanie umiejętności skutecznego komunikowania się i współpracy w grupie.

SCENARIUSZ 4.

Luiza Lewandowska, Gimnazjum nr 1 w Stargardzie Szczecińskim

Temat lekcji: *Bezrobocie*

Cele ogólne:

- kształcenie umiejętności rozpoznawania rodzajów bezrobocia
- kształcenie postaw wobec bezrobocia
- rozwijanie umiejętności sprawnego komunikowania się i współpracy.

Cele edukacyjne:

- uczeń wskazuje czynniki ekonomiczne i społeczne bezrobocia
- zna przyczyny bezrobocia i podaje jego rodzaje
- zna i interpretuje pojęcia związane z bezrobociem
- wskazuje własne przykłady przeciwdziałania bezrobociu
- analizuje dane tabliczalne na temat struktury bezrobocia w Polsce
- porównuje wskaźniki bezrobocia w Polsce i w regionie.

Metoda pracy:

- „burza mózgów”
- praca w grupach
- praca z tekstem źródłowym
- drama.

Środki dydaktyczne:

- teksty źródłowe (tabele, wykresy)
- podręcznik
- załączniki sytuacyjne.

Tok lekcji

Faza wstępna:

- sformułowanie celu i tematu lekcji
- metodą „burzy mózgów” określamy pojęcie osoby bezrobotnej, bezrobocia. Nauczyciel na podstawie zebranych informacji wskazuje aspekt ekonomiczny i społeczny bezrobocia, uczniowie w formie dramy prezentują bezrobocie w kontekście społecznym i ekonomicznym. Krótki wykład nauczyciela na temat rodzajów bezrobocia.

Faza realizacji:

Nauczyciel dzieli klasę na 5 grup, uczniowie wybierają lidera i strażnika czasu. Nauczyciel określa czas pracy – 1 godz. Uczniowie na podstawie gotowych zdarzeń i zadania domowego (wywiad z osobą bezrobotną) wskazują rodzaj bezrobocia. Podejmują próbę rozwiązania problemu bezrobocia danej osoby. Nauczyciel przedstawia skalę bezrobocia w Polsce i w regionie. Omawia status bezrobotnego. Uczniowie na podstawie tabel analizują, wskazują i porównują wskaźniki bezrobocia w Polsce i w regionie. Nauczyciel przedstawia formy i metody przeciwdziałania bezrobociu w państwie.

Podsumowanie:

Ocena pracy poszczególnych grup, sformułowanie wspólnej notatki.

Załączniki sytuacyjne:

- Pani A urodziła długo oczekiwane dziecko. Mąż pani A pracuje jako marynarz. Młoda matka z przyjemnością poświęciła się wyłącznie opiece nad dzieckiem.
- Pan B prowadzi gospodarstwo rolne. Uprawia zboże, zbiera jabłka w sadzie. Trzyma trochę kur, królików na własne potrzeby.
- Pani C pracowała jako nauczycielka nauczania początkowego w szkole podstawowej. Zmiany w szkolnictwie spowodowały, że jej szkołę przekształcono w gimnazjum.
- Pan D był przez 10 lat górnikiem. Obecnie jest na zasiłku.
- Pani E pracuje w biurze jako pracownik socjalno-kulturalny i dzieli pokój z panią kadrową.
- Pan F ma przygotowanie do pracy jako palacz i pracę tę wykonuje.
- Pani G ma męża, który dobrze zarabia i wymaga od niej dobrego prowadzenia domu; pani G nie ma czasu na pracę zawodową.
- Pan H ukończył wyższą uczelnię ekonomiczną. Rozgląda się za pracą od pół roku.
- Pani I pracuje jako sekretarka w 20-osobowej firmie. Dzieli swój kantorek z dozorczynią i jeszcze dwiema sprzątaczkami.
- 15-letni chłopiec J skończył gimnazjum. Utrzymują go rodzice. Nie uczy się dalej.
- Pan K pracuje na 1/3 etatu. Zarabia 100 zł.
- Pan L jest od 2 lat na emeryturze wojskowej.
- Pan Ł skończył tylko szkołę średnią; stara się o stanowisko kierownicze.
- Pani M kupiła 3 ha ziemi.

SCENARIUSZ 5.

Agnieszka Lipczyńska, Zespół Szkół w Policach

Temat lekcji: *Bezrobocie i sposoby przeciwdziałania*

Cele ogólne:

- przygotowanie uczniów do aktywnego i świadomego uczestnictwa w życiu gospodarczym
- kształtowanie umiejętności aktywnego poszukiwania pracy.

Cele edukacyjne:

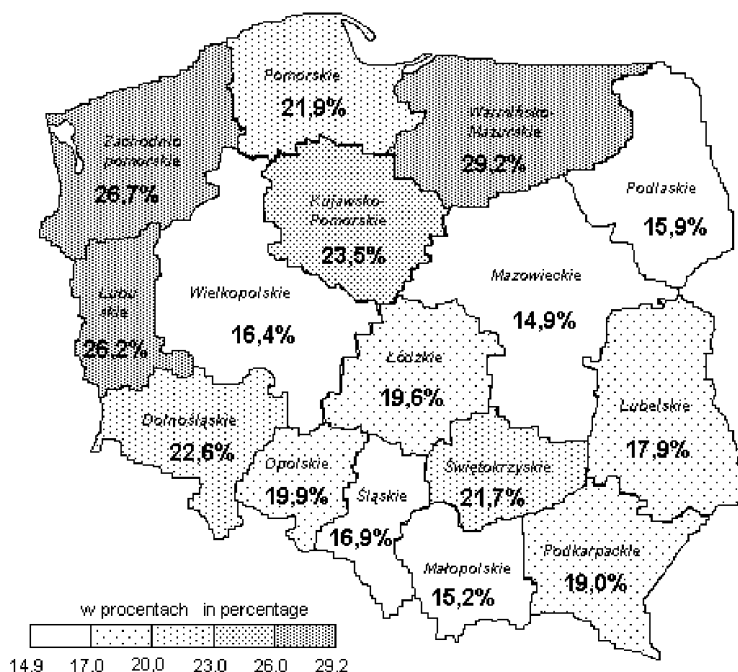
- uczeń poznaje pojęcia: *bezrobocie, stopa bezrobocia, bezrobocie frykcyjne, bezrobocie strukturalne*
- potrafi zinterpretować i przedstawić dane dotyczące bezrobocia występującego w Polsce
- wymienia i odróżnia aktywne i pasywne formy walki z bezrobociem
- potrafi wymienić czynniki, które przyczyniły się do tak wysokiego bezrobocia w naszym kraju.

Metody pracy:

- tablica z kartogramem określającym poziom bezrobocia w poszczególnych województwach Polski
- tablice z danymi sporządzone przez GUS, określające poziom bezrobocia według wieku, wykształcenia, stażu pracy w latach 2003–2004
- brystol, artykuły biurowe.

Tok lekcji

- Nauczyciel wprowadza do tematu poprzez krótki wykład na temat definicji i rodzajów bezrobocia (10 min).
- Klasa analizuje kartogram obrazujący poziom bezrobocia na terenie Polski w roku 2004. Analizując, określamy wspólnie, w których regionach kraju jest największe bezrobocie, a w których najmniejsze. Wymieniamy jednocześnie, jakie elementy mogły wpłynąć na takie właśnie kształtowanie się tych wskaźników.



Wybrane czynniki wypisujemy na tablicy.

Nauczyciel zwraca uwagę, że wiele z tych czynników to następstwo wydarzeń po 1989 roku.

Stopa bezrobocia 30 sierpnia 2004 r. wynosiła 19,1%.

Praca grupowa polega na opracowaniu tablic dydaktycznych (plakatów) określających poziom bezrobocia według poszczególnych cech:

- I grupa opracowuje poziom bezrobocia wśród ludzi według wykształcenia w latach 2003–2004
 - II grupa opracowuje poziom bezrobocia wśród ludzi według stażu pracy w latach 2003–2004
 - III grupa opracowuje poziom bezrobocia wśród ludzi według wieku w latach 2003–2004
 - IV grupa opracowuje poziom bezrobocia w poszczególnych powiatach województwa zachodniopomorskiego.
- Nauczyciel dzieli klasę na 5-osobowe zespoły. Praca ich polega na wykonaniu plakatów prezentujących za pomocą tabeli i wykresów (kołowych, słupkowych, w układzie współrzędnych) bezrobocie według wymienionych cech (wiek, staż pracy, wykształcenie, poziom zjawiska w regionie). Po wykonaniu pracy każda z grup referuje wyniki swojej pracy na forum klasy.

UWAGA!

Oprócz pokazania danych każda z grup powinna przedstawić czynniki, jakie miały wpływ na takie a nie inne kształtowanie się bezrobocia w poszczególnych grupach. Zlecamy uczniom, aby wykonane plakaty zawiesili w swojej klasie. Będą bardzo przydatnymi pomocami na przyszłych lekcjach.

Nauczyciel zwraca uwagę, że występują aktywne i pasywne formy walki z bezrobociem. Podkreśla również, że państwo odgrywa dużą rolę w tej walce.

- Rozdaje każdemu z uczniów dwie karteczki różnego koloru. Zleca uczniom, aby na jednej z nich, np. na żółtej, napisali aktywne formy walki z bezrobociem, natomiast na drugich, np. zielonych, pasywne formy walki.
- Każdy uczeń przykleja swoje kartki na wcześniej przygotowanych przez nauczyciela dużych plakatach, zatytułowanych:
 - AKTYWNE FORMY WALKI Z BEZROBOCIEM
 - PASYWNE FORMY WALKI Z BEZROBOCIEM
- Nauczyciel analizuje i omawia plakaty oraz poprawia ewentualne błędy.

Podsumowanie

Podsumowujące wiadomości ćwiczenie polega na uzupełnieniu luk w tekście o bezrobociu.

SCENARIUSZ 6.

Agnieszka Lipczyńska, Zespół Szkół w Policach

Temat lekcji: Dokumenty potrzebne w fazie ubiegania się o pracę

Cele ogólne:

- przygotowanie uczniów do sporządzania dokumentów związanych z poszukiwaniem pracy
- poznanie przez ucznia swoich zdolności i umiejętności w celu przedstawienia ich w dokumentach związanych z poszukiwaniem pracy.

Cele edukacyjne:

- uczeń wymienia dokumenty niezbędne w poszukiwaniu pracy
- poprawnie pisze życiorys (CV) i list motywacyjny w odpowiedzi na konkretne ogłoszenie
- planuje odpowiednią formę graficzną (format, rozmieszczenie tekstu itp.) składanych dokumentów
- odnajduje typowe błędy w życiorysach i listach motywacyjnych
- modyfikuje przygotowane dokumenty w zależności od charakteru pracy i stanowiska
- wykorzystuje komputer do przygotowania dokumentacji
- wypełnia życiorys i pisze list motywacyjny w edytorze tekstu oraz przesyła je pocztą elektroniczną (w przypadku pracodawców stosujących taką formę rekrutacji).

Metody pracy:

- rozmowa dydaktyczna
- wykład.

Środki dydaktyczne:

- komputer z oprogramowaniem do edycji tekstu
- multimedialny program interaktywny KARIERA Wydawnictwa WSiP.

Tok lekcji

- Udzielenie uczniom informacji, że przy staraniach o pracę warto sobie uzmysłowić swoje zalety i umieć je wyeksponować w autoprezentacji. (Zdaniem pracodawców około 30% kandydatów do pracy nie potrafi się dobrze zaprezentować). Przed rozmową kwalifikacyjną wymaga się od kandydata złożenia **podania o pracę, listu motywacyjnego oraz CV** (curriculum vitea, czyli życiorysu). Podkreślenie, że sposób przygotowania tych dokumentów jest pierwszym świadectwem, jakie wystawia sobie kandydat do pracy. Pracodawca na podstawie tych dokumentów wyrobi sobie opinię o kandydacie i zaprosi go na rozmowę kwalifikacyjną.
- Poinstruowanie uczniów, jakie informacje powinno zawierać podanie o pracę, list motywacyjny, CV. Następnie rozdanie instrukcji i wzorów tych dokumentów (wykorzystanie materiału pomocniczego nr 1).
- Uczniowie wyszukują w Internecie dowolną ofertę pracy, na którą będą odpowiadać, pisząc podanie o pracę, list motywacyjny oraz życiorys zawodowy.
- Następnym etapem zajęć będzie przygotowanie przez uczniów wyżej wymienionych dokumentów w edytorze tekstu MICROSOFT WORD.
- Po napisaniu przez wszystkich swoich dokumentów wyjaśnienie uczniom, że **aplikacje można przysyłać drogą elektroniczną**. Polecenie, aby każdy z nich przesłał przygotowane dokumenty na adres mailowy nauczyciela przedmiotu.

WAŻNE

Przed tą lekcją należy przypomnieć uczniom, aby wszyscy założyli sobie konto mailowe.

- Ostatnia część zajęć (podsumowująca) jest formą zabawy uczniów z programem multimedialnym KARIERA.

Podsumowanie

Każdy z uczniów za pomocą tego programu może stworzyć dokumenty potrzebne w fazie ubiegania się o pracę, wybierając odpowiednie polecenia. Komputer po wykonaniu przez użytkownika poleceń sprawdza błędy i przedstawia punktację podsumowującą pracę uczniów. Dzięki temu programowi uczeń poznaje, jakie sformułowania można zastosować w liście motywacyjnym i CV, a jakich należy unikać.

Program ten ma walory zarówno zabawy, jak i edukacyjne i na pewno da uczniom większą możliwość poznania zasad pisania powyższych dokumentów niż zwykła lekcja teoretyczna.

MATERIAŁ POMOCNICZY NR 1

„Jak pisać podanie, list motywacyjny, CV?”

Zasady pisania listu motywacyjnego

List motywacyjny powinien wyjaśniać, dlaczego interesuje nas dana praca oraz dlaczego uważamy, że jesteśmy najlepszymi do niej kandydatami. Warto zdawać sobie sprawę z tego, że pracodawcy często oceniają oferty kandydatów na podstawie tego dokumentu. Dlatego list ten powinien być przejrzysty, rzeczowy i zwięzły. Jeśli jest dołączony do niego życiorys, nie ma potrzeby powtarzania w nim tych samych informacji.

Cechy listu motywacyjnego

FORMA

Na białym papierze, na jednej stronie, pisany ręcznie (jeśli na maszynie, to koniecznie ręcznie podpisany), czytelny, staranny

TREŚĆ

Bezpośredni – nie musi być zbyt dokładny, raczej zachęcający do rozmowy, niż wyjaśniający wszystko.

Stanowczy – nie należy wykazywać niezdecydowania; pewnie sformułuj swoją prośbę – nie przyjmuj prosiącego tonu.

Grzeczny – występujesz przecież w roli przyszłego pracownika.

Profesjonalny – dotyczy tylko kwestii zawodowych.

Wierny twojej osobowości – zachowaj swój styl.

Atrakcyjny – zainteresuj czytelnika.

Zwięzły – nie powtarzaj życiorysu.

Tworzy pozytywny obraz twojej osoby, ale bez wpadania w niepoprawny optymizm bądź naiwność.

SCENARIUSZ 7.

Agnieszka Lipczyńska, Zespół Szkół w Policach

Temat lekcji: *Rozmowa kwalifikacyjna*

Cele ogólne:

- zapoznanie uczniów z przebiegiem rozmowy kwalifikacyjnej
- przygotowanie uczniów do rozmowy kwalifikacyjnej
- zapoznanie uczniów z pytaniami zadawanymi przez pracodawcę i ewentualnymi odpowiedziami.

Cele edukacyjne:

- uczeń wskazuje zasady przygotowania się do rozmowy kwalifikacyjnej
- potrafi zaplanować przygotowanie do tej rozmowy
- potrafi merytorycznie przygotować się do rozmowy (zdobyć informacje o potencjalnym pracodawcy)
- sporządza listę rzeczy, które należy zabrać na rozmowę i dobiera odpowiedni rodzaj ubrania
- przewiduje pytania, które mogą być zadawane podczas rozmowy i planuje odpowiedzi na nie oraz potrafi odpowiedzieć w jak najlepszy sposób na pytania zadane przez pracodawcę
- przeprowadza symulacyjną rozmowę kwalifikacyjną (jako pracownik i jako pracodawca).

Metody pracy:

- rozmowa dydaktyczna
- komputer.

Środki dydaktyczne:

- multimedialny program interaktywny KARIERA Wydawnictwa WSiP

Tok lekcji

- Na początku wspólnie wyjaśniamy pojęcie *rozmowa kwalifikacyjna* oraz przypominamy, jakie dokumenty są do niej potrzebne.
- Za pomocą programu multimedialnego KARIERA przygotowujemy się do rozmowy kwalifikacyjnej. Z menu wybieramy opcje przygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej, do wyboru: RADY, JAK SIĘ UBRAĆ, JAK SIĘ ZACHOWAĆ.
Na początek wybieramy opcję RADY, gdzie dostajemy informacje niezbędne nam w przygotowaniu się do rozmowy kwalifikacyjnej: o czym musimy pamiętać i czego możemy się spodziewać.
Następnie przechodzimy do opcji JAK SIĘ UBRAĆ, w której na podstawie zdjęć widzimy, jaki strój jest pożądaný a jaki niewskazany.
Gdy wiemy, jak się ubrać, przechodzimy do opcji JAK SIĘ ZACHOWAĆ. Tutaj autorzy programu informują nas, jak usiąść, jak się przywitać, jaką zastosować mimikę twarzy.

WAŻNE:

Tę część pokazową, tzn. PRZYGOTOWANIE DO ROZMOWY KWALIFIKACYJNEJ, najlepiej prezentować na ekranie telewizora lub za pomocą projektora (jeśli są możliwości prowadzić lekcję przy zastosowaniu jednego komputera).

- Po zapoznaniu się z podstawowymi informacjami o rozmowie kwalifikacyjnej przechodzimy do menu SPRÓBUJ SAM (każdy z uczniów przystępuje do pracy przy osobnym komputerze). W tej części programu uczeń wybiera warianty odpowiedzi na zadane pytania przez potencjalnego pracodawcę. Po odpowiedzi komputer pokazuje, czy wybrany wariant jest prawidłowy czy nie.

Pytania zadane potencjalnemu pracownikowi to m.in.:

- Dlaczego kandydat odpowiedział na ogłoszenie mojej firmy?
- Co możesz zaoferować mojej firmie?
- Jakie masz oczekiwania co do pracy tutaj?

SCENARIUSZ 8.

Katarzyna Bczyk, Gimnazjum Gminy Stargard Szczeciński

Krzyszyna Kowalewska, Ośrodek Szkolno-Wychowawczy

Temat lekcji: *Poszukiwanie pracy*

Cel ogólny:

- kształtowanie umiejętności aktywnego poszukiwania pracy i świadomego jej wyboru

Cele edukacyjne:

- uczeń poznaje sposoby poszukiwania pracy (poziom A)
- potrafi sporządzić dokumentację związaną z poszukiwaniem pracy (poziom B)
- potrafi przedstawić dokumentację związaną z poszukiwaniem pracy (poziom C)
- potrafi zaplanować działania pracy (poziom D).

Metody pracy:

- „burza mózgów”
- pogadanka
- praca w grupach.

Środki dydaktyczne:

- prospekty biur pośrednictwa pracy (rejonowych, powiatowych urzędów pracy itp.)
- przykładowy rejestr działań w poszukiwaniu pracy (foliogram, plansza)
- papier dla grup i mazaki
- podręcznik „Podstawy przedsiębiorczości” cz. 2., W.E. Wiking.

Tok lekcji

Faza wstępna

- sformułowanie celu lekcji
- podanie tematu lekcji.

Faza realizacji

- „Burza mózgów” na temat: Jak rozpocząć poszukiwanie pracy?
- Zapisanie wniosków na tablicy.
- Uporządkowanie wniosków i omówienie zasad aktywnego poszukiwania pracy.
- Zapoznanie uczniów z dokumentacją potrzebną w poszukiwaniu pracy.
- Prezentacja przykładowego rejestru działań w poszukiwaniu.
- Praca w grupach: przygotowanie projektów własnych rejestrów działań w poszukiwaniu pracy.
- Prezentacje projektów przez grupy.

Podsumowanie

Omówienie zaprezentowanych projektów ze wskazaniem na działania dobre i niewłaściwe, zmniejszające możliwości znalezienia pracy.

Zadanie domowe:

Przygotuj własną kartę (rejestr) działań w poszukiwaniu pracy.

SCENARIUSZ 9.

Katarzyna Byczyk, Gimnazjum Gminy Stargard Szczeciński

Krzyszyna Kowalewska, Ośrodek Szkolno-Wychowawczy

Temat lekcji: *Jak przygotować się do pierwszej rozmowy kwalifikacyjnej?*

Cel ogólny:

- kształtowanie umiejętności skutecznego porozumiewania się w różnych sytuacjach, efektywnego współdziałania w zespole i przygotowania do publicznych wystąpień.

Cele edukacyjne:

- uczeń potrafi wymienić podstawowe zasady autoprezentacji (poziom A)
- rozumie zależność pomiędzy dobrą prezentacją a szansą otrzymania pracy (poziom B)
- umie komunikować się i współpracować w grupie (poziom C)
- potrafi przekonać pracodawcę do własnych umiejętności (poziom D).

Metody pracy:

- metoda sytuacyjna
- praca w grupach
- dyskusja.

Środki dydaktyczne:

- papier
- mazaki
- oferty pracy z konkretnych firm.

Tok lekcji

Faza wstępna

stworzenie sytuacji problemowej: nauczyciel przedstawia oferty pracy z firm, akcentuje najczęściej powtarzające się wymagania stawiane kandydatom przez pracodawcę.

Faza realizacji

- Podział klasy na grupy – wybór oferty przez grupę.
- Przygotowanie przez grupę poradnika dla kandydata przygotowującego się do rozmowy kwalifikacyjnej z uwzględnieniem m.in. umiejętności, odpowiedniej postawy, właściwie dobranego stroju itp.
- Przygotowanie i zaprezentowanie dramy: Rozmowa kwalifikacyjna w zakładzie pracy.

Podsumowanie

Omówienie scenek.

Wybranie najlepszego kandydata i zaproszenie go na rozmowę w sprawie podpisania umowy o pracę.

Zadanie domowe

Opracuj autoprezentację dla wybranego pracodawcy.

Uwaga: scenariusz przygotowany na 2 jednostki lekcyjne.

SCENARIUSZ 10.

Piotr Budnicki, ZSZ w SOSW nr 2 w Szczecinie

Temat lekcji: Autoprezentacja (młodzież upośledzona umysłowo w stopniu lekkim)

Cele ogólne:

- poznanie technik autoprezentacji przez uczniów
- doskonalenie mówienia i słuchania oraz odbierania sygnałów niewerbalnych
- wykazywanie inicjatyw w poszukiwaniu pracy i aktywności w wypadku bezrobocia.

Cele edukacyjne:

- uczeń potrafi określić swoje zainteresowania
- określić swoje umiejętności
- dokonać autoprezentacji
- napisać CV.

Cele rewalidacyjne

- doskonalenie techniki czytania
- doskonalenie umiejętności posługiwania się komputerem
- rozwijanie umiejętności wyciągania wniosków i logicznego myślenia
- rozwijanie wyobraźni.

Metody pracy:

- miniwykład
- czytanie ogłoszeń prasowych
- praca zespołowa *Metodą wielu inteligencji*.

Środki dydaktyczne:

- grafoskop
- foliogramy
- prasa
- program DORADCA 2000
- komputery
- szary papier, kartki, pisaki, klej, nożyczki
- gazety, kolorowe czasopisma.

Tok lekcji

Faza wstępna:

- nauczyciel zapoznaje uczniów z tematem i przebiegiem zajęć
- praca na komputerze z programem DORADCA 2000
- strony www z ofertami pracy.

Faza realizacji:

- Nauczyciel zapoznaje uczniów z *Metodą wielu inteligencji*.
- Przedstawia polecenia zapisane na folii „**To jestem „ja”**”:
 - 1) podaj definicję swojego „ja”
 - 2) narysuj logo swojego „ja”
 - 3) napisz równanie matematyczne swojego „ja”
 - 4) napisz zwrotkę piosenki o swoim „ja” do popularnej melodii
 - 5) napisz krótki wierszyk o swoim „ja”
 - 6) wykonaj ruch ciałem obrazujący własne „ja”
 - 7) napisz złotą myśl, którą kieruje się twoje „ja”.
- Nauczyciel dzieli klasę na zespoły.
- Rozdaje szary papier, pisaki, kolorowe czasopisma, klej, nożyczki.
- Zadaje pytanie:

Co to są zainteresowania?
Co to są umiejętności?
- Uczniowie odpowiadają na pytanie
- Nauczyciel zapisuje odpowiedzi uczniów na tablicy.
- Uczniowie wyszukują w prasie ogłoszenia oczekiwania pracodawców i wypisują je na kartkach pisakami.
- Nauczyciel prezentuje na folii wykaz zainteresowań.
- Uczniowie pracują zespołowo.
- Liderzy grupy przyklejają arkusze szarego papieru i dokonują prezentacji wspólnie z zespołem.

Podsumowanie:

- Nauczyciel podsumowuje zajęcia.
- Sprawdza, czy cel zajęć został osiągnięty.
- Ocenia pracę zespołów.

SCENARIUSZ 11.

Anna Juszczyk, Gimnazjum nr 8 w Szczecinie

Teodozja Śmiałek, Zespół Szkół Publicznych

Temat lekcji: Rejestracja działalności gospodarczej

Cel ogólny:

- poznanie podstawowych zasad podejmowania działalności gospodarczej.

Cele edukacyjne:

- uczeń potrafi posługiwać się umiejętnie przepisami prawa w zakresie form organizacyjno-prawnych przedsiębiorstwa
- potrafi posługiwać się informacjami z różnych źródeł
- zna zasady pracy w grupie
- potrafi zaprezentować swoje poglądy
- zna formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstwa.

Metody pracy:

- prezentacja
- praca w grupach
- czytanie ze zrozumieniem.

Środki dydaktyczne:

- podręcznik KOSS część II
- papier, markery
- schemat „droga do własnej firmy”.

Tok lekcji

Faza wstępna (rekapitulacja wtórna):

- jakie są cechy gospodarki rynkowej?
- podanie celu lekcji, zapis tematu.

Faza realizacji:

- Omówienie form organizacyjno-prawnych przedsiębiorstw.
- Podział klasy na grupy.
- Opracowanie przez grupy swojej firmy (rodzaj działalności, formy organizacyjne, finansowanie, logo, nazwa).
- Prezentacja i funkcjonowanie swojej firmy.
- Uściślenie przez nauczyciela wypowiedzi uczniów lub dodatkowe pytania nt. funkcjonowania danej firmy.

Podsumowanie:

- podsumowanie i ocena prac
- wybór najlepszych prezentacji firmy.

SCENARIUSZ 12.

Małgorzata Zabrocka, Gimnazjum nr 7 w Szczecinie

Temat lekcji: *Reklama drogą do sukcesu*

Cel główny:

- umiejętne wykorzystanie reklamy w uzyskaniu sukcesu.

Cele edukacyjne:

- uczeń poznaje sposoby i metody tworzenia reklamy
- umie efektywnie współdziałać w grupie
- potrafi rozróżnić różne formy reklamy.

Metody pracy:

- „burza mózgów”
- mapa skojarzeń
- swobodne wypowiedzi
- praca w grupach.

Środki dydaktyczne:

- wycinki z gazet
- tablica „Instrumenty marketingu”
- arkusze szarego papieru
- markery, kredki.

Tok lekcji

Temat został zaplanowany na 2 jednostki lekcyjne. Na pierwszej lekcji uczniowie tworzą mapę skojarzeń, uściślają definicję, uzupełniają schemat przedstawiający instrumenty marketingu i rozpoczynają malowanie plakatów (reklama). Na drugiej jednostce lekcyjnej uczniowie kończą swoje reklamy i przystępują do prezentacji prac. Lekcja kończy się ewaluacją, która ma formę swobodnych wypowiedzi uczniów.

Faza wstępna:

Nauczyciel dzieli klasy na grupy, rozdaje wycinki z gazet (różne rodzaje reklam prasowych). Na tablicy pisze hasło REKLAMA.

Uczniowie „burzą mózgów” dopełniają wszelkie skojarzenia związane z tym słowem, W tym momencie nauczyciel formułuje temat lekcji i zapisuje go na tablicy. Określa cel lekcji.

Faza realizacji:

Nauczyciel prosi uczniów o posegregowanie wycinków prasowych na dwie grupy – reklamy skierowane do mężczyzn i do kobiet. Po prezentacji prac (wycinki przyklejone na arkusze) klasa dyskutuje i odpowiada na pytania:

- Czym kieruje się producent produktu, opracowując reklamę?
- W jakich gazetach i dlaczego umieszczone są poszczególne reklamy?

- Kto jest bardziej chłonny na reklamy?
- Jakie grupy społeczne są najlepszymi odbiorcami poszczególnych produktów:
 - samochodów,
 - kosmetyków,
 - żywności
 - prasy/ książek,
 - produktów luksusowych?

Zapisanie wniosków na tablicy i w zeszyte (praca indywidualna).

Następnie nauczyciel przechodzi do dyskusji na temat, jaka forma reklamy jest najbardziej skuteczna: bezpośrednia, prasowa, uliczna – billboardy. Szukamy za i przeciw.

Reklama	Za	Przeciw
Uliczna	Widoczna, dociera do każdego.	Ludzie spieszący się nie zwracają uwagi na taki rodzaj reklamy.
Prasowa	Osoba sięgająca po prasę analizuje, zwraca uwagę na zamieszczoną tam reklamę.	Nie każdy czyta gazety.
Bezpośrednia	Wizyty w biurach, zakładach pracy, oferowanie bonusów.	Zdenerwowanie pracowników, którym przeszkadzamy w pracy, niezadowolenie, zniechęcenie.

Każdy uczeń zapisuje swoje spostrzeżenia, a następnie dzieli się nimi z resztą klasy.

Uczniowie komentują swoje wnioski, odnoszą się do swoich pomysłów, dzielą się uwagami (dyskusja twórcza).

Podsumowanie:

Nauczyciel po wysłuchaniu wniosków stara się podsumować pracę klasy. Przeprowadza ewaluację, zadając pytania:

- Jak firmy, producenci zabiegają o klienta?
- Które z działań marketingowych są według was najistotniejsze?

Uczniowie wyrażają swoje opinie związane z pytaniami postawionymi przez nauczyciela.

Zadanie domowe:

Napisz pracę pt. „Na ile reklama skłania nas – konsumentów – do wybrania danego produktu.

SCENARIUSZ 13.

Anna Juszczyk, Gimnazjum nr 8 w Szczecinie

Teodozja Śmiałek, Zespół Szkół Publicznych w Warnicach

Temat lekcji: *Reklama dźwignią własnego przedsiębiorstwa*

Cel ogólny:

- poznanie podstawowych zasad zarządzania małą firmą.

Cele edukacyjne:

- uczeń zna zasady zarządzania małą firmą
- rozumie zasady rozwiązywania problemów w twórczy sposób
- umie współpracować w grupie
- potrafi zaprezentować swoje pomysły
- zna sposoby i metody reklamy wizerunku własnej firmy w środowisku.

Metody pracy:

- „burza mózgów”
- mapa skojarzeń
- praca w grupach
- prezentacja.

Środki dydaktyczne:

- arkusze szarego papieru
- kolorowe markery
- kredki
- podręcznik
- słownik.

Tok lekcji

Faza wstępna:

- przedstawienie celów lekcji i zapis tematu
- tworzenie mapy skojarzeń do słowa marketing i przedstawienie wyników pracy w konfrontacji ze słownikiem.

Faza realizacji:

- Podział uczniów na grupy (jak w temacie zakładanie firm).
- Każda grupa tworzy prezentację marketingową swojej firmy i jej wyrobów lub usług (na plakatach) z zastosowaniem największej liczby instrumentów marketingowych.
- Rysunek produktu, sposób promocji, przykładowa reklama.
- Prezentacja pracy grup.

Podsumowanie:

- ocena pracy grup i poszczególnych uczniów
- ewaluacja (Jak firmy zapobiegają o klienta? Które z działań marketingowych są według nas najistotniejsze?)

SCENARIUSZ 14.

Teodozja Śmiałek, Zespół Szkół Publicznych Warnice

Temat lekcji: Zarządzanie personelem

Cele ogólne:

- poznanie stylów kierowania firmą
- poznanie sposobów motywowania.

Cele edukacyjne:

- uczeń rozróżnia trzy podstawowe style kierowania: autokratyczny, demokratyczny i liberalny, wymienia ich wady i zalety
- charakteryzuje osobę przywódcy, wymienia jego cechy i umiejętności
- wymienia sposoby motywowania pracowników
- diagnozuje swoje zdolności przywódcze.

Metody pracy:

- pogadanka
- wykład
- praca w grupach.

Środki dydaktyczne:

- literatura przedmiotu
- flamastry, arkusze papieru
- test: *Czy jesteś menadżerem przyszłości?* (źródło: niemieckie czasopismo Focus).

Tok lekcji

Faza wstępna:

Nauczyciel rozpoczyna pogadankę na temat oddziaływania zwierzchnika na grupę podwładnych, a także dotyczącą jego wpływu na sukces firmy.

Faza realizacji:

- Uczniowie dobierają się w grupy maks. 5-osobowe. Na arkuszach papieru tworzą schematy blokowe lub mapy myśli zawierające cechy i umiejętności niezbędne do tego, aby być przywódcą. Przedstawiciele poszczególnych grup prezentują wyniki pracy. Na koniec ćwiczenia nauczyciel podsumowuje pracę uczniów.
- Nauczyciel w formie wykładu prezentuje uczniom poszczególne style zarządzania personelem, podając konkretne przykłady.
- Pogadanka na temat sposobów motywowania pracowników do pracy. Uczniowie wymieniają sposoby motywowania, które, ich zdaniem, są najskuteczniejsze.
- Uczniowie rozwiązują test: *Czy jesteś menadżerem przyszłości?*

SCENARIUSZ 15.

Wanda Michalak, Publiczne Gimnazjum w Pyrzycach

Temat lekcji: *Budżet domowy*

Cele ogólne:

- kształcenie umiejętności budowania budżetu i zabezpieczenia finansowego swojej rodziny
- kształcenie umiejętności brania odpowiedzialności za siebie, drugiego człowieka i dobra materialne
- rozwijanie umiejętności sprawnego komunikowania się i współpracy.

Cele edukacyjne:

- uczeń wykazuje umiejętność planowania i sporządzania budżetu domowego
- wykazuje zainteresowanie zarządzaniem własnymi pieniędzmi
- uczy się efektywnie współpracować w grupie
- wyjaśnia pojęcia: *dochody, wydatki, emerytura, renta, nadwyżka budżetowa, deficyt budżetowy, równowaga budżetowa*
- analizuje przykładowy budżet 2-osobowej rodziny
- konstruuje budżet domowy na określonych przykładach, wykazuje tendencje do planowania
- analizuje, jak zmieni się budżet domowy w wypadku zmiany struktury rodziny: powiększenie rodziny, choroba w rodzinie, edukacji – studia, osoba bezrobotna w rodzinie, patologia – alkoholizm w rodzinie
- rozumie potrzebę zabezpieczenia emerytalnego, zdrowotnego
- wykazuje konieczność poprawy swojego budżetu domowego
- rozumie zmienność potrzeb każdego członka rodziny.

Metody pracy:

- metoda sytuacyjna
- praca w grupach.

Środki dydaktyczne:

- opis sytuacji (załącznik)
- katalogi, oferty: Makro, Selgros, Netto, Biedronka.

Tok lekcji

Faza wstępna:

- Sformowanie celu i tematu lekcji.
- Przeprowadzenie metody „burzy mózgów” w odniesieniu do pracy domowej (ile wynoszą w ich domach tzw. opłaty stałe). Uczniowie wymieniają stałe elementy budżetu gospodarstwa domowego, np. opłaty za prąd, gaz, czynsz itp. Pod kierunkiem nauczyciela analizują przykładowy budżet domowy. Nauczyciel wyjaśnia relacje w wypadku sytuacji nadwyżki, deficytu i równowagi budżetowej.

Faza realizacji:

- Nauczyciel dzieli klasę na 5 grup.
- Uczniowie wybierają lidera grupy i strażnika czasu, który określa czas pracy: 1 godzina.
- Analizują przedstawione sytuacje według poleceń.
- Wnioski zapisują na arkuszach papieru.

Podsumowanie:

Liderzy prezentują struktury wydatków z uwzględnieniem pojęć. Ocena pracy poszczególnych grup. Nauczyciel przeprowadza ewaluację.

Opis sytuacji

(załączniki)

Rodzina A

Składa się z 3 osób: mąż (nauczyciel zarabia 1200 zł) żona (pielęgniarka) otrzymuje 800 zł) i babcia na emeryturze (900 zł). Zajmują 3-pokojowe mieszkanie w kamienicy, które trzeba opalać węglem (tona węgla 400 zł). Rodzina A mieszka pod Szczecinem, a pracuje w Szczecinie. Starsza pani jest osobą chorą – po wylewie, częściowo sparaliżowaną i wymaga stałej pomocy i higieny (pampersy, leki, rehabilitacja).

Rodzina B

W rodzinie B urodziło się dziecko. Pan B, ojciec dziecka, jest policjantem i zarabia 2000 zł. Pani B z racji urodzenia dziecka przeszła na urlop macierzyński. Gdy dziecko choruje, pani B przechodzi na urlop wychowawczy. Niestety pani B nie otrzymuje prawa do zasiłku wychowawczego. Państwo B mają 2-pokojowe mieszkanie spółdzielcze. Pan B ma 12-letni samochód i wynajmuje garaż.

Rodzina C

Rodzina C jest dumna ze swojego syna, który dostał się na studia dzienne na medycynę. Łączne dochody rodziny wynoszące 3 tys. zł uniemożliwiają otrzymanie przez syna C akademika. Państwo C zmuszeni są płacić za stancję syna 400 zł. Syn państwa C jest dobrym studentem – otrzymuje stypendium naukowe w wysokości 200 zł.

Rodzina D

W rodzinie D pani D pracuje jako sprzedawczyni w sklepie (praca zmianowa, zarobki 800 zł), zaś pan D jest bezrobotny – na zasiłku bezrobotnym (otrzymuje 450 zł). Rodzina D zamieszkuje kawalerkę. Mają dziecko w wieku przedszkolnym.

Rodzina E

Rodzina E liczy 3 osoby. Zamieszkuje na wsi i posiada gospodarstwo rolne. Łącznie roczne dochody gospodarstwa wynoszą 10 tys zł po spłaceniu podatku i kosztów uprawy ziemi. Na utrzymaniu państwa E jest dziecko w wieku przedszkolnym. Niestety pan E nadużywa alkoholu.

SCENARIUSZ 16.

Joanna Stankiewicz, Gimnazjum nr 23 w Szczecinie

Temat lekcji: *Tworzenie budżetu domowego*

Cele ogólne:

- kształtowanie umiejętności konstruowania budżetu i zabezpieczenia finansowego swojej rodziny
- kształtowanie postawy odpowiedzialności za siebie, drugiego człowieka i dobra materialne
- rozwijanie umiejętności sprawnego komunikowania się i współpracy.

Cele edukacyjne:

- uczeń potrafi planować i sporządzać budżet domowy
- potrafi umiejętnie zarządzać własnymi pieniędzmi
- zna zasady pracy w grupie.

Metody pracy:

- praca w grupie
- „burza mózgów”
- prezentacja.

Środki dydaktyczne:

- L. Piasecka „Podstawy przedsiębiorczości” – podręcznik, przewodnik metodyczny do przedmiotu *podstawy przedsiębiorczości* dla LO i technikum, Wyd. Edukacyjne „Wiking”, Wrocław 2002
- zeszyt ucznia
- arkusze papieru
- markery
- załącznik z opisem.

Tok lekcji

Faza wstępna:

- powitanie klasy
- określenie celów lekcji, podanie tematu.

Faza realizacji:

- Zapisanie tematu lekcji.
- Wyjaśnienie pojęć.
- Rozmowa z uczniami na temat budżetu domowego, wydatków i stałych opłat.
- Przykłady różnych budżetów domowych (uczniowie przedstawiają w postaci „burzy mózgów”).
- Podział na grupy; uczniowie mają za zadanie ustalić budżet dowolnie wybranej przez siebie rodziny.
- Na arkuszach opracowują wpływy i wydatki tej rodziny.
- Reprezentanci grup zapisują wnioski.

Podsumowanie:

- Reprezentanci grup podają wyniki i wnioski na forum klasy.
- Porównanie wyników i wniosków z innymi grupami.
- Uczniowie wyciągają wnioski ogólne i odnotowują je w zeszycie.
- Nauczyciel przeprowadza ewaluację zajęć.

SCENARIUSZ 17.

Kamila Leśniewska, Gimnazjum nr 3 w Policach

Temat lekcji: *Pieniądz w gospodarce rynkowej*

Cele ogólne:

- zapoznanie z definicją pieniądza, jego właściwościami i formami
- zrozumienie pojęcia *wartość pieniądza*
- zapoznanie uczniów z funkcjami pieniądza.

Cele edukacyjne:

- uczeń zna historię pieniądza
- rozumie znaczenie pieniądza w gospodarce rynkowej
- wymienia zalety korzystania z usług bankowych
- potrafi opisać podstawowe zasady funkcjonowania banków
- wie, co to jest: *środek płatniczy, baster, karta płatnicza, karta bankomatowa, czek, kredyt, weksel, depozyt*
- wie, co to jest oszczędzanie, inwestowanie
- potrafi pracować w grupie
- potrafi porządkować i wykorzystywać informacje.

Metody pracy:

- elementy rozmowy nauczającej
- praca w grupie
- prezentacja.

Środki dydaktyczne:

- flamastry
- podręcznik
- kredki
- szary papier.

Tok lekcji

Faza wstępna:

- przedstawienie celów i tematów lekcji
- w czasie rozmowy nauczającej uczniowie odpowiadają na pytanie: *Jakie środki płatnicze istniały najwcześniej?*
- zapis tematu lekcyjnego.

Faza realizacji:

- Uczniowie zostają podzieleni na 6 grup i otrzymują następujące zadania (jedno zadanie na dwie grupy):
 - w formie plakatu, komiksu wykonać, przedstawić historię pieniądza (od wymiany towaru do pieniądza elektronicznego),
 - rodzaje pieniądza (plakat),
 - zadania banków (plakat lub wykres).

- Mają 10 minut na wykonanie zadania.
- Prezentacja pracy grup – 25 minut (po 4 min na grupę).

Podsumowanie:

- omówienie i ocena pracy grup
- ewaluacja
- podyktowanie zadania domowego: Jak, twoim zdaniem, najlepiej zainwestować nadmiar pieniędzy?

SCENARIUSZ 18.

Beata Miłkowska, Gimnazjum 2000 w Szczecinie

Aneta Juszczyk, Gimnazjum nr 8 w Szczecinie

Temat lekcji: *Nowe państwa Unii Europejskiej a Polska w kontekście rozwoju gospodarczego*

Cele ogólne:

- przygotowanie uczniów do aktywnego i świadomego uczestnictwa w życiu gospodarczym kraju i Unii Europejskiej
- doskonalenie umiejętności korzystania z różnych źródeł informacji.

Cele edukacyjne:

- uczeń postrzega integrację europejską w kontekście szans rozwojowych Polski (powiązania Polski z innymi krajami)
- wskazuje konkretne formy i możliwości współpracy między Polską a nowymi członkami UE i korzyści wynikające z integracji (nowe rynki pracy)
- samodzielnie przygotowuje informacje z różnych źródeł
- potrafi przygotować prezentację swoich poglądów i przedstawić ją grupie.

Metody pracy:

- „burza mózgów”
- praca w grupach
- prezentacja
- quiz.

Środki dydaktyczne:

- arkusze papieru
- kolorowe markery, kredki, farby
- wycinki prasowe, tabele statystyczne
- mapa.

Tok lekcji

Uwagi do realizacji:

- czas realizacji – 2 godziny lekcyjne
- wcześniej uczniowie mieli przygotować w grupach informacje dotyczące państw, które w maju 2004 roku przystąpiły do UE. Każda grupa złożona z 3 osób zbierała materiały dotyczące państw: Malty, Cypru, Polski, Węgier, Estonii, Litwy, Łotwy, Czech, Słowacji, Słowenii według następujących kryteriów:
 - główne firmy w danym państwie
 - najbardziej znane marki produktów
 - główne zasoby surowców
 - powiązania z Polską
 - bezrobocie
 - zadłużenie, dochód narodowy

- świat polityki, główni politycy, partie polityczne
- nauka: patenty, stan badań naukowych
- flaga państwa, stolica, główne ośrodki, mapa konturowa.

Faza wstępna:

- przypomnienie celów lekcji, zapoznanie z tematem zajęć i zapis
- przypomnienie faktów dotyczących rozszerzenia UE, pokaz na mapie
- podział klasy według państw i przedstawienie zadań, czyli przygotowanie plakatu i 3-minutowego wystąpienia.

Faza realizacji:

- Praca w grupach, przygotowanie plakatów przedstawiających gospodarkę danego państwa.
- Przygotowanie scenek, dialogów, wywiadów etc.
- Określenie czasu wystąpienia – 3min dla grupy.
- Prezentacja.

Podsumowanie:

- quiz: każda grupa przygotowuje w domu jedno pytanie dotyczące gospodarki danego kraju
- wybór najciekawszej prezentacji i ocena prac.

SCENARIUSZ 19.

Władysława Kiernicka, Zespół Szkół nr 1 w Choszczynie

Temat lekcji: Życiorys zawodowy i list motywacyjny

Cele ogólne:

- umiejętność samooceny, pozytywna prezentacja swojej osoby oraz dotychczasowych osiągnięć. Wykreowanie własnego wizerunku, podkreślanie swojej indywidualności, mocnych stron oraz jasnej i logicznej wypowiedzi na piśmie, zdobywanie sztuki przekonywania
- odkrywanie potrzeb w zakresie dalszego kształcenia i zdobywania innych umiejętności.

Metody pracy

- praca z komputerem w pracowni techniki biurowej.

Środki dydaktyczne:

- rzutnik pisma
- komputery
- drukarka i papier do drukarki
- foliogramy
- plakaty
- schemat listu motywacyjnego i życiorysu zawodowego
- ogłoszenia o pracę z bieżącej prasy dla każdego ucznia.

Tok lekcji

Lekcja pierwsza:

- Przygotowanie stanowisk komputerowych oraz materiałów dla ucznia.
- Przedstawienie treści i celów lekcji.
- Krótka prezentacja przykładowych schematów listów motywacyjnych oraz omówienie zasad pisma urzędowego.
- Przydzielenie ogłoszeń o pracę.
- Samodzielna praca uczniów na komputerach.
- Drukowanie dokumentu.
- Prezentacja pierwszej wykonanej pracy i podsumowanie lekcji.

Lekcja druga:

- Krótka prezentacja wzorów życiorysów zawodowych i omówienie form i zasad ich sporządzania.
- Samodzielna praca ucznia na komputerze.
- Drukowanie dokumentu.
- Prezentacja pierwszej wykonanej pracy i podsumowanie.

SCENARIUSZ 20.

Mariola Miszczak, I Liceum Ogólnokształcące w Stargardzie Szczecińskim

Temat lekcji: *Komunikacja interpersonalna w relacji uczeń – nauczyciel*

Cele ogólne:

- przygotowanie uczniów do udziału w dyskusji
- formułowanie logicznych i racjonalnych wniosków.

Cele edukacyjne:

- uczeń potrafi uczestniczyć w dyskusji, formułować wnioski
- umie wymieniać poglądy
- potrafi szeregować wartości
- umie obiektywnie oceniać sytuację
- potrafi argumentować hipotezy.

Metoda pracy:

- pogadanka
- warsztatowa praca w grupie
- dyskusja „burza mózgów”.

Środki dydaktyczne:

- arkusz papieru
- małe kartki samoprzylepne
- pisaki.

Tok lekcji

Faza wstępna:

- podanie tematu i sposobu pracy w grupach
- podział klasy na grupy.

Faza realizacji:

- Krótka informacja wprowadzająca dotycząca istoty pojęcia *komunikacja interpersonalna*.
- W drodze dyskusji uczniowie ustalają modele komunikacji interpersonalnej.
- Jeden z uczniów rysuje te modele na dużym arkuszu papieru przyklepionym do tablicy.
- Każdy zespół otrzymuje kartki i zastanawia się nad dominującym według niego modelem.
- Przedstawiciel grupy nanosi liczbę kresek przy określonych modelach.
- Praca w grupach: analiza przyczyn dominacji wskazanego modelu i zapisanie ich na kartkach.
- Każda grupa nakleja na arkusz kartki z podanymi przyczynami wskazanych modeli.
- Wspólna analiza przyczyn, które determinują niepożądane sytuacje.

Podsumowanie:

- Sformułowanie wniosków, zapisanie ich na tablicy.
- Podsumowanie dokonane przez nauczyciela.

SCENARIUSZ 21.

Luiza Lewandowska, Gimnazjum nr 1 w Stargardzie Szczecińskim

Temat lekcji: *Komunikacja interpersonalna: Jak sobie radzić w sytuacjach konfliktowych?*

Cele ogólne:

- poznanie mechanizmów regulujących zachowanie człowieka
- poznanie i zrozumienie mechanizmów zachowania człowieka w sytuacjach konfliktowych
- zdobycie umiejętności podejmowania decyzji w sytuacjach konfliktowych.

Cele edukacyjne:

- uczeń zna i rozumie pojęcia *konflikt*, *spór*
- dokonuje samooceny i oceny innych
- zna sposoby rozwiązywania konfliktów
- umie wczuwać się w sytuacje innych osób
- jest świadomy swoich reakcji w sytuacjach konfliktowych
- umie wskazać negatywne skutki podtrzymywania konfliktu
- potrafi przewidzieć konsekwencje wynikające z konfliktu
- potrafi umiejętnie rozwiązać spór
- posiada praktyczną umiejętność radzenia sobie z konfliktami.

Metody pracy:

- dyskusja
- „burza mózgów”
- miniwykład
- drama
- praca w grupach
- praca indywidualna.

Środki dydaktyczne:

- testy
- karty z definicjami
- kolorowe gazety
- koperty, nożyczki
- samoprzylepne kolorowe karteczki
- masa samoprzylepna
- kartki z zasadami walki fair
- tablica
- schemat (metoda „6 kroków”).

Tok lekcji – część pierwsza

- Dyskusja
Nauczyciel pyta uczniów:
 - Co to jest konflikt?

- Kiedy i w jakich sytuacjach doświadczają konfliktu?
- Z jakich powodów wynikają spory i sprzeczki?
- „Burza mózgów”
Zbieranie synonimów do słowa „konflikt”
Utworzenie zbioru, np.: zatarg, kłótnia, spór, nieprzyjemność, sprzeczność, niezgodność, złość, gniew, nienawiść itd.
- Miniwykład
Prowadzący wyjaśnia na podstawie słownika następujące pojęcia: *konflikt, nieporozumienie, jedność*.
Następnie zawiesza na tablicy przygotowane wcześniej karty z definicjami tych słów.
- Nauczyciel zadaje uczniom pytanie:
 - Jak myślisz, czy twój obraz jest identyczny z tym, jak widzą cię inni?
 Możesz to sprawdzić, starając się wyłowić sygnał zwrotny. Być może jest do dla was nowa myśl, która wymaga odwagi. Aby to ułatwić, spróbujemy przeprowadzić eksperyment. Następnie proponuje uczniom ćwiczenie (załącznik nr 1).
Uczniowie otrzymują po dwie karty. Jedną dla siebie a drugą dla koleżanki (kolegi) z ławki.
Wyjaśnia: w tabelce znajdziesz niewielki wybór cech ułożonych parami. Te pary tworzą bieguny skali. Na podstawie stopni skali oceń siebie. Zanim jednak to zrobisz, daj jedną kartę koledze z ławki i poproś go, by również cię ocenił. Odbierz kartkę od kolegi i wpisz na nią swoją ocenę punktową; porównaj wyniki. Może się okazać, że pomiędzy twoją oceną i oceną kolegi jest duża rozbieżność. Warto się w takim razie zastanowić i poszukać przyczyn, dlaczego tak jest. Możesz zapytać kolegę, dlaczego tak was ocenia. Może się okazać, że dowiesz się czegoś nowego o sobie.
- Następnie nauczyciel pyta uczniów, czy chcieliby się dowiedzieć czegoś bliższego o swoich bliźnich. Mówi o tym, jak ważne w naszych kontaktach są sygnały pozawerbalne (według psychologów stanowią dwie trzecie komunikacji). Jeśli chcemy wiedzieć więcej o bliźnich, to musimy nauczyć się ich obserwować. Na przykład zwracać baczniejszą uwagę na ich reakcje.
Nauczyciel proponuje zadanie, które ma na celu określenie wyrazu twarzy, postawy, gestów naszego kolegi, koleżanki z ławki. Uczniowie otrzymują kolorowe gazety i mają za zadanie wyciąć ilustracje, obrazy, które będą charakteryzować pozytywne cechy kolegi.
Następnie wycięte ilustracje chowają do koperty, którą oddają koledze.
- Uczniowie kolejno dokonują charakterystyki.
- Podsumowanie stanowi wypełnienie karty zawieszanej na tablicy:
KOMUNIKAT MOŻE BYĆ:
NEGATYWNY — NEUTRALNY — POZYTYWNY
Nauczyciel wydaje uczniom polecenie, by na karteczkach zapisali po jednym przykładzie takich komunikatów. Na karteczce koloru czerwonego – negatywny, niebieskiej – neutralny, a na zielonej – pozytywny. Prosi, aby uczniowie przyklejali na tablicy karteczki, odpowiednio je przyporządkowując. Następnie odczytują kolejno komunikaty, np.: negatywne – jesteś durkiem, spływasz stąd, jestem na ciebie wściekła; neutralne – podaj mi książkę, zrób zadanie oraz pozytywne – kocham cię, jesteś w porządku, podoba mi się twój ubiór.
Nauczyciel zwraca uwagę na to, jak poszczególne komunikaty wpływają na nas i jakie wywierają emocje na naszych bliźnich.

Część druga

Nauczyciel wyjaśnia, że przygotował scenariusz pewnej sytuacji. Wybiera uczniów, którzy metodą dramy przedstawią scenki.

Scenka 1. W szkole

Na przerwie dwaj uczniowie dyskutują o wczorajszej imprezie. Jeden z nich zaczyna wyśmiewać się z drugiego, robiąc złośliwe uwagi pod jego adresem:

- Wczoraj ubrałeś się jak wieśniak, gdzie ty kupujesz te ciuchy, chyba w lumpeksie, co?
 - Odwal się, co!
 - Wiesz co, nie spodziewałem się, że z ciebie takie „bezguście”. Czy ty nie widziałeś, jak dziewczyny „zrywały z ciebie boki”?
 - Co powiedziałeś!!! O nie, spływasz stąd, bo ci machnę!!!
 - Co się tak burzysz? Ja tylko chciałem ci pomóc!
- Chłopak nie wytrzymuje i zaczyna szarpać kolegę.
- Co ty powiedziałeś, pomóc?, sam sobie pomóż, nauczyciel się znalazł.
- Chłopcy zaczynają się bić i wyzywać, następnie odchodzą, patrząc na siebie z nienawiścią.
- A to palant!
 - Niech no tylko stanie na mej drodze, już on mnie popamięta.

Scenka 2. W domu

W pokoju przed telewizorem siedzi dziewczyna. Jest godzina 19.00. Wchodzi jej ojciec.

- Kiedy masz zamiar odrobić lekcje?
- Później!
- Wyłącz w tej chwili telewizor! Musisz przecież odrobić lekcje!
- Zrobię lekcje, nie drzyj się! Jak powiedziałam, że zrobię, to tak będzie!
- Kiedy? Wszystko odkładasz na ostatnią chwilę! Mam tego dość! Jak sama tego nie potrafisz, to proszę, ja wyłączę ten cholerny telewizor!
- O nie, to ja mam dość, tylko ciągle rozkazujesz, nikt się tu nie liczy z moim zdaniem!

Odchodzi w gniewie i złości do swego pokoju, myśląc w duchu: on nigdy mi nie ufa, będę robić mu na złość, niech też odczuje, jakie to miłe, gdy ktoś cię tak traktuje.

Scenka 3. W klasie

Na lekcji nauczyciel prosi do odpowiedzi uczennicę. Zadaje pierwsze pytanie:

- Jakie znasz poetyckie środki stylistyczne? – proszę, wymień je.
- Nie wiem, to było dawno!
- Jak to dawno? Ten temat omawialiśmy wczoraj!
- Nic nie pamiętam!
- A może powiesz w takim razie, co pamiętasz?
- Nie chce mi się! Pani myśli, że ja nie mam nic innego do roboty tylko uczyć się! Mam dość! To bez sensu! Niech pani wstawi mi jedynekę!

Odchodzi na miejsce. Myśli: Co ona chce, gdyby wiedziała, co mnie wczoraj spotkało, może...

Nauczyciel dzieli klasę na trzy grupy i wręczając karteczki z opisem scenek, prosi, żeby jeszcze raz przeanalizowali je i spróbowali zmienić komunikaty w taki sposób, aby były one pozytywne i zakończyły się sukcesem dla obu stron.

Następnie prosi każdą grupę o przedstawienie wypracowanych pomysłów za pomocą dramy.

Dyskusja na temat tego, co wpłynęło na zmianę sytuacji i nie doprowadziło do konfliktu.

Prowadzący przedstawia uczniom

Etapy pokonywania konfliktu – metoda „6 kroków”

krok pierwszy – rozpoznać i nazwać konflikt

krok drugi – znaleźć możliwe rozwiązania

krok trzeci – krytycznie ocenić te rozwiązania

krok czwarty – zdecydować się na przyjęcie najlepszego rozwiązania.

krok piąty – wypracować sposoby realizacji tego rozwiązania

krok szósty – sprawdzić po pewnym czasie, czy udało się rozwiązać konflikt.

Podsumowanie

Każdy uczeń otrzymuje kartkę „Zasady walki fair” (załącznik nr 2), które należy stosować w sytuacjach trudnych, zagrożonych wybuchem konfliktu. Nauczyciel prosi, by na podstawie informacji uzyskanych na zajęciach spróbowali opracować broszurkę profilaktyczną pt. „Jak nie dopuszczać do konfliktów?”

Załącznik nr 1

<i>samoocena/ocena</i>		
bierny	4 3 2 1 0 1 2 3 4	aktywny
wycofany (nieśmiały)	4 3 2 1 0 1 2 3 4	otwarty
chłodny	4 3 2 1 0 1 2 3 4	uczuciowy (czuły)
spokojny	4 3 2 1 0 1 2 3 4	agresywny
chaotyczny	4 3 2 1 0 1 2 3 4	uporządkowany
surowy (srogi)	4 3 2 1 0 1 2 3 4	uległy
wesoły (zadowolony)	4 3 2 1 0 1 2 3 4	osowiały (markotny)
świeży	4 3 2 1 0 1 2 3 4	zmęczony
zrównoważony	4 3 2 1 0 1 2 3 4	nerwowy

Załącznik nr 2

Zasady walki fair

- Mów innym, co czujesz.
- Zajmuj się jedną sprawą.
- Usiądź spokojnie i porozmawiaj.
- Słuchaj uważnie.
- Koncentruj się na zachowaniu, na którym ci zależy.
- Utrzymuj kontakt wzrokowy.
- Bądź elastyczny, skłonny do zmiany zdania.
- Oddychaj spokojnie, bądź odprężony.
- Bądź gotowy do negocjacji i kompromisów.
- Bierz odpowiedzialność za wszystko, co robisz i mówisz.
- Koncentruj się na rozwiązywaniu a nie na zwycięstwach lub porażkach.
- Jeżeli to konieczne, rób sobie przerwy na ochłonięcie.

Zachowania niewskazane

- Nie naśmiewaj się z innych.
- Nie bij, nie popychaj, nie szarp, nie przytrzymuj na siłę, nie zastraszaj w celu osiągnięcia czegoś.
- Nie krzycz.
- Nie rób min.
- Nie ubliżaj.
- Nie zajmuj się ciągle przeszłością.
- Nie odbiegaj od tematu.
- Nie używaj sformułowań: „nawet o tym nie myśl”, „nic mnie to nie obchodzi”, „no i co z tego” ani jakichkolwiek innych, które lekceważyłyby uczucia drugiego człowieka.
- Nie upieraj się, żeby mieć ostatnie słowo.
- Nie przerywaj.
- Nie używaj słów „zawsze” lub „nigdy” i innych uogólnień.

SCENARIUSZ 22.

Luiza Lewandowska, Gimnazjum nr 1 w Stargardzie Szczecińskim

Temat lekcji: *Konstruktywne radzenie sobie w sytuacjach konfliktowych* **(spotkanie z rodzicami)**

Cele ogólne:

- rozpoznanie sytuacji konfliktowej
- rozpoznanie swojego stylu komunikacji i strategii działania w sytuacji konfliktowej
- dokonanie samooceny.

Cele edukacyjne:

- rodzic wyjaśnia, czym jest konflikt
- rozpoznaje przyczyny powstawania sporów
- potrafi radzić sobie umiejętnie z konfliktem (metoda „6 kroków”)
- zna zasady kontrolowania swojej złości
- uświadamia sobie znaczenie ciągłej pracy nad sobą.

Metody pracy:

- dyskusja
- drama
- praca indywidualna
- praca w grupach.

Środki dydaktyczne:

- tablica
- schemat (metoda „6 kroków”)
- testy
- arkusze papieru
- flamastry
- kartki z zadaniami dla grup
- kolorowe karteczki.

Tok lekcji:

- Nauczyciel rozpoczyna dyskusję – uświadomienie rodzicom istoty konfliktu oraz najczęstszych przyczyn braku właściwej komunikacji. Wymienia przyczyny określone przez dzieci, np. złe traktowanie przez rodziców: oskarżanie, porównywanie do innych dzieci, rozkazywanie, ośmieszanie, obwinianie, poniżanie, grożenie, szantażowanie, prawienie kazań, zawstydzanie, przezywanie, wypytywanie, bagatelizowanie uczuć, nieliczenie się z ich zdaniem. Zawiesza na tablicy arkusz papieru, na którym są wypisane przyczyny konfliktów z rodzicami określone przez dzieci. Obok zawiesza pusty arkusz papieru i prosi rodziców o wypisanie przyczyn konfliktów z dziećmi. Mają wziąć pod uwagę swój punkt widzenia.
- Następnie prosi dwie osoby, które przedstawią scenkę. Opis scenki – (załącznik nr 1). Rodzice przedstawiają scenkę metodą dramy.
- Nauczyciel prosi obecnych o wylosowanie karteczek. Rodzice, którzy wylosowali niebieską, zieloną, żółtą, tworzą trzy grupy. Każda otrzymuje do wykonania zadanie (załącznik nr 2, 3, 4).

- Omówienie pomysłów wypracowanych przez grupy. Podsumowanie – wspólna dyskusja, wnioski. Uświadomienie sobie, że każda informacja albo przesłanie ma jeden aspekt racjonalny i trzy duchowe. Dlatego w każdej rozmowie trzy główne pytania brzmią:
 - Co czuje ten /ta drugi /a?
 - Co mi chce powiedzieć?
 - Co on /ona ma na myśli?

Nauczyciel wyjaśnia rodzicom, że powinniśmy zwracać baczniejszą uwagę na różnice pomiędzy własnym odczuciem i tym, które obserwujemy u innej osoby, ponieważ:

- Fakt, że coś zostało powiedziane, nie oznacza, że ktoś to usłyszał.
- Fakt, że coś zostało usłyszane, nie oznacza, że ktoś to zrozumiał.
- Fakt że coś zostało zrozumiane, nie oznacza, że ktoś się z tym zgodził.

Gdy będziemy o tym pamiętali, damy sobie możliwość bezpośredniej reakcji na nieporozumienie, wyjaśnienie go i lepszą kontrolę. Tego rodzaju zachowanie jest kluczem do rozumienia naszych dzieci.

- Nauczyciel rozdaje rodzicom test, który zbada ich styl komunikacji (załącznik nr 5)
Po przeprowadzeniu testu rozdaje opis, ocenę danego stylu, która zawiera również rady, co można zrobić, aby udoskonalić naszą komunikację.
- Przedstawienie metody „6 kroków” (załącznik nr 6) – wspólne omówienie. Zalety takiej metody.

Podsumowanie:

Nauczyciel proponuje rodzicom sprawdzenie, jakich strategii używają w wypadku konfliktu. Rozdaje testy i opracowane omówienie wyników (załącznik nr 7).

Załącznik nr 1

Opis scenki

Ania wraca do domu ze szkoły. Mama myje naczynia, jest zajęta gotowaniem obiadu. Ania jest mocno zdenerwowana i chce porozmawiać. Nawiązuje się następujący dialog:

Mama: Co jesteś taka zdenerwowana? Co tak się kręcisz nerwowo po kuchni?

Ania: Ach, moja koleżanka znów się okropnie zachowywała.

Mama: (nie przestaje myć naczyń) Że też ciągle ci coś przeszkadza: nie trzeba było zwracać na nią uwagi. Nie możesz po przyjeździe do domu rozmawiać o czymś innym?

Ania: Ale przez cały dzień tylko się denerwowałam.

Mama: Mój Boże, przecież wszyscy się denerwujemy. Dlaczego po prostu nie robisz tego, co należy. Nie zwracaj na nią uwagi.

Ania: Tak, tak, wiem, masz rację! Ty zawsze masz rację! (dodaje cicho).

Ania nadaśana opuszcza kuchnię, mając jeszcze gorszy nastrój niż przedtem.

Załącznik nr 2

Grupa I

Proszę, abyście Państwo wypisali wszystkie możliwe przykłady, jak powinna zareagować mama, by dziecko (Ania) poczuło się kochane, rozumiane.

Załącznik nr 3

Grupa II

Spróbujcie Państwo napisać dialog (między mamą a Anią), tak żeby uwzględniał on uczucia i emocje dziecka.

Załącznik nr 4

Grupa III

Proszę, abyście Państwo wypisali uczucia i komunikaty a także reakcje dziecka-Ani w taki sposób, jak je odbierała podczas rozmowy z mamą.

Załącznik nr 5

TEST – styl komunikacji

Instrukcja

Do każdego zadania mamy dwie kategorie odpowiedzi A i B. Przy każdym pytaniu musisz zdecydować się w kategorii A na odpowiedź A1 lub A2 i w kategorii B na B1 lub B2; dlatego zakreślaj zarówno A1 albo A2, jak też B1 albo B2. Wybierz te odpowiedzi, które najbardziej odpowiadałyby Twojej reakcji.

- Podczas rozmowy dziecko nagle mówi: „Ty mnie w ogóle nie słuchasz!” Ty rzeczywiście jesteś właśnie myślami przy innych problemach.
 - Bardzo mi przykro, że w tym momencie się rozproszyłem/am i byłem/am myślami gdzie indziej. Możesz jeszcze raz powtórzyć to, co właśnie powiedziałeś/aś? Teraz cię słucham.
 - Mam jeszcze inne rzeczy na głowie.
 - W tej chwili to mam wszystkiego dość.
 - Właśnie przyszło mi do głowy coś ważnego, dlatego się rozproszyłem/am.
- Jesteś umówiony/a i właśnie wychodzisz, gdy twoje dziecko patrzy na ciebie z wyrzutem i mówi: „Czy kiedyś będziesz znów miał(a) czas dla mnie?”
 - Muszę teraz iść, porozmawiamy o tym spokojnie, kiedy wrócę.
 - Potrzebuję też trochę czasu dla siebie i moich przyjaciół.
 - Nie zrzędzź zawsze, kiedy tylko wychodzę. Psujesz mi humor.
 - Muszę się teraz pospieszyć, w przeciwnym razie się spóźnię.
- Byliście z partnerem na przyjęciu. W niedzielę partner robi ci wymówki z powodu twojego zachowania na imprezie. Cały dzień się kłócicie i nie udaje się wam zrobić tego, co sobie założyliście.
 - Jestem tak samo jak ty zainteresowany/a tym, aby wyjaśnić sprawę. Rozumiem też, że ty jesteś trochę zdenerwowany/a. Czy możemy mimo to zrobić przerwę i pójść na krótki spacer?
 - Zepsujesz mi całą niedzielę tym swoim ciągłym gderaniem.
 - Już mam dość. (Zajmujesz się w końcu tym, czym miałeś/aś się zająć).
 - Mam wrażenie, że ta dyskusja niewiele wnosi.
- Twoje dziecko sprawia wrażenie przygnębitego i o niczym nie mówi. Na twoje pytanie: Co się dzieje? odpowiada: „Ach, nic”.
 - Mam wrażenie, że coś cię gnębi. Wydaje mi się, że byłoby dobrze, gdybyśmy o tym porozmawiali.
 - Może pomyślisz teraz też o tym, jak ja się czuję, kiedy ty wprowadzasz taki nastrój.
 - Jesteś, widzę, w rewelacyjnym humorze.
 - Jak widzę, już ze mną nie rozmawiasz.
- Przychodzisz spóźniony/a na spotkanie ze swoim partnerem, bo coś cię zatrzymało. On/ona jest trochę zdenerwowany/a i mówi: „Czy nigdy nie możesz być punktualnie?”
 - Masz rację. Przykro mi, ale nie mogłem/am wyjść wcześniej.
 - Każdemu może się zdarzyć, ty też czasem się spóźniasz.
 - Wspaniałe powitanie, może od razu sobie pójde.
 - To, że się denerwujesz, teraz nic nie zmienia, jeśli chodzi o moje spóźnienie.

6. Wracasz z wizyty u zaprzyjaźnionej rodziny i twój partner wita cię tymi słowami: „Całkiem nie rozumiem, po co tam chodzisz, uważam, że oni są nudni”.
- A1 Wiem, że niespecjalnie ich lubisz, ale może mi wyjaśnisz, co ci w nich przeszkadza?
 A2 Czuję się przy nich naprawdę dobrze, nawet jeśli ty tego nie rozumiesz.
 B1 Nie zrzędz w kółko na moich przyjaciół.
 B2 To przecież moja sprawa, z kim spędzam czas.
7. Przychodzisz do domu i cieszysz się na miły wieczór z partnerem. Gdy chcesz z nim/nią porozmawiać, on/ona mówi: „Nie możesz mnie raz zostawić w spokoju?”
- A1 Nie zadajesz więcej pytań.
 A2 Ale ja muszę koniecznie teraz z tobą porozmawiać. Jeśli mnie lubisz, możesz przez chwilę posłuchać.
 B1 Nigdy nie można z tobą niczego poważnie omówić.
 B2 Opanowujesz się i zaczniesz rozmowę na ten temat kiedy indziej.
8. Twój partner zostawił na stole kuchennym porozkładane różne rzeczy, zresztą nie pierwszy raz. Ty potrzebujesz teraz koniecznie tego stołu. Jak reagujesz?
- A1 Bądź tak miły/a i sprzątnij swoje rzeczy.
 A2 Zabierz swoje rzeczy, natychmiast potrzebuję tego stołu.
 B1 Ciągle muszę sprzątać twoje rzeczy.
 B2 Musimy znaleźć jakieś rozwiązanie tego problemu.
9. Twój partner zapomniał odebrać twój płaszcz z pralni. Chciałeś/aś go wieczorem założyć. Jak reagujesz?
- A1 Szkoda, ale może później będziesz mógł/a jeszcze raz przejść do pralni.
 A2 Na ciebie nie można liczyć.
 B1 Jesteś wściekły/a i milczysz.
 B2 Nie denerwujesz się i bez komentarza.
10. Po kłótni twoje dziecko chce cię objąć. Jesteś jeszcze trochę zły/a, ale boisz się, że poczuje się urażony/a, jeśli go/ją odsuniesz. Jak reagujesz?
- A1 Przepraszam, ale czy mogłabym jeszcze raz spokojnie o tym porozmawiać?
 A2 Nie jestem teraz w nastroju.
 B1 Nie dotykaj mnie teraz, jestem jeszcze zdenerwowany/a.
 B2 Zostaw mnie! Widzisz przecież, że mam co robić.
11. Masz ochotę pójść z partnerem na spacer. On/ona jest właśnie zajęty/a i mówi; „nie chce mi się z tobą iść”.
- A1 Szkoda, ale może później pójdziemy na spacer?
 A2 No chodź, świeże powietrze dobrze nam zrobi.
 B1 Nie możesz mi choć raz sprawić przyjemności?
 B2 Akceptujesz, że on/ona jest zajęty/a i idziesz sam/a.
12. Jesteś zaproszony/a na przyjęcie, na którym twój partner zna tylko gospodarzy. Przed wyjściem twój partner mówi: „czy musimy koniecznie iść, nie znam tam nikogo.”
- A1 Mam straszną ochotę tam pójść, ale ty nie czułyś się tam dobrze, co?
 A2 Nie rozumiem cię, na pewno będzie wesoło.
 B1 No chodź ze mną, będę się bardzo cieszyć.
 B2 To będzie dla ciebie doskonała okazja, żeby pozbyć się lęków przed ludźmi.
13. Podczas karczemnej awantury twój partner krzyczy: „Nie możesz mnie raz wysłuchać, wszystko przekręcasz”.
- A1 Rozumiem, że jesteś zdenerwowany, ale czy możesz mi spokojnie wytłumaczyć, o czym konkretnie mówisz?
 A2 To się wyrażaj jaśniej.
 B1 I kto tu nie słucha?!
 B2 Jeśli wszystko przekręcam, to nie mamy chyba dalej o czym mówić.

Ocena

Zlicz w każdej kategorii, ile zakreśliłeś/aś punktów i wpisz liczby do tabelki.

	A1	A2	B1	B2
Wynik				

Większa liczba oznacza, że ten sposób komunikowania jest dla Ciebie bardziej typowy niż pozostałe.

A1/B1 – Emocjonalny styl komunikacji skoncentrowany na dziecku, partnerze

Jeśli najwięcej punktów zebrałeś w tym przedziale, twoje zachowanie w rozmowach i sytuacjach konfliktowych jest zorientowane na wypowiedzi twojego rozmówcy. Wczuwasz się w to, co zostało powiedziane i odnosisz się w rozmowie do tego, co mówi dziecko. Mimo to z trudem podejmujesz rzeczowe reakcje, ponieważ nie zawsze kontrolujesz swoje uczucia w drażliwych sytuacjach. Dlatego też dziecko nie zawsze może zrozumieć i odwzorować twoje zachowanie. Jeśli ma ono równą skłonność do reakcji emocjonalnych, kłótnie mogą łatwo wymknąć się spod kontroli. W ten sposób mimo najlepszych chęci możesz często stłuc więcej porcelany, niż byś chciał/a. Konflikty jednak pozostaną nierozwiązane.

Co możesz zrobić?

Jeśli reagujesz wyrzutami, dziecko czuje się wyzwane na pojedynek; reaguje kontratakami. Zachowanie inteligentne emocjonalnie zaczyna się od kontroli własnych uczuć. Dlatego spróbuj w adekwatnej do sytuacji formie (formułuj zadania w pierwszej osobie – „ja”) pokazać, jak się czujesz. To ważne, by twoje dziecko wiedziało, co Cię martwi, obraża, złości albo cieszy. Dopiero wtedy znów będziesz w stanie reagować rzeczowo i szukać kompromisu.

A1/B2 – Racjonalny styl komunikacji skoncentrowany na dziecku

Jeśli najwięcej punktów zebrałeś/aś w tym przedziale, twoje zachowanie w rozmowach i sytuacjach konfliktowych jest bardzo zorientowane na wypowiedzi twojego dziecka. Wczuwasz się w to, co zostało powiedziane i odnosisz się w rozmowie do tego, co ono mówi. Można z Tobą wspaniale dyskutować, ale niestety dziecko nie dowiaduje się, co naprawdę myślisz, ponieważ ukrywasz swoje uczucia, kontrolujesz zachowanie i posługujesz się rozsądkiem.

Może to wprawdzie w tym momencie ułatwić rzeczową dyskusję, ale wiele spraw pozostaje niedopowiedzianych i trzeba Cię bardzo dobrze znać, by wyczuć, co się w Tobie tak naprawdę dzieje. W ten sposób pozostawiasz dziecko w przekonaniu, że wszystko jest w porządku i starasz się nie wyrażać swoich zainteresowań i uczuć, prawdopodobnie po to, by uniknąć dalszych nieprzyjemnych sytuacji i dyskusji.

Co możesz zrobić?

Nadal wykorzystuj swoje racjonalne zdolności, ale nie pomijaj przy tym swoich uczuć i potrzeb. Masz prawo skonfrontować dziecko również z emocjonalną stroną swojej osobowości. Dopiero gdy dziecko wie, że jesteś rozczarowany/a, zdenerwowany/a albo że się cieszysz, ma również możliwość zareagować na Ciebie emocjonalnie.

A2/B1 – Egocentryczny emocjonalny styl komunikacji

Masz skłonność do koncentrowania się tylko na własnych uczuciach. Ponieważ tak bardzo jesteś zajęty/a sobą, wypowiedzi twojego dziecka przeżywasz głównie jako krytykę i atak na swoją osobowość. Emocjonalna burza, jaką wywołują w Tobie różnice zdań, prawie uniemożliwiają Ci zrozumienie wypowiedzi dziecka i empatyczną reakcję. Z powodu twojej egocentrycznej postawy ma ono niewielkie szanse, że zrozumiesz również jego potrzeby i problemy.

Co możesz zrobić?

Jeśli interesuje Cię równorzędny partner, musisz zmienić sposób komunikowania się. Powinieneś/powinnaś nauczyć się postrzegania w rozmowie punktu widzenia partnera. Technika „rozumienia drugiej strony” może Ci pomóc zauważyć również to, co dziecko chce Ci powiedzieć „między wierszami” oraz jego nastroje.

A2/B2 – Egocentryczny racjonalny styl komunikacji

Można odnieść wrażenie, że problemy dla ciebie w ogóle nie istnieją. Nie próbujesz szukać istoty kłopotów i ich przyczyn, raczej starasz się unikać nieporozumień. Jeśli już coś wbijesz sobie do głowy, a dziecko nie chce się z tobą zgodzić, nie czujesz potrzeby dowiedzenia się, dlaczego tak się dzieje. Twoje zachowanie wyraża uczucia tylko pośrednio, nawet jeśli milczysz obrażony/a, wściekłość gotuje się w tobie, nie na zewnątrz. Takim zachowaniem karzesz nie tylko dziecko, ale też siebie, ponieważ ta pozorna harmonia jest zwodnicza. Skutkiem tego może być niezadowolenie i nieustannie zepsuty humor, które prowadzą do tarć przy najmniejszej okazji.

Co możesz zrobić?

Problemy i wynikające z nich uczucia nie rozpląną się w powietrzu tylko dlatego, że się je zignoruje. Nawet jeśli udajesz, że ich nie ma, dziecko wyczuje niezgodność pomiędzy twoim zachowaniem i rzeczywistymi odczuciami. Różnice zdań i negatywne uczucia należą do związku podobnie jak harmonia i miłość.

„Bądź jednoznaczny/jednoznaczna”, mówiąc o swoich uczuciach bezpośrednio i w formie adekwatnej do sytuacji.

Załącznik nr 6

Etapy pokonywania konfliktu – metoda „6 kroków”

krok pierwszy – rozpoznać i nazwać konflikt

krok drugi – znaleźć możliwe rozwiązania

krok trzeci – krytycznie ocenić te rozwiązania

krok czwarty – zdecydować się na przyjęcie najlepszego rozwiązania

krok piąty – wypracować sposoby realizacji tego rozwiązania

krok szósty – sprawdzić po pewnym czasie, czy udało się rozwiązać konflikt.

Załącznik nr 7

TEST – strategie rozwiązywania konfliktów

Spory są częścią naszego życia. Każdy człowiek z biegiem czasu uczy się strategii rozwiązywania konfliktów albo zmiany trudnych sytuacji. Wypowiedzi zamieszczone w tym teście przedstawiają różne możliwości reakcji, gdy w wyniku kłótni z dzieckiem czujesz się wewnętrznie pobudzony/a lub wyprowadzony/a z równowagi.

Do dyspozycji masz pięć możliwości odpowiedzi:

0 (w ogóle nie), 1 (rzadko), 2 (być może), 3 (prawdopodobnie), 4 (bardzo prawdopodobnie).

Bez zastanowienia zdecyduj, która odpowiedź jest najbliższa twoim reakcjom i zakreśl ją.

Gdy pokłóćę się z dzieckiem, jestem zdenerwowany/a lub wyprowadzony/a z równowagi...

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. ...mówię sobie, nie daj się ponieść nerwom. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 2. ...najchętniej rzuciłbym talerzem o ścianę. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 3. ...zastanawiam się, jak mogę usunąć przyczynę kłótni. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 4. ...cała sytuacja jeszcze długo chodzi mi po głowie. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5. ...myślę, że nie mam ochoty przeżywać więcej takich sytuacji. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 6. ...próbuję wziąć się w garść. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 7. ...staram się dojść, co doprowadziło do tej sytuacji. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 8. ...zastanawiam się, jak najlepiej uniknąć takich sytuacji. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 |

9. ...mam skłonność do kłócenia się również z innymi osobami.	0	1	2	3	4
10. ...ciągle od nowa odgrywam tę scenę w głowie.	0	1	2	3	4
11. ...pragnę usunąć z drogi problemy.	0	1	2	3	4
12. ...po prostu nie mogę się uwolnić od myśli o tym.	0	1	2	3	4
13. ...próbuję się uspokoić.	0	1	2	3	4
14. ...myślę „tylko idź stąd”.	0	1	2	3	4
15. ...zaczynam się kłócić również z innymi.	0	1	2	3	4
16. ...cały czas zastanawiam się później nad sytuacją.	0	1	2	3	4
17. ...zastanawiam się, co teraz powinienem/powinnam zrobić.	0	1	2	3	4
18. ...próbuję nie pokazywać niczego po sobie.	0	1	2	3	4
19. ...od tej chwili unikam tego rodzaju sytuacji.	0	1	2	3	4
20. ...ogarnia mnie wściekłość.	0	1	2	3	4
21. ...zaczynam aktywnie zmieniać sytuację.	0	1	2	3	4
22. ...staram się kontrolować swoje zachowanie.	0	1	2	3	4
23. ...reaguję rozdrażnieniem.	0	1	2	3	4
24. ...z trudem mogę się skoncentrować na innych sprawach.	0	1	2	3	4
25. ...zwracam uwagę, aby w przyszłości sprawy nie zaszły aż tak daleko.	0	1	2	3	4

Ocena

Na podstawie pięciu kategorii możesz sprawdzić, jakich strategii używasz w wypadku konfliktów.

Wpisz w poniższą tabelę swoje punkty od 0 do 4 za każdą odpowiedź. Numery odpowiedzi znajdziesz w tabeli. Następnie zlicz razem punkty uzyskane w każdym rodzaju strategii (od A do E).

A	pkt	B	pkt	C	pkt	D	pkt	E	pkt
24		9		19		1		17	
24		9		19		1		17	
24		9		19		1		17	
24		9		19		1		17	
24		9		19		1		17	
Punktacja całkowita									
A		B		C		D		E	

Jeśli w którejś kategorii uzyskałeś/aś ponad 15 pkt, oznacza to, że częściej stosujesz właśnie tę strategię.

A *Gdy krążą myśli*

Brakuje ci dystansu, aby spokojnie z perspektywy spojrzeć na problem. Dlatego masz skłonność do nieustannego rozmyślenia. Za pomocą takich myśli, jak „przecież gdybym...”, „ale dlaczego...” itp. nie znajdziesz rozwiązania swoich problemów. Przeciwnie, nieustannie o nich myśląc, tylko je pogłębiasz. Może cię to przyprawić o bezsenność i doprowadzić na co dzień do zaburzeń koncentracji. Skutkiem może być niepokój, huśtawki nastrojów i poczucie bezradności. Przypomnij sobie z ręką na sercu chociaż jedną sytuację, z którą dzięki rozpamiętywaniu łatwiej ci się było uporać.

B *Ślepa furia*

W konfliktach z dzieckiem prawie zupełnie zawodzi system kontroli twoich emocji. Dodatkowo masz skłonności do przenoszenia swojej złości również na inne osoby, które z sytuacją nie mają nic wspólnego. Nie pomoże ci, jeśli skrajnie zdenerwujesz się sytuacją; na dłuższą metę zaszkodzi to tylko twojemu zdrowiu. Czy już zauważyłeś /aś, że w ten sposób powiększy się tylko kupa rozbitych skorup?

C Ucieczka czy atak

Pod presją włącza się u ciebie program mający na celu przeżycie: „ucieczka czy atak”. Z zasady decydujesz się na ucieczkę, a jeśli jest ona niemożliwa, tworzysz wewnętrzny dystans. Jeśli nadal będziesz stosować tę strategię, istnieje groźba, że z czasem odstraszać cię będą również niewinne sytuacje; możesz nawet nabawić się lęków. Stosując taktykę „chowania głowy w piasek”, nigdy nie dowiesz się, że nie tylko przetrwanie konfliktów, ale też ich rozwiązanie jest możliwe.

D Emocje pod kontrolą

Wiesz, że w rodzinie zdarzają się nie tylko słoneczne dni. Dlatego nie tracisz od razu równowagi, pozostajesz opanowany/a i rzeczowy/a. Również jeśli konflikty, które cię stresują, powtarzają się, potrafisz kontrolować swoje uczucia. Niemniej twoje dziecko może odnosić wrażenie, że niewiele cię ono obchodzi.

SCENARIUSZ 23.

Luiza Lewandowska, Gimnazjum nr 1 w Stargardzie Szczecińskim

Temat lekcji: Zasady racjonalnego wychodzenia z konfliktu (rada pedagogiczna)

Cele ogólne:

- uświadomienie uczuć towarzyszących konfliktom
- poznanie przyczyn konfliktów.

Cele edukacyjne:

- nauczyciel zna sposoby radzenia sobie z konfliktem
- potrafi określić swój styl komunikacji oraz zasad walki fair
- zna zasady kontrolowania swojej złości
- potrafi rozwiązywać konflikty metodą „6 kroków”

Metody pracy:

- „burza mózgów”
- praca w grupach
- praca indywidualna
- drama
- dyskusja.

Środki dydaktyczne:

- schemat przedstawiający metodę „6 kroków”
- testy
- arkusze papieru
- flamastry
- kartki z zadaniami dla grup
- kolorowe karteczki.

Tok lekcji

- Prowadzący prosi obecnych, by metodą „burzy mózgów” zebrali jak najwięcej określeń do wyrazu „konflikt”. Dyskusja.
- Następnie przedstawia na foliogramie uczucia i wypowiedzi towarzyszące konfliktom: obwinianie, złość, odrzucenie, gniew, nakazy, żądania, rozkazy, wrogie pytania, negatywne domniemania, unikanie odpowiedzialności, spychanie winy na stronę biorącą udział w konflikcie.
- Omówienie – przyczyny konfliktów podawanych przez uczniów.
- Prowadzący prosi obecnych o podział na trzy grupy. Każdej grupie wręcza arkusz papieru i flamastry.

Zadania dla grup

- grupa I – uczniowie odpowiadają na pytanie: Co mogą zrobić nauczyciele, aby nie dochodziło do konfliktów z uczniami?
- grupa II – przygotowuje scenkę, w której dochodzi do konfliktu nauczyciela z uczniem.
- grupa III – uczniowie próbują rozwiązać problem: Co mogą zrobić, aby nie dochodziło do konfliktu z nauczycielami?

- Grupy relacjonują swoje zadania. Jako ostatnia przedstawia swoje zadanie grupa II, ponieważ pokazany w dramie konflikt ma być wstępem do dyskusji nad sposobami rozwiązywania konfliktów.
- Dyskusja, dzielenie się doświadczeniami związanymi z konstruktywnymi sposobami radzenia sobie w sytuacjach konfliktowych.
- Następnie prowadzący przedstawia etapy rozwiązywania konfliktu metodą „6 kroków”. Wspólne omówienie.
- Prowadzący prosi o pokazanie dalszego ciągu konfliktu przedstawionego przez grupę II – jak mogłoby wyglądać rozwiązanie tego sporu metodą „6 kroków”.
- Następnie zwraca uwagę, na to, że istnieją wypracowane sposoby kontrolowania własnej złości. Zawiesza na tablicy arkusz z wypisanymi zasadami i wręcza każdemu kartki z zasadami kontrolowania własnej złości (załącznik nr 1).

Podsumowanie

Na zakończenie rozdaje testy za pomocą których każdy nauczyciel może sprawdzić styl komunikacji, jakim posługuje się na co dzień (załącznik nr 2). Rozwiązanie testu umożliwi zapoznanie się ze swoimi reakcjami i odpowie na pytanie, jak zmienić ewentualne błędy w komunikacji. Następnie rozdaje kartki z zasadami walki fair (załącznik nr 3).

Załącznik nr 1

Zasady kontrolowania własnej złości

1. Daj sobie czas, żeby ochłonąć.
2. Rozchmurz czoło i odpręż się.
3. Przestań starać się kontrolować innych.
4. Zaakceptuj odmienność.
5. Poproś, zamiast żądać.
6. Nagradzaj, zamiast straszyć lub karać.
7. Mów spokojnie i łagodnie.
8. Bierz odpowiedzialność za wszystko, co mówisz i robisz.
9. Traktuj innych z szacunkiem.
10. Mów innym, co cię trapi. Bądź bezpośredni, konkretny, uprzejmy.
11. Stosuj wypowiedzi typu „ja”.

Załącznik nr 2

Patrz: załącznik nr 5 do scenariusza nr 22

Załącznik nr 3

Zasady walki fair

- Mów innym, co czujesz.
- Zajmuj się jedną sprawą.
- Usiądź spokojnie i porozmawiaj.
- Słuchaj uważnie.
- Koncentruj się na zachowaniu, na którym ci zależy.
- Utrzymuj kontakt wzrokowy.

- Bądź elastyczny, skłonny do zmiany zdania.
- Oddychaj spokojnie, bądź odprężony.
- Bądź gotowy do negocjacji i kompromisów.
- Bierz odpowiedzialność za wszystko, co robisz i mówisz.
- Koncentruj się na rozwiązywaniu, a nie na zwycięstwach lub porażkach.
- Jeżeli to konieczne, rób sobie przerwy na ochłonięcie.

Zachowania niewskazane

- Nie naśmiewaj się z innych.
- Nie bij, nie popychaj, nie szarp, nie przytrzymuj na siłę, nie zastraszaj w celu osiągnięcia czegoś.
- Nie krzycz.
- Nie rób min.
- Nie ubliżaj.
- Nie zajmuj się ciągle przeszłością.
- Nie odbiegaj od tematu.
- Nie używaj sformułowań: „nawet o tym nie myśl”, „nic mnie to nie obchodzi”, „no i co z tego” ani jakichkolwiek innych, które lekceważyłyby uczucia drugiego człowieka.
- Nie upieraj się, żeby mieć ostatnie słowo.
- Nie przerywaj.
- Nie używaj słów „zawsze” lub „nigdy” i innych uogólnień.

Schemat metod wychodzenia z konfliktów

do scenariuszy nr 21, 22 i 23

