

Przedsiębiorczość dla artystów model przygotowania i staży dla studentów kierunków artystycznych

0

Poznań 2018

Grantobiorca
Adres
NIP
Kategoria konkursu
Numer wniosku PDF

Beata Grudzińska
Ul. Śliwkowa 2, Poznań
783-003-29-61
Student
138



Spis treści

1

Otoczenie uczelni artystycznych	2
Problem, który rozwiązuje innowacja	2
Elementy składające się na innowację	3
Model opis procesu	4
Narzędzia przygotowane do wykorzystania przez przyszłych użytkowników	6
Definicje kompetencji.....	7
Karta stażu	10
Warsztaty. Wsparcie studentów w przygotowaniu do stażu menedżerskiego	11
Zastosowanie modelu, użytkownicy.....	13
Odbiorcy innowacji	14
Działania konieczne do wdrożenia innowacji.....	14
Koszt zastosowania innowacji	15
Zakres możliwych zmian.....	16
Rozwój produktu	17
Załączniki	18
Zał. 1 Mapa kompetencji.....	18
Zał. 2 Opisy poziomów kompetencji, wskaźniki behawioralne	21
Zał. 3 Dziennik staży	26
Zał. 4 Test przedsiębiorczości.....	33
Zał. 5 Programy warsztatów uzupełniających	38

I. Otoczenie uczelni artystycznych

Wyniki badania losów absolwentów rządowego Ogólnopolskiego systemu badania i monitorowania Ekonomicznych Losów Absolwentów ELA, <http://ela.nauka.gov.pl/> za 2016r. ujawniły, iż absolwenci kierunków artystycznych tj. architektury, architektury wnętrz, malarstwa, edukacji artystycznej, grafiki i podobnych, są w grupie osób najdłużej poszukujących pracy, zajęcia po ukończeniu studiów. Podmioty gospodarcze kierują oferty stażu, w tym menedżerskich głównie do studentów kierunków ekonomicznych, politechnicznych. Ten istniejący stan rzeczy można poprawić wprowadzając do systemu kształcenia na kierunkach artystycznych nowe komponenty takie jak staże rozwijające kompetencje przedsiębiorcze. Przygotowanie studentów kierunków artystycznych do świadomego rozwijania kompetencji przedsiębiorczych jest procesem, który można z powodzeniem rozwinąć jako uzupełnienie zajęć artystycznych.

II. Problem, który rozwiązuje innowacja

Model staży nastawionych na rozwijanie kompetencji przedsiębiorczych, obok typowo zawodowych, skraca czas tranzycji na rynek pracy osób kończących studia na kierunkach artystycznych. W pierwszej kolejności osób, które świadomie planują podjęcie własnej działalności i tych osób, które są świadome konieczności pracy na własny rachunek, aczkolwiek nie posiadają ku temu żadnego przygotowania. Jest to model kształcenia postaw przedsiębiorczych, prowadzących do usamodzielnienia absolwentów po ukończeniu studiów artystycznych. Kluczowym celem innowacji jest nakierowanie studentów -stażystów kierunków artystycznych na świadome rozwijanie kompetencji, gromadzenia doświadczeń, które pomogą zminimalizować w przyszłości ryzyko niepowodzeń. Wychodząc naprzeciw nowym kierunkom kształcenia skoncentrowanym na uzawodowieniu studiów I stopnia opracowaliśmy model przygotowania do stażu, narzędzia w postaci Karty stażu opartej na mapach kompetencji i zestawu warsztatów rozwijających przedsiębiorczość osobistą, oraz dodatkowo poszerzających umiejętności niezbędne w prowadzeniu własnej działalności/ pracy na własny rachunek.

II. Elementy składające się na innowację

1. Kluczowymi elementami innowacji są:

- opis kompetencji wraz ze wskazaniem poziomów pozwalających na samodzielną działalność w MMSP, rzeczywista współpraca Uczelni z przedsiębiorstwami, właścicielami MSP w tworzeniu dobrego klimatu dla staży typu „cień szefa”. Transfer know-how dotyczący zarządzania kompetencjami do MSP,
- warsztaty /programy/ rozwijające kompetencje społeczne takie jak przedsiębiorczość osobista, warsztaty przygotowujące do rozumienia istoty zarządzania kompetencjami osobistymi,
- test przedsiębiorczości, postawy wobec obsługi klienta, przekonań, nastawienia na współpracę z innymi, oparty na praktyce firm,
- dziennik stażu z mapą kompetencji rozwijanych podczas stażu nakierowanego na rozwój przedsiębiorczości, wyznaczanym na warsztacie indywidualnym celem stażu; Zmiana w podejściu do „zapisu” przebiegu stażu - koncentracja na kompetencjach przedsiębiorczych. Odejście od „fotografii pracy” na rzecz świadomego definiowania zadań i posiadanych kompetencji i umiejętności, ograniczenie biurokracji zw. z wypełnianiem obszernych dzienników.
- staż 150h. Odbycie 150 godzinnego stażu w trakcie studiów np. na III roku studiów I stopnia, I roku studiów II stopnia jest możliwe dzięki elastyczności i planowaniu. Odejście od sztywnego nakazu pracy od-do przez np. 4 tygodnie na rzecz 150 h w okresie np. 2 miesięcy czyni ten wymiar stażu przyjazny, szczególnie w branży kreatywnej, zorientowanej na rezultat, a nie sztywne planowanie czasu pracy.
- ścisła współpraca, opieka mentorska Opiekuna stażu, Aniołów Przedsiębiorczości (mentorów) ze stażystami,
- opis modelu ze wskazówkami.

2. Opis procesu przygotowania i realizacji stażu.

Etap przygotowania

- 1.1 Analiza otoczenia i oczekiwań pracodawców. Wyróżnienie funkcji i zadań realizowanych w mikro i małych przedsiębiorstwach, określenie ról i funkcji (wg powszechnych nazw stanowisk).
- 1.2 Zbudowanie Mapy kompetencji we współpracy z przedsiębiorcami prowadzącymi MSP w dziedzinach kreatywnych. Walidacja przez studentów Mapy kompetencji, wskazanie ich zdaniem najpotrzebniejszych.
- 1.3 Opracowanie Dziennika stażu opartego na ewaluacji nabywanych kompetencji, ze skróconą częścią „fotografii pracy”. Innowacyjne podejście: Włączenie współpracujących z Uczelnią firm oferujących dotychczas praktyki/ staże i Aniołów Przedsiębiorczości (mentorów) do współpracy.
- 1.4 Wyłonienie studentów planujących po studiach lub aktualnie wykonujących prace, projekty jako freelancerzy, analiza potrzeb biznesowych. Badanie kompetencji przedsiębiorczych (Test przedsiębiorczości bazujący na praktyce pracy z klientem, Kotwice kariery, Platformy HRMS lub MatchBeta), opracowanie Indywidualnego Planu Rozwoju Menedżera (IPDM). Współpraca ekspertów tj. trenerów i konsultantów biznesu, praktyków mających doświadczenie pracy z branżą kreatywną. O ile w sylabusie uczelni nie ma przedmiotu Warsztat kompetencji lub budowanie Portfolio zawodowego należy Zrealizować Warsztat kompetencyjny ABK.
- 1.5 Warsztaty wspierające 1. Przedsiębiorczość osobistą; ostateczna weryfikacja celów przyszłych stażystów w oparciu o SWOT i 2. Przygotowanie do stażu w innowacyjnej formule, zorientowanej na rezultat. W tym zapoznanie z praktyką oceny poziomów kompetencji, autoocena przyszłych stażystów. Konsultacje rezultatów autooceny z ekspertem/ trenerem biznesu.

2. Etap realizacji

- 2.1 Samodzielne poszukiwanie stażu przez studentów firm, osób, które zgodzą się na rolę studenta „cień szefa” oraz wykonywanie typowych specjalistycznych zadań (np. projektowanie). Nacisk na samodzielność studentów w poszukiwaniu staży. Pomoc studentom, w przypadku trudności ze znalezieniem odpowiedniego podmiotu. Zawarcie porozumienia z podmiotami, w umowie o organizacji stażu/ praktyki zagwarantowanie wypełnianie funkcji „cień szefa/szefowej”.
- 2.2 Podjęcie staży przez studentów.
- 2.3 Konsultacje dla Stażystów w połowie okresu z Opiekunem merytorycznym staży na Uczelni; nakierowywanie na rozwijanie kompetencji przedsiębiorczych. Wzmacnianie chęci rozwoju w dodatkowym obszarze, innym niż kierunkowy (np. projektowanie).
- 2.4 Konsultacje Opiekuna merytorycznego z uczelni z opiekunami w firmach wsparcie merytoryczne w wypełnianiu Kart Staży, szczególnie części dot. ewaluacji osiągniętych przez stażystę poziomu kompetencji.
- 2.5 Realizacja wyjazdów studyjnych stażystów, indywidualnych/ grupowych w celu „podpatrzenia” jak inne firmy, projektanci działają na rynku. Samodzielne docieranie do mentorów.
- 2.6 Podsumowanie staży z uczestnikami, przyjęcie Kart Staży, Kart wyjazdów studyjnych i sprawozdań; przyjęcie opinii stażysty o stażu, podsumowanie stażysty dotyczące poczucia nabytych kompetencji.

ARTYŚCI NA STAŻ!

Różnice pomiędzy tradycyjnym podejściem do staży a koncepcją Przedsiębiorczość dla artystów

Tradycyjny model staży	Model Artysty na staż
Stażyci/ praktykanci wykonują zadania pomocnicze przy produkcji, projektowaniu.	Stażyci świadomie definiują swoje potrzeby rozwoju, uczą się przez obserwację i działanie, zadawanie pytań. Mają świadomość rozwijanych umiejętności i potrzeby dalszego rozwoju.
Stażyci/ praktykanci wykonują zadania w czasie sztywnym. Co jest ograniczeniem w branży kreatywnej, działającej np. on-line.	Stażyci wykonują zadania w czasie elastycznym, wg potrzeb realizacji zadań. Samodzielnie i z opiekunem alokują czas i zaangażowanie. Mogą elastycznie łączyć studia, przygotowanie aneksów i dyplomów. Ma to ogromne znaczenie dla pokolenia Z, 2.0 i 3.0.
Studenci i absolwenci planujący własną działalność mają ograniczone możliwości znalezienia praktyki/ stażu „jako przyszły szef/ szefowa, sprawny freelancer, takie oferty kierowane są głównie do studentów kierunków ekonomicznych.	Stażyci świadomie szukają firm, od których chcą się uczyć działania na rynku, przedsiębiorczości. Obserwują jak działa pracownia i mogą świadomie podjąć decyzję o kierunku wejścia na rynek pracy.
Staże/ praktyki zapisywane są jako fotografia pracy, potrafią wskazać wykonywane zadania, często bez refleksji nt. umiejętności społecznych, menedżerskich.	Stażyci otrzymują komplet informacji zwrotnych do Portfolio zawodowego, w tym umiejętność opisu kluczowych kompetencji. Stażyci potrafią przedstawić tzw Portfolio zawodowe, artystyczno-zawodowe, oferty, brief'y. Poznają metody organizacji pracy własnej i pracowni/ małej firmy.
Ograniczone możliwości samodzielnych wyjazdów studyjnych.	Stażyci uczą się określać cele wyjazdów studyjnych, organizować wyjazd, wydarzenie, samodzielnie poszukiwać dla siebie warsztatów/ wystaw itp. Pod kątem własnej działalności. Uczą się administracji, sprawozdawać – na przyszłość to doświadczenie uczy ich jak pisać wnioski o stypendia, rezydencje lub tzw. audycje.
Sztywne programy staży w korporacjach typu fit in scheme (dopasuj się) lub firmach.	Elastyczne rozwijanie umiejętności wg określonych potrzeb.
Formalne przyjmowanie przez Uczelnię Dzienników staży, bez zgłębiania ich treści	Proaktywna praca ze stażystą, monitorowanie osiągniętych rezultatów.
Brak wsparcia na przyszłość.	Wsparcie poprzez wspólną walidację zamierzeń.



III. Narzędzia przygotowane do wykorzystania przez przyszłych użytkowników innowacji. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ DLA ARTYSTÓW MODELPRZYGOTOWANIA I STAŻY

2. Definicje kompetencji.

W tabelach poniżej przedstawiono opisy kompetencji rozwijanych w trakcie stażu Przedsiębiorczość dla artystów. **DEFINICJE KOMPETENCJI**

Kompetencja	Definicja	Pomiar / Metoda badania, obserwacji
Innowacyjność i elastyczność	Tworzenie nowatorskich pomysłów i rozwiązań, możliwych do zastosowania w praktyce. Dopasowanie działań do zmieniających się wymogów sytuacji. Poszukiwanie informacji. Wychodzenie z inicjatywą dotyczącą rozwiązań i sposobów postępowania.	<ul style="list-style-type: none"> - Test rodzaj inteligencji - Zadanie DC - Cele i plan stażu, szczególnie własny plan wizyty studyjnej - podczas stażu: realizacja zadań artystycznych, graficznych, planistycznych, - Ocena ex-post Opiekuna Stażu
Komunikatywność	Dążenie do efektywnej komunikacji poprzez precyzyjne, jasne wyrażanie się oraz rozumienie i zaangażowanie w wypowiedzi innych. Sprawne wyrażanie myśli na piśmie. Otwartość w kontaktach z ludźmi.	<ul style="list-style-type: none"> - Pre test i post-test - Wywiad IPD/ test Kotwice Kariery - Cele i plan stażu - Zadania warsztatowe Przedsiębiorczość osobista i lub / warsztat komunikacji/ warsztat pracy zespołowej - Podczas stażu: – współpraca z klientami, obsługa klienta, negocjacje i ustalenia, - Ocena ex-post Opiekuna Stażu
Myślenie strategiczne	Kształtowanie oraz wdrażanie strategii działania na podstawie dostępnych danych, analiz sytuacji oraz przewidywanych tendencji. Kreowanie wizji przyszłości. Przewidywanie koniecznych działań oraz ich skutków.	<ul style="list-style-type: none"> - Test rodzaj inteligencji - Moduł II Warsztat Przedsiębiorczość osobista - Zadania warsztatowe Warsztat przygotowanie do stażu– planowanie wyjazdu w zw. z realizacją celu stażu/ praktyki - opracowywanie briefów, Portfolio, prezentacji dla klientów, wycen itp - Ocena ex-post Opiekuna stażu
Orientacja na klienta	Pozytywne nastawienie do klientów oraz ich potrzeb. Sprawne komunikowanie, aktywne słuchanie, parafrazowanie. Wykorzystanie własnych umiejętności, wiedzy i doświadczenia do kształtowania odpowiednich relacji biznesowych z klientami.	<ul style="list-style-type: none"> - Pre-test i post-test - Moduł III Akademia Menedżera, - Podczas stażu współpraca z klientami lub Warsztat pracy zespołowej - Ocena ex-post Opiekuna Stażu
Samodzielność i odpowiedzialność Organizacja pracy	Samodzielne wyznaczanie celów i priorytetów. Wyszukiwanie niezbędnych informacji. Skuteczna organizacja pracy i realizowanie zadań bez szczegółowych wytycznych, w ramach ustalonego czasu i norm. Przyjmowanie odpowiedzialności za realizowane zadania.	<ul style="list-style-type: none"> - Wywiad eksperta ds. przedsiębiorczości/ doradcy kariery - Karta Cele stażu - Samoocena Karta podsumowań praktyki (cz. Opinia stażysty) - Realizacja własnych zadań wyznaczonych dla stażu - Ocena ex-post Opiekuna Stażu

ARTYŚCI

NA STAŻ!

Zaangażowanie	Motywacja i zaangażowanie do realizacji własnych zadań w możliwie najlepszy sposób. Wychodzenie poza sztywne ramy ustaleń. Wykazywanie inicjatywy. Nastawienie na współpracę.	Praca w grupie warsztatowej – samoocena - Zadania wolontariackie na rzecz grupy testowej, - samoorganizacja podczas stażu, zaangażowanie w realizację zadań, współpraca wewn. i na zewn firmy, - Ocena ex-post Opiekuna Stażu
Umiejętności ICT	Wykorzystanie narzędzi informatycznych i telekomunikacyjnych (ICT), posługiwanie się sprzętem komputerowym oraz różnymi programami użytkowymi, graficznymi, do projektowania, opracowania graficznego, sprawne posługiwanie się programami MS Office i pokrewnymi..	- CV/ Portfolio zawodowe – jakość projektowa, graficzna, design autoprezentacji - staż/ praktyka/ zadania wolontariacie - Ocena ex-post Opiekuna Stażu

7

Poziomy kompetencji są opisane w kartach za pomocą opisu pożądanych zachowań – w załączniku nr. 4. Zachowań nie oceniamy jako dobre, na piątkę itp. Jeżeli dane zachowanie występuje zaznaczamy w tabeli osiągnąony poziomy. Poziomy opisujemy jak w kolejnej tabeli:

Opis poziomów kompetencji :

Wartość	Nazwa	Opis
1,0	1	Brak
2,0	2	Uczący się
3,0	3	Dobry
4,0	4	Ekspert
5,0	5	Wybitny

Przykład:

	Kompetencja	Poziom oczekiwany	Poziom uzyskany
1	Innowacyjność i elastyczność	3,0 - 4,0	
	Poszukiwanie rozwiązań, <u>Wyszukiwanie informacji</u> Twórczość,	4	2

Na podstawie oceny poziomu osiągniętych przez Stażystę kompetencji Opiekun wystawia rekomendacje po stażu: w czym Stażystka/ta jest bardzo dobry, jakie są jej/ jego obszary do rozwoju w przyszłości. Rekomendacja Opiekuna stanowi podsumowanie praktyki. Opinia Stażysty z kolei jest podsumowaniem najważniejszych doświadczeń i nabytych umiejętności w odniesieniu do postawionych sobie celów rozwojowych w Indywidualnym Planie Działania Menedżera (IPDM).



	wytucznych, na których opierać będzie się projekt, nadzorowanie wypełnienia określonych założeń, wyznaczenie działania, podzielenie zadań, nadzorowanie budżetu.
--	--

4. Karta stażu

MIESIĘCZNA KARTA STAŻU Joanna Kowalska			
Nazwa Przedsiębiorstwa Opiekun	Firma Architektoniczno-projektowa	Stanowisko Funkcja Stażysty	Asystent menedżera, Grafik
Miesiąc 1 Kwiecień 2018	Liczba godzin*	Zadania wykonywane przez stażystę/ obszar pracy	
Tydzień 1/daty 3.04-6.04.2018	30h	Zapoznanie się z firmą, przepisami BHP i wytycznymi pracy. Rozzeźnienie branży, poznanie zapotrzebowania klienta, stworzenie briefów projektowych, budżetowanie projektów, ustalenie poszczególnych kroków działania i podział projektów na ściśle wyznaczone części (poznanie ram czasowych na wykonanie danego projektu – zgodne z budżetem klienta oraz identyfikacją wizualną firmy. Ustalenie kolejności prac i zaplanowanie rozdziału zadań. Obserwacja uzgodnień z klientami.	
Tydzień 2/daty 9.04.2018- 13.04.2018	40h	Analiza celów marketingowych i celów operacyjnych. Opracowanie wytycznych. Zaproponowanie klientowi odpowiedniej kampanii reklamowej w Social Media wg zidentyfikowanych grup odbiorców. Zaprojektowanie nowego logotypu razem z sygnetem, zgodnego z określoną przez klienta grupą docelową, zgodną z identyfikacją wizualną jaką klient chce osiągnąć. Rysunek wektorowy. Projektowanie siostrzanego/ bliźniaczego logotypu wraz z pełną identyfikacją wizualną, wizualizacja projektu dla klienta w jakich środowiskach będzie prezentować się znak. Omawianie propozycji i zmian, włączenie zmian uzgodnionych podczas konsultacji. Analiza celów marketingowych, obecności firmy w Internecie i social mediach. Opracowanie pre-brief'u zaproponowanie klientowi odpowiedniej kampanii reklamowej w Social Media wg zidentyfikowanych grup odbiorców. Uzgodnienia dotyczące możliwych rozwiązań, opracowanie planu działań i content'u. Wstępna wycena działań – czas /koszty/ zwrot.	
Tydzień 3/ daty 16.04.2018- 20.04.2018	40h	Marketing: analiza otoczenia biznesowego, analiza konkurencji , analiza dotychczasowych informacji i działań promocyjnych firmy/ klienta. Zaproponowanie liftingu strony internetowej zgodnej z identyfikacją wizualną firmy, celami prezentacji biznesowej, omówienie i analiza z Opiekunem. Zaplanowanie zmian, katalogu działań oraz elementów promocji. Przygotowanie wizualizacji projektu, stworzenie dokumentacji wraz z zamieszczeniem logotypu firmy do uzgodnień. Przygotowanie argumentacji wyjaśnień. Przeprowadzenie uzgodnień. Opracowanie kalendarza biurowego, nadanie nowego kształtu, przygotowanie do druku i cięcia. Ustalenia z wykonawcami, drukarniami dot. warunków technicznych realizacji.	
Tydzień 4/ daty 23.04.2018- 27.04.2018	40h	Wprowadzenie zmian w proponowanych elementach promocji. Rysunek odręczny promujący projekty klienta, zaproponowanie odrębnego stylu podania finalnej prezentacji produktu i usług oferowanych przez firmę. Uczestniczenie w dyskusji dotyczącej strategii i spójności działań. Zgłaszanie pomysłów.	

		Opracowanie nowej formy teczki zawartej w formacie A4, jako produktu reklamowego firmy, zgodnego z identyfikacją wizualną oraz budżetem klienta. Prowadzenie uzgodnień dotyczących harmonogramu realizacji produkcji.
Suma godzin ogółem *	150	
Podpis Opiekuna Stażu		Miejscowość, data

5. Kompetencje nabyte podczas praktyki stażu - Ocena Opiekuna stażysty

10

	Kompetencja	Poziom oczekiwany/Poziom uzyskany	Zadania wykonywane przez stażystę/obszar pracy
1	Innowacyjność i elastyczność	3,0 - 4,0	
	Projektowanie i poszukiwanie rozwiązań, Wyszukiwanie informacji, dopasowanie i tworzenie rozwiązań.	4	Tworzenie nowych produktów reklamowych, nadanie im nowej sylwetki, kształtu. Poszukiwanie nowych rozwiązań do najtrafniejszego, kreatywnego przedstawienia istniejącego już produktu reklamowego np.: nadanie nowej formy dla kalendarza biurowego/teczki
2	Komunikatywność biznesowa	3,0	
	Opracowanie ofert, propozycji, Prowadzenie formalnej korespondencji, formalizowanie ustaleń, podsumowanie ustaleń/prac dla klienta.	3	Tworzenie wyceny projektu, negocjowanie, prowadzenie rozmów z klientem (asysta szefa/owej), opracowanie briefu projektowego, wyznaczenie deadline'u, akceptacja projektu przez klienta – naniesienie poprawek zgodnych z wizją klienta. Opracowanie oferty końcowej.
3	Orientacja na klienta	2,0 - 3,0	
	Komunikowanie z klientami: Odpowiadanie na zapytania klientów. Tworzenie ofert, zapytań ofertowych i wycen. Dążenie do konsensusu (klient/ wykonawca).	2,5	Utrzymanie kontaktu z klientem, informowaniu o planie działania, bieżących pracach, konsultowanie wprowadzonych zmian z klientem, wysyłanie próśb o akceptacje projektu/wprowadzonej poprawki
4	Myślenie strategiczne	2,0 - 3,0	
	Kosztorysowanie, opracowanie wycen, Zarządzanie budżetem.	3	Zarządzanie czasem, przedstawianie projektu z uwzględnieniem techniki wykonania wraz z wyceną wydruku. Przedstawianie oferty komplementarnej, wariantów wycen. Kalkulowanie kosztów i potencjalnych strat, wyznaczanie marginesu zysku, wycena pracy i kosztów pracy.
5	ICT	3,0 - 4,0	

	Obsługa programów graficznych i projektowych, Wyszukiwanie informacji, obsługa Social media, platform i wortalu specjalistycznych, obsługa programów wspomagających funkcjonowanie podmiotu.	4	Rozróżnienie materiałów na prezentację w różnych rozszerzeniach kolorystycznych: RGB, CMYK, PANTONE, foil stamping. Praca w programach Autocad, CorelDrow oraz programów z rodziny Adobe: Photoshop, Illustrator, Lightroom.
6	Obliczanie, budżetowanie	2,0 - 3,0	
	Tworzenie harmonogramu prac, zadań. Opracowanie kosztorysów, ofert, propozycji, Wyznaczanie priorytetów, Dążenie do konsensusu (klient/ wykonawca), Negocjowanie, ustalanie.	2,5	Początkowe określenie budżetu klienta oraz jego oczekiwań względem prezencji projektu. Doradztwo materiałowe. Negocjowanie ceny w pełni wykonanej usługi wraz z dostarczeniem wykonanego produktu.

5. Warsztaty. Wsparcie studentów w przygotowaniu do stażu menedżerskiego.

Etap przygotowania do stażu.

Sesje z doradcą zawodowym i warsztaty przygotowujące do stażu są koniecznym elementem modelu. Uczą diagnozowania własnych kompetencji i umiejętności, przedsiębiorczości osobistej oraz nadają kierunek rozwoju podczas stażu.

A. WARSZTAT KOMPETENCYJNY I DORADZTWO ZAWODOWE

Zadania Uczelni: ABK, Opiekunowie staży

1. Warsztat kompetencyjny w ramach zajęć programu studiów.

Warsztat przygotowania do orientacji na rynku pracy, bilans kompetencji, plany i zamierzenia studentów, Indywidualny Plan Działania. (4-8h)

Na tej podstawie studenci przewidujący w przyszłości chęć lub konieczność pracy na własny rachunek mogą być zachęceni do podjęcia stażu/ praktyki nakierowanych na świadome rozwijanie kompetencji przedsiębiorczych.

2. Warsztat kreatywny – opracowanie celów rozwojowych. (4-8h)

Rozwijanie pomysłów na własną działalność, współpracę, działalność freelance. Cele zawodowe, mocne strony koncepcji, otoczenie biznesowe i uwarunkowania. Podsumowanie obszarów do rozwoju. Skierowanie na warsztaty rozwojowe pozwalające na dobre przygotowanie do stażu.

B. WARSZTATY ROZWIJAJĄCE PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ OSOBISTĄ

1. WARSZTAT PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ OSOBISTA; ZARZĄDZANIE SOBĄ, SWOIM POTENCJAŁEM I AUTORYTETEM W PRACY ARTYSTY

CZAS: 8- 16H

CEL WARSZTATU: Głównym celem szkolenia jest zwiększenie efektywności indywidualnej pracy, autoprezentacji i planowania w oparciu o metodykę wyznaczanie celów, definiowania mocnych stron i obszarów do rozwoju. Budowanie modelu autorytetu artysty jako fachowca.

IV. Zastosowanie modelu. Użytkownicy, którzy będą go mogli wykorzystać.

Użytkownikami tej innowacji są przede wszystkim:

- Szkoły artystyczne prywatne i publiczne, studia I i II stopnia- opiekunowie staży, studenci,
- Uniwersytety artystyczne studia I i II stopnia, opiekunowie staży, studenci,
- Szkoły muzyczne, uniwersytety muzyczne – studia I i II stopnia, opiekunowie staży, studenci,
- Uczelnie techniczne prowadzące kierunki architektura i pokrewne, studia zawodowe, studia I i II stopnia, opiekunowie staży, studenci,
- Uniwersytety i inne szkoły wyższe prowadzące kierunki: edukacja artystyczna, menedżer kultury i podobne, organizatorzy i opiekunowie staży, studenci,
- Zawodowe szkoły ponad licealne prowadzące kierunki projektowania, grafiki komputerowej i pokrewne, organizatorzy i opiekunowie staży, studenci,
- firmy MMŚP, Stowarzyszenia pracodawców, Ligii Firm Rodzinnych, firmy stowarzyszone w stowarzyszeniach/ związkach organizujące i propagujące wartościowe staże i społeczną odpowiedzialność biznesu.

Alternatywni użytkownikami innowacji mogą być

- Zawodowe szkoły ponad licealne prowadzące kierunki projektowania, grafiki komputerowej i pokrewne, organizatorzy i opiekunowie staży, słuchacze,
- firmy MMŚP, Stowarzyszenia pracodawców, Ligii Firm Rodzinnych, firmy stowarzyszone w stowarzyszeniach/ związkach organizujące i propagujące wartościowe staże i społeczną odpowiedzialność biznesu: organizatorzy praktyk, staży.

Ponadto,

- organizatorzy szkoleń zawodowych, dla osób powracających na rynek pracy w tym w grupie 45+ ,
- organizatorzy warsztatów, praktyk i staży w ramach tzw. III misji uczelni.

Szczególnie tabele opisu kompetencji i oceny kompetencji są przydatne do pracy nad rozwojem kompetencji w grupie osób mających doświadczenie zawodowe. Tabele porządkują obszary kompetencyjne, przyporządkowują im zadania realizowane w pracy.

V. Odbiorcy innowacji

Kluczowymi odbiorcami modelu staży Przedsiębiorczość dla artystów są

- Akademickie Biura Karier / ABK/ uczelni prowadzących kierunki artystyczne,
- Wydziały/ Wydziałowi Opiekunowie staży na uczelniach i w szkołach prowadzących kierunki artystyczne,
- doradcy zawodowi, doradcy kariery wspierający absolwentów i osoby pracujące po kierunkach artystycznych, które planują podjęcie działalności na własny rachunek.

Ponadto alternatywnymi odbiorcami są organizacje i instytucje prowadzące kursy zawodowe w zawodach projektant – wnętrz, ogrodów, menedżer instytucji kultury i pokrewnych, które rozwijają się dynamicznie w ostatnich trzech latach.

Projekty wspomagające tranżycję na rynek pracy adresowane do osób z doświadczeniem zawodowym.

Projekty wspomagające otwieranie i prowadzenie własnej działalności gospodarczej.

VI. Działania konieczne do wdrożenia innowacji

1. Uczelnie – pozyskanie akceptacji osób/ władz odpowiedzialnych za jakość kształcenia/ rezultaty związane z uzawodowieniem uczelni wyższych zależnościami od Uczelni Rektor/ Prorektor ds. jakości kształcenia lub Dziekan i Rada Wydziału. Uzyskanie zgody na dopuszczenie modyfikowanego Dziennika Praktyk/ Staży i wprowadzenia staży Przedsiębiorczość dla artystów..
2. Zapoznanie ABK/ doradców zawodowych oraz Opiekunów praktyk/ staży z modelem. Warsztat lub Webinar lub inna forma szkolenia/ prezentacji, w tym prezentacji zdalnych. Wykorzystanie social media lub innych kanałów elektronicznych – filmy instruktażowe.
3. Należy bardziej elastycznie zaplanować ilość godzin doradczych, dla najbardziej samodzielnych stażystów i wymagających wsparcia. W etapie realizacji staży średnio 3h osoba.
4. Należy dopracować i poszerzyć instrukcje dla Opiekunów staży w przedsiębiorstwach małych, które nie mają własnych programów praktyk/ staży.
5. Wdrożenie ze wsparciem autorów modelu. Możliwym niskokosztowym jest wsparcie on-line lub telefoniczne konsultacje.

6. W skali ogólnokrajowej idealnym rozwiązaniem mogłoby być stworzenie platformy edukacyjnej, przede wszystkim dla doradców ABK lub wykorzystanie wirtualnej przestrzeni na istniejących platformach edukacyjnych, bibliotekach cyfrowych typu webinar np. dedykowanych doradcom zawodowym.

VII. Koszt zastosowania innowacji

Należy oszacować przybliżony koszt zastosowania innowacji w praktyce (poza projektem) w przeliczeniu na 1 uczestnika (odbiorcę) lub miesiąc funkcjonowania rozwiązania w działalności przyszłego użytkownika:

1. **Realizacja programu staży - koszt optymalnej realizacji innowacji w przeliczeniu na osobogodziny na 1 uczestnika = 460,00 złotych/ uczestnik.**

Koszt miesięczny (3 miesiące) = 153 złote/ uczestnik.

Koszt może być niższy jeśli część zadań jest realizowana w ramach pensum zatrudnionych w Uczelni doradców kariery.

Składowe:

1.1 Warsztaty 16h (grupa min. 10 osób) = 1 600,00 ; **160,00** pln/ osoba

1.2.Konsultacje indywidualne – 2h/per capita, Obejmuje konsultacje i opiekę merytoryczną ze strony uczelni, w tym eksperta ds. przedsiębiorczości = 120-**200,00** złotych/ osoba*

1.3.Konsultacje grupowe 1xmiesiąc (grupa min. 5 osób)- 500,00 złotych. 50,00 złotych osoba. Konsultacje grupowe są b. dobrą formą, jednakże w uzasadnionych przypadkach i biorąc pod uwagę specyfikę artystycznych wydziałów, należy uwzględnić konsultacje indywidualne*

1.4.Obługa administracyjna, sporządzanie/ zawieranie umów 50,00 zł/ osoba.

Powyższe koszty nie obejmują stypendium Stażowego i zwrotu kosztów wizyt studyjnych.

- 2.**Realizacja programu staży – program wsparcia uczelni, minimalny koszt miesięczny na uczestnika 260,00 złotych.**

W przypadku prowadzenia zajęć w ramach programu studiów/ sylabusu z zakresów: warsztat kompetencyjny, warsztat ABK, wprowadzenie do przedsiębiorczości. Powyższe koszty nie obejmują stypendium Stażowego i zwrotu kosztów wizyt studyjnych.

- 3.**Realizacja programu staży Wariant z wyjazdem studyjnym 837,00 złotych /osoba.**

Miesięczny koszt (3 m-ce) – 279,00 zł/ osoba

Składowe:

- 1.1 Warsztaty 16h (grupa min. 10 osób) = 1 600,00 ; 160,00 pln/ osoba
- 1.2. Konsultacje indywidualne – 2h/per capita, Obejmuje konsultacje i opiekę merytoryczną ze strony uczelni, w tym eksperta ds. przedsiębiorczości = 120-200,00 złotych/ osoba*
- 1.3. Konsultacje grupowe 1x miesiąc (grupa min. 5 osób)- 500,00 złotych. 50,00 złotych osoba. Konsultacje grupowe są b. dobrą formą, jednakże w uzasadnionych przypadkach i biorąc pod uwagę specyfikę artystycznych wydziałów, należy uwzględniać konsultacje indywidualne.
- 1.4. Obsługa administracyjna, sporządzanie/ zawieranie umów 50,00 zł/ osoba.
- 1.5 Ryczałt wyjazd studyjny – 377,00 zł/ osoba/ miesiąc

4. Realizacja programu staży Wariant ze stypendium stażowym

460,00 + 1 900,00 = 2 360,00 złotych /osoba.

Koszt miesięczny w okresie 6 miesięcy - 393,30 zł/ osoba/ miesiąc

5. Realizacja staży Wariant ze stypendium stażowym i zwrotem kosztów wizyt studyjnych = 2 737,00 złotych /osoba

Koszt miesięczny w okresie 6 m-cy - 456,00 zł/osoba/miesiąc

Powyższe koszty mogą być częściowo rozliczane z godzin pensum/ wynagrodzenia pracowników ABK lub Wydziału. Dla porównania koszt miesięcznego zatrudnienia doradcy kariery/ eksperta to 5 500,00 brutto (=/- średnia krajowa) w projektach NCBIR adresowanych do ABK.

VIII. Zakres możliwych zmian.

1. Modyfikacji mogą podlegać opisy kompetencji i poziomy zachowań definiujące je, w zależności od potrzeb i wymagań otoczenia biznesowego. Należy się kierować zmianami w oczekiwaniach firm ujawnionymi w np. ogłoszeniach rekrutacyjnych. Mogą one być podstawą do określenia w jakich kierunkach idą zmiany oczekiwań/ rośnie zapotrzebowanie na kompetencje społeczne i umiejętności przedsiębiorcze.
2. Nazewnictwo stanowisk/ specjalności mogą ulegać zmianom w czasie, ponieważ obserwuje się dynamiczne zmiany, szczególnie w sektorze przedsiębiorstw internetowych i biznesie kreatywnym. Całe grupy zawodów związanych z projektowaniem graficznym zmieniają się bardzo dynamicznie. Również funkcjonowanie freelancerów i projektantów działających na własną rękę zależy od dynamiki i kierunku rozwoju, a co za tym idzie zmieniają się warunki kontraktów z dostawcami co może rodzić w niedalekiej przyszłości zapotrzebowanie na np. poszerzone kształcenie w dziedzinie praw autorskich i pokrewnych.
3. Ponowne przetestowanie modelu lub modyfikacja dla wersji on-line w celu rozszerzenia dostępności modelu.

Powyższe można traktować jako konieczność przygotowania kolejnego testowania przygotowania do stażu Przedsiębiorczość dla artystów model on-line.

IX. Rozwój produktu finalnego i rekomendacje dalszych prac.

Opracowanie na platformie webinarów dla doradców kariery oraz prezentacji lub filmów instruktażowych może znacząco wpłynąć na upowszechnienie modelu i jego narzędzi uzyskując zasięg od 100-1000 osób tj. studentów/absolwentów, z nieograniczonym dostępem do videobook'ów. Może wpłynąć na ostateczny całkowity koszt zastosowania innowacji w wielu uczelniach. Estymacja dla około 100 uczelni prowadzących różne kierunki artystyczne i pokrewne. Celem zwiększenia dostępności oraz ograniczenia kosztów własnych uczelni - dotyczy przede wszystkim kosztów warsztatów, przygotowania procesu, instrukcji dla opiekunów staży, dyżurów dla studentów. Ta koncepcja jest odpowiedzią na sposób funkcjonowania pokolenia Millenialsów, pokolenia 2.0 i 3.0. Powyższe można traktować jako konieczność kolejnego testowania przygotowania do stażu Przedsiębiorczość dla artystów model on-line, lub jako wdrożenie i upowszechnienie modelu. Poniżej przeprowadzono estymacje potencjalnych kosztów:

Przygotowanie platformy edukacyjnej , przygotowanie i realizacja części edukacyjnej on-line		
Działanie	Potencjalny zasięg	Estymowany koszt
1.Koszt przygotowania i posadowienia i przeprowadzenia kursu / webinaru dla doradców kariery modelu Przedsiębiorczość dla artystów, 90'. 1 edycja	100-1000	4 600,00 100 osób= 46,00zł / osoba 500 osób = 9, 20zł / osoba
2.Koszt przygotowania narzędzi dla studentów- webinar 90', realizacja webinaru+ narzędzia on-line: testy, IPDM 1 edycja	100-1000	8 600,00 100 osób = 66,00zł/osoba
Całkowity maksymalnych kosztów/koszt 1 edycja, poz.1-2.		13 200,00 100 osób = 132,00zł/osoba 500 osób = 26,40 zł/osoba 1000 osób = 13,20 zł/osoba
3.Przygotowanie videobooków do pobrania, 10 odcinków a 15' – nielimitowany zasięg	100-1000	14 000,00 100 osób = 140,00zł/osoba 500 osób = 28 zł/osoba 1000 osób = 14 zł/osoba
4.Roczny abonament (utrzymanie), aktualizacja treści .	100-1000	10 000-25 000,00zł
Całkowity maksymalnych kosztów/koszt 1 edycja poz 1-4.	100-1000	52 200,00 100 osób = 522,00zł/osoba 500 osób = 104,00 zł/osoba 1000 osób = 52,020 zł/osoba

X. Załączniki

Załącznik 1

1. Mapa kompetencji i tabelle obserwacji do zadań warsztatowych i typu

Development Center

REKOMENDOWANE KOMPETENCJE PRZEDSIĘBIORCZE DO ROZWOJU W RAMACH TESTU Artyści na staż

18

1.1 Lista kompetencji do rozwoju podczas staży i praktyk

Współpraca w zespole	Kierowanie zespołem rozproszonym / wykonawcy/	Branie na siebie odpowiedzialności w ramach zespołu
Budowanie autorytetu /Wzbudzanie zaufania/	Wysłuchiwanie innych i ich racji	Przyjmowanie roli kierowniczej
Komunikacja pisemna /Redagować /	Wypowiadanie się publicznie	Argumentowanie, przekonywanie (kogo? dlaczego?)
Zarządzanie budżetem	Uczenie się samodzielne, uczenie się od mentora/ - ki	Przyjmowanie roli wykonawcy
Wyszukiwanie informacji	Budowanie wizji przyszłości	Dążenie do konsensusu (klient/ wykonawca)
Organizowanie/Wytwarzanie/ Produkowanie	Tworzenie list zadań i czynności	Kontrolowanie, weryfikowanie pracy własnej
Obliczanie/budżetowanie projektu/ realizacji	Wyznaczanie priorytetów	Kontrolowanie, weryfikowanie pracy innych
Opracowanie ofert, propozycji,	Wyszukiwanie kontaktów/ pozyskiwanie współpracowników	Koordinowanie np. remont/ przebudowa/ pokaz/ współpraca ekip
Uczenie się / uczenie innych	Czytanie planów/ wykresów/ konstrukcji	Dokumentowanie/ archiwizowanie np. postępów projektu
Postrzeganie i rozumienie potrzeb, problemów innych ludzi	Prowadzenie projektów własnych i / lub zespołu	Opracowywanie portfolio wg specjalności/ rodzajów działań
Przedstawianie opinii, jasne wystąpienie	Negocjowanie, ustalanie	Doradzanie np. klientom
Procesowanie dokumentacji, formularzy administracyjnych	Wyjaśnianie, udzielanie informacji	Praca pod presją czasu
Przeprowadzanie oględzin, pomiarów, sporządzanie brief'ów	Planowanie pracy/ zajęć i czasu wolnego	Podsumowywanie pracy/ wykonanych zadań
Poszukiwanie rozwiązań	Ocenianie siły konkurencji	Używanie arkuszy kalkulacyjnych, obliczeniowych itp
Komunikowanie z klientami	Aktywne słuchanie	Rozumienie i parafraza ustaleń z klientami
Odpowiadanie na zapytania klientów	Poszukiwanie kontaktów do wykonawców i ich weryfikacja	Prowadzenie formalnej korespondencji

2. Definicje kompetencji .

W tabelach poniżej przedstawiono opisy kompetencji rozwijanych w trakcie stażu Przedsiębiorczość dla artystów.

Kompetencja	Definicja	Pomiar / Metoda badania, obserwacji
Innowacyjność i elastyczność	Tworzenie nowatorskich pomysłów i rozwiązań, możliwych do zastosowania w praktyce. Dopasowanie działań do zmieniających się wymogów sytuacji. Poszukiwanie informacji. Wychodzenie z inicjatywą dotyczącą rozwiązań i sposobów postępowania.	<ul style="list-style-type: none"> - Test rodzaj inteligencji - Zadanie DC - Cele i plan stażu, szczególnie własny plan wizyty studyjnej - podczas stażu: realizacja zadań artystycznych, graficznych, planistycznych, - Ocena ex-post Opiekuna Stażu
Komunikatywność	Dążenie do efektywnej komunikacji poprzez precyzyjne, jasne wyrażanie się oraz rozumienie i zaangażowanie w wypowiedzi innych. Sprawne wyrażanie myśli na piśmie. Otwartość w kontaktach z ludźmi.	<ul style="list-style-type: none"> - Pre test i post-test - Wywiad IPD/ test Kotwice Kariery - Cele i plan stażu - Zadania warsztatowe Przedsiębiorczość osobista i lub / warsztat komunikacji/ warsztat pracy zespołowej - Podczas stażu: – współpraca z klientami, obsługa klienta, negocjacje i ustalenia, - Ocena ex-post Opiekuna Stażu
Myślenie strategiczne	Kształtowanie oraz wdrażanie strategii działania na podstawie dostępnych danych, analiz sytuacji oraz przewidywanych tendencji. Kreowanie wizji przyszłości. Przewidywanie koniecznych działań oraz ich skutków.	<ul style="list-style-type: none"> - Test rodzaj inteligencji - Moduł II Warsztat Przedsiębiorczość osobista - Zadania warsztatowe Warsztat przygotowanie do stażu– planowanie wyjazdu w zw. z realizacją celu stażu/ praktyki - opracowywanie briefów, Portfolio, prezentacji dla klientów, wycen itp - Ocena ex-post Opiekuna stażu
Orientacja na klienta	Pozytywne nastawienie do klientów oraz ich potrzeb. Sprawne komunikowanie, aktywne słuchanie, parafrazowanie. Wykorzystanie własnych umiejętności, wiedzy i doświadczenia do kształtowania odpowiednich relacji biznesowych z klientami.	<ul style="list-style-type: none"> - Pre-test i post-test - Moduł III Akademia Menedżera, - Podczas stażu współpraca z klientami lub Warsztat pracy zespołowej - Ocena ex-post Opiekuna Stażu
Samodzielność i odpowiedzialność Organizacja pracy	Samodzielne wyznaczanie celów i priorytetów. Wyszukiwanie niezbędnych informacji. Skuteczna organizacja pracy i realizowanie zadań bez szczegółowych wytycznych, w ramach ustalonego czasu i norm. Przyjmowanie odpowiedzialności za realizowane zadania.	<ul style="list-style-type: none"> - Wywiad eksperta ds. przedsiębiorczości/ doradcy kariery - Karta Cele stażu - Samoocena Karta podsumowań praktyki (cz. Opinia stażysty) - Realizacja własnych zadań wyznaczonych dla stażu - Ocena ex-post Opiekuna Stażu
Zaangażowanie	Motywacja i zaangażowanie do realizacji własnych zadań w możliwie najlepszy sposób. Wychodzenie poza sztywne ramy ustaleń.	<ul style="list-style-type: none"> - Praca w grupie warsztatowej – samoocena - Zadania wolontariackie na rzecz

ARTYŚCI

NA STAŻ!

	Wykazywanie inicjatywy. Nastawienie na współpracę.	grupy testowej, - samoorganizacja podczas stażu, zaangażowanie w realizację zadań, współpraca wewn. i na zewn firmy, - Ocena ex-post Opiekuna Stażu
Umiejętności ICT	Wykorzystanie narzędzi informatycznych i telekomunikacyjnych (ICT), posługiwanie się sprzętem komputerowym oraz różnymi programami użytkowymi, graficznymi, do projektowania, opracowania graficznego, sprawne posługiwanie się programami MS Office i pokrewnymi..	- CV/ Portfolio zawodowe – jakość projektowa, graficzna, design autoprezentacji - staż/ praktyka/ zadania wolontariacie - Ocena ex-post Opiekuna Stażu

20

Opis poziomów kompetencji :

Wartość	Nazwa	Opis
1,0	1	Brak
2,0	2	Uczący się
3,0	3	Dobry
4,0	4	Ekspert
5,0	5	Wybitny

Przykład:

	Kompetencja	Poziom oczekiwany	Poziom uzyskany
1	Innowacyjność i elastyczność	3,0 - 4,0	
	Poszukiwanie rozwiązań, <u>Wyszukiwanie informacji</u> Twórczość,	4	2



Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



3. Opisy poziomów kompetencji i wskaźniki behawioralne do wykorzystania w zadaniach warsztatowych i typu Development Center.

Poziomy kompetencji

1,0	1	Brak / niewystarczające	60% wskazań
2,0	2	Uczący się	50% wskazań 2
3,0	3	Dobry	60 % - 79% wskazań 3
4,0	4	Ekspert	80%-89%wskazań
5,0	5	Wybitny	89%-100%

1.1 Planowanie i myślenie strategiczne

Definicja: Umiejętność tworzenia i nakreślenia inspirującego obrazu przyszłości oraz wyznaczania celów strategicznych. Nieustanne i aktywne poszukiwanie możliwości rozwoju i wzmocnienia przewagi konkurencyjnej biznesu. Umiejętność efektywnego określania celów, priorytetów, potrzebnego czasu, zadań, środków i ludzi oraz organizowania działań skierowanych na osiągnięcie kluczowych celów organizacji.

1	2	3	4	5	Pozytywne wskaźniki
					Wskazuje ambitne i realistyczne cele.
					Tworzy strategię działania w zgodzie ze strategią i celami organizacji
					Przedstawia różne scenariusze strategiczne i opcje rozwiązań
					Umie przełożyć swoją wizję dotyczącą przyszłości na konkretne cele i plany.
					Identyfikuje zagrożenia i ryzyka.
					Proponuje główne wytyczne rozwoju. Nie skupia się na ograniczeniach i przeszkodach. Wskazuje przede wszystkim gdzie leżą szanse i możliwości rozwoju na przyszłość.
					Uwzględnia perspektywę długoterminową. Nie skupia się wyłącznie na doraźnych problemach i sprawach operacyjnych.
					Poszukuje i wprowadza nowatorskie rozwiązania. Wykracza poza istniejące ramy, normy.
					Jej/Jego propozycje strategiczne kreują nowe wartości/możliwości dla organizacji/ pozwalają osiągnąć więcej mniejszym nakładem sił i środków.
					Poddaje w wątpliwość zastany stan rzeczy, w sposób, który prowadzi do nowych, lepszych pomysłów i procesów.
					Rozumie i przewiduje trendy rynkowe oraz potrzeby klientów.
					Prezentuje zdolność tworzenia i realizowania strategii opartej na wymaganiach klientów, w której wzrost dochodów osiągany jest przez nowatorskie podejście do klientów, produktów i rynku.
					Rozpoznaje globalny/ krajowy/ regionalny potencjał firmy i umiejętnie z niego korzysta, aby osiągnąć lokalne cele.
					W sposób szeroki i kompleksowy rozpatruje zagadnienia. Patrzy na zagadnienia z różnych perspektyw.
					Komunikuje klarowne i inspirujące strategie /wizje i plany działania.
					Efektywnie planuje/wykorzystuje czas.

Inne obserwacje:

Ocena

1.2 Analiza i rozwiązywanie problemów. Zaangażowanie.

Definicja: Dostrzeganie problemu, poszukiwanie możliwych jego przyczyn i analizowanie ważnych informacji.

Formułowanie wniosków i rozwiązań.

1	2	3	4	5	Pożądane wskaźniki zachowań
					Poszukuje dodatkowych/brakujących informacji.
					Zbiera dane i informacje z różnych źródeł.
					Odpowiednio ukierunkowuje poszukiwanie informacji - zadaje odpowiednio ukierunkowane pytania, zleca odpowiednie analizy/badania, dociera do ludzi lub instytucji.
					Wie, w jaki sposób analizować i porządkować fakty, przypuszczenia i odczucia.
					Dostrzega relacje pomiędzy danymi/ informacjami. Kojarzy fakty i je wskazuje, nawet jeśli nie wynikają tylko z przedstawionych danych.
					Skupia się na kluczowych informacjach/danych oraz potrafi spojrzeć na problem z szerszej perspektywy. Nie zagłębia się w mało istotne detale.
					Prezentuje dobre rozumienie danych i informacji. Potrafi je wyjaśnić.
					Wyciąga logiczne wnioski na podstawie przeprowadzonych analiz. Przedstawi argumenty, wskazuje czynniki krytyczne.
					Dostrzega różne aspekty problemu.
					Rozumie sedno problemu.
					Bada przyczyny problemu. Rozważa z różnych perspektyw – co najmniej dwóch.
					Przedstawia rozwiązania. (3) co najmniej 3. (4) co najmniej 3 i 1 nowatorskie. (5) co najmniej 3 nieszablonowe.
					Tworzy wiele wariantów rozwiązań i potrafi wskazać, korzyści i zagrożenia każdego z nich.
					Sprawnie analizuje złożone zagadnienia. Rozwiązuje skomplikowane sprawy, dzieli je na etapy lub grupy problemów.
					Przyjmuje osobiście odpowiedzialność za rozwiązanie problemu.
					Skupia się na rozwiązaniu problemu, a nie znalezieniu winnych.
					Dostrzega/przewiduje problemy i reaguje na nieprawidłowości. (4) (5) Przedstawia alternatywne rozwiązania.
Inne obserwacje:					
Ocena poziomu kompetencji					

1.3 Odpowiedzialność i odwaga w podejmowaniu decyzji

Definicja: Odwaga w podejmowania decyzji lub działań. Przewidywanie konsekwencji wyborów oraz podejmowanie odpowiedzialności za swoje decyzje. Zaangażowanie w poszukiwanie rozwiązań.

1	2	3	4	5	Pożądane wskaźniki zachowań
					Podejmuje jednoznaczne decyzje/Przedstawia jednoznaczne rekomendacje.
					Przewiduje zarówno bezpośrednie, jak też długoterminowe konsekwencje podejmowanych decyzji.
					Określa kryteria decyzyjne.
					Podejmuje decyzje na podstawie adekwatnych analiz.
					Rozważa alternatywy. Dokonując wyboru, przedstawia za i przeciw, oraz szanse i ryzyka wynikające z rozwiązań opcjonalnych.
					Działa w sposób zdecydowany. Podejmuje decyzje na czas. Nie odwleka bez potrzeby decyzji.
					Podejmuje decyzje w trudnych/ niesprzyjających warunkach (choć nie dysponuje wszystkimi niezbędnymi informacjami/ w sytuacjach niejasnych/w sytuacji silnej sprzeczności interesów/ pod presją czasu).
					Wybiera nowy sposób lub innowacyjne podejście do sprawy i ma odwagę wybrać to, co dla niego jest jeszcze nieznanne.
					Wychodzi z odważnymi propozycjami, mimo ryzyka krytyki ze strony innych/ odrzucenia jego propozycji.
					Podejmuje ryzyko. Chętniej wybiera obiecujące, choć zawierające elementy ryzyka plany lub projekty, niż średnio atrakcyjne, ale za to bezpieczne.
					Jest gotowy/a do zmiany kursu, nawet w sytuacji, gdy brakuje jemu/jej ważnych informacji, dotyczących przyszłego rozwoju zdarzeń.
					Bardzo szybko podejmuje działania powiązane z podjętą decyzją. Szybko przechodzi od analizy i poszukiwania rozwiązań do wdrożenia.
					Przyjmuje na siebie odpowiedzialność za błędne/nieskuteczne decyzje/działania. Dąży do naprawy błędów.
					Podejmuje trudne/niepopularne decyzje.
					Analizuje i ocenia efektywność podjętych decyzji.
Inne obserwacje:					
Ocena poziomu kompetencji					

1.4 Komunikacja. Współpraca

Definicja: Przyczynianie się do wspólnego wyniku np. grupowego, angażowanie się we współpracę z, przy jednoczesnym przedkładaniu wyniku pracy zespołowej nad własne interesy. Aktywne, konstruktywne i asertywne działanie na forum zespołu i organizacji.

1	2	3	4	5	Pożądane wskaźniki zachowań
					Nawiązuje i utrzymuje relacje ze wszystkimi członkami zespołu, niezależnie od ich właściwości i różnic między nimi.
					Promuje integrację. Jednoczy wokół wspólnych celów. Zachęca innych do wyrażenia opinii.
					Działa na rzecz interesów wspólnych, a nie partykularnych. Wskazuje wspólne korzyści.
					Okazuje szacunek i zaufanie innym. Pyta o opinie. Wskazuje doświadczenie/kompetencje innych, które są wartością w danym kontekście.
					Potrafi wykreować dobrą atmosferę pracy dzięki swojej otwartości, uwadze i szacunkowi okazywanemu innym.
					Wprowadza klimat otwartości i konstruktywnego dialogu. Wyraża się asertywnie i wzmacnia poczucie wartości innych.
					Słucha w sposób aktywny. Upewnia się, czy właściwie zrozumiał komunikat rozmówcy. Stosuje parafrazę, odwrócone pytania i inne techniki.
					Poznaje (zadaje pytania) i uwzględnia opinie i potrzeby innych. Okazuje poszanowanie dla uczuć i potrzeb drugiej strony. Wyraża się kulturalnie wygłaszając negatywne opinie.
					Jest aktywną stroną inicjuje dialog, zadaje pytania. Po wysłuchaniu udziela informacji lub prezentuje własny pogląd na forum.
					Własną wiedzą i umiejętnościami wspiera działania innych. Dzieli się wiedzą i umiejętnościami (podpowiada) podczas realizacji zadań.
					Potrafi zachować odpowiednią równowagę między realizacją celów a utrzymaniem dobrych relacji w zespole.
					Prezentuje postawę asertywną. Nie ulega i nie dominuje w relacjach z innymi. Tworzy partnerskie stosunki, oparte na dwustronnych korzyściach.
					Wyraźnie artykułuje własne racje i stanowisko na forum zespołu. Wypowiada się precyzyjnie. Píše klarownie.
					Broni własnych interesów, własnego zdania i potrzeb w taktowny sposób, który nie uraża innych osób.
					Odważnie i taktownie przedstawia krytykę / odmienne zdanie/niepopularne rozwiązania. Nie unika konfrontacji z różnicami poglądów, reprezentowanymi przez przełożonego lub swoich klientów/współpracowników, lecz czyni to z zachowaniem należącego respektu.
					Przejawia otwartość na informacje zwrotną/krytykę. Wykorzystuje feedback dla własnego rozwoju – np. komunikuje czego się nauczył lub co zrobi.
					Udziela negatywną informację zwrotną w sposób konstruktywny.
					Reaguje na trudne sytuacje w zespole/ lub w trealcji z zespołem zewnętrznym w konstruktywny sposób. Np. proponuje rozwiązanie lub sposób działania.
					Łagodzi spory. Nie okazuje stronnictwości/uprzedzeń. Nie tworzy antagonizmów.
					Przejawia gotowość do ustępstw i kompromisu.
					Doprowadza do rozwiązań win-win w sytuacjach konfliktu interesów. Dbą o samopoczucie drugiej strony np. klienta.
					W przypadku zaistnienia konfliktów, w sposób opanowany i taktowny omawia z drugą stroną konfliktu przyczynę różnicy poglądów, nie unikając jednak konfrontacji poglądów.
Inne obserwacje:					
Ocena poziomu kompetencji					

1.5 Orientacja na klienta. Komunikacja. Zaangażowanie.

Definicja: Pozytywne nastawienie do klientów oraz ich potrzeb. Sprawne komunikowanie, aktywne słuchanie, parafrazowanie. Wykorzystanie własnych umiejętności, wiedzy i doświadczenia do kształtowania odpowiednich relacji biznesowych z klientami.

1	2	3	4	5	Pozytywne wskaźniki
					Przedstawia się. Potrafić przywitać klienta. Przedstawia firmę.
					Promuje integrację. Jednoczy wokół wspólnych celów.
					Działa na rzecz interesów wspólny, nie partykularnych.
					Potrafi nawiązać do produktu/ lub usługi – zadawać zamiennie pytania otwarte i zamknięte.
					Potrafi wykreować dobrą atmosferę podczas rozmów/ współpracy z klientem. Okazuje szacunek klientom.
					Wprowadza klimat otwartości i konstruktywnego dialogu w sytuacji odmiennych ocen sytuacji, opinii o produktach/ materiałach do wykorzystania/ realizacji usługi.
					Słucha w sposób aktywny. Upewnia się, czy właściwie rozumie komunikat rozmówcy.
					Poznaje i uwzględnia opinie i potrzeby innych. Okazuje poszanowanie dla uczuć i potrzeb drugiej strony.
					Jest aktywną stroną dopytuje, odpowiada na e-mail, zapytanie telefoniczne.
					Własną wiedzą i umiejętnościami wspiera klienta w decyzji. Nie wywyższa się, stara się zrozumieć racje drugiej strony.
					Potrafi zachować odpowiednią równowagę między realizacją własnych celów a interesem drugiej strony/ interesem klienta.
					Prezentuje postawę asertywną. Nie ulega i nie dominuje w relacjach z innymi. Tworzy partnerskie stosunki, oparte na dwustronnych korzyściach.
					Wyraźnie artykułuje własne korzyści i mocne strony przedstawianych rozwiązań/ ofert. Potrafi argumentować ekonomicznie.
					Buduje autorytet firmy, jej partnerów.
					Odważnie i taktownie przedstawia krytykę / odmienne zdanie/niepopularne rozwiązania. Nie unika konfrontacji z różnicami poglądów klientów.
					Przejawia otwartość na krytykę. Wykorzystuje krytykę klienta do poszukania innych rozwiązań/ zmiany oferty.
					Udziela negatywnej informacji zwrotnej w sposób konstruktywny. Wskazuje inne sposoby działania i korzyści.
					Reaguje na trudne sytuacje np. kryzysu zw. z terminami. Racjonalnie proponuje rozwiązania.
					Nie okazuje stronnictwa/uprzedzeń. Nie tworzy antagonizmów.
					Przejawia gotowość do ustępstw i kompromisu.
					Doprowadza do rozwiązań win-win w sytuacjach konfliktu interesów.
					W przypadku zaistnienia konfliktów, w sposób opanowany i taktowny omawia z drugą stroną konfliktu przyczynę różnicy poglądów, nie unikając jednak konfrontacji poglądów.
Inne obserwacje:					
Ocena poziomu kompetencji					

1. Karta staży z oceną poziomu kompetencji

KARTA STAŻU /PRAKTYK STUDENTA Kierunki artystyczne

Miejscowość, data

26

Nazwisko Imię Stażysty/ Praktykanta			
Nr Indeksu/ Albumu			
Wydział / kierunek / Specjalizacja	Artystyczny/ Architektura Wnętrz		
Rok studiów/ stopień *	1/ 2/ 3 / 4 / 5 *	LICENCIAT / SUM/ JSM JEDNOLITE	
Adres e-mail			
Telefon			

* właściwe otoczyć kółkiem

Część do wypełnienia przez Opiekuna Stażu/ Praktyki

Część do wypełnienia przez opiekuna praktykanta/-ki, osobę odpowiedzialną za studenta/kę w trakcie odbywania praktyki.

<p>Cele rozwojowe stażu / praktyki: <i>Np. rozwijanie umiejętności przedsiębiorczych menedżerskich**</i></p> <p>Rozwijanie umiejętności praktycznych jako Asystent Zarządu/Marketing</p>				
Termin odbywania stażu/ praktyk (daty od – do)	Liczba godzin/ tygodni	Adres podmiotu/ pieczęć o ile posiada	Dział/ komórka/ zespół w którym odbywały się praktyki	Podpis osoby odpowiedzialnej za studenta w miejscu pracy numer telefonu służbowego
<p>Zgadzam się/Nie zgadzam* się na udostępnianie danych przedsiębiorstwa/ organizacji, którą reprezentuję innym studentom zainteresowanym stażem/ praktykami studenckimi. * właściwe zakreślić</p> <p style="text-align: right;">..... podpis przedstawiciela firmy</p>				

2. Zakres obowiązków studenta podczas stażu/praktyki

Tabela wypełniana przez stażystę/ praktykanta i Opiekuna

Role zawodowe*	<u>Asystentka menedżera</u> <u>Stażysta Asystent projektanta</u> <u>Stażysta social media specjalista</u> Asystent Zarządu Marketing
Zadania podstawowe/ zawodowe projektant/	Przygotowanie projektów biur, mieszkań, ofert oraz plakatów. Realizacja pomysłów projektowych, nowych rozwiązań. Graficzne opracowanie plakatów i ofert firmy. Przygotowanie ofert dotyczących działalności firmy, np. remontowych. Praca w programach Canva, ArchiCAD, CorelDRAW, Adobe Photoshop, Microsoft Word
Zadania menedżerskie	Udział w zebraniach i planowaniu. Organizowanie kolejności działań firmy w zdobyciu nowych klientów. Administrowanie fanpage firmy na Facebooku. Nadzór nad fanpage firmy i materiałów znajdujących się na stronie. Koordynowanie przebiegu działań, artykułów i ofert firmy. Asystowanie menedżerom w ustaleniach z klientami, negocjacjach i ustaleniach finansowych.

*W zależności od dziedziny, np. media elektroniczne – funkcja, należy wskazać na jakich kolejnych stanowiskach Stażysta/ praktykant nabywał doświadczenie zawodowe

MIESIĘCZNA KARTA STAŻU- ANASTAZJA KP			
Nazwa Przedsiębiorstwa Opiekun	Agencja	Stanowisko Funkcja Stażysty	Asystent Zarządu Marketing
Miesiąc 1	Liczba godzin*	Zadania wykonywane przez stażystę/ obszar pracy	
Tydzień 1/ 01.03.- 09.03.2018	20	Tworzenie wizualizacji biur i mieszkań przygotowywanych przez projektantów. Praca w programach ArchiCAD, CorelDRAW oraz Canva.	
Tydzień 2/ 12.03.- 16.03.2018	25	Obsługa Social Media firmy na Facebooku. Poszukiwanie nowych rozwiązań dotyczących sposobu prezentacji i nowych treści w oparciu o analizę działań podobnych firm.	
Tydzień 3/ 19.03.- 23.03.2018 r.	20	Kurs obsługi mediów społecznościowych on-line. Zapoznanie się z promocjami dostępnymi dla fanpage'a i narzędzi pozycjonowania. Obsługa promocji w sieci – Facebook, Twitter, Galerie fotograficzne.	
Tydzień 4/ 26.03.- 30.03.2018 r.	15	Kosztorysowanie projektów adaptacji, wykończenia nowych mieszkań. Zarządzanie budżetem firmy dotyczących promocji w mediach elektronicznych. Zaplanowanie kolejności działań promocji zgodnie z budżetem.	
Suma godzin	80		
Miesiąc 2			
Tydzień 1/ 03.04.- 06.04.2018 r.	18	Wyszukiwanie informacji z branżowych dot. firm projektowych, usługowo-projektowych. Analiza treści. Wyszukiwanie tekstów specjalistycznych . Tworzenie nowych artykułów na nośniki promocyjne firmy w oparciu o najnowsze doniesienia branżowe – m.in. dot. materiałów wykończeniowych. Prowadzenie formalnej korespondencji i odpowiadanie na zapytania klientów.	
Tydzień 2/ 09.04.- 13.04.2018 r.	20	Prowadzenie formalnej korespondencji i odpowiadanie na zapytanie klientów. Przygotowanie we współpracy z opiekunem i innymi współpracownikami działań informacyjnych i promocyjnych. Graficzne projektowanie plakatów i ofert firmy w celu przyciągnięcia większej ilości klientów i lajków na fanpage. Wykorzystanie i doskonalenie pracy w programach ArchiCAD, CorelDRAW, Adobe Photoshop oraz Canva.	
Tydzień 3/ 16.04.- 20.04.2018 r.	12	Prowadzenie formalnej korespondencji i odpowiadanie na zapytania klientów. Wyszukiwanie nowych portali, w których firma mogłaby umieścić swoje oferty.	
Tydzień 4/ 23.04.- 30.04.2018 r.	20	Prowadzenie formalnej korespondencji i odpowiadanie na zapytanie klientów. Zapoznanie się coraz to więcej z różnorodnością rozwiązań w branży. Tworzenie postów na fanpage. Obsługa promocji w sieci.	
Suma godzin	70		
Suma godzin ogółem *	150		
Podpis Opiekuna Stażu	Miejsce, data		

*Dzienny wymiar czasu pracy: minimum 6h - maks. 8h lub podsumować tydzień zgodnie z Kp – system czasowo-zadaniowy

3. Rozwijane kompetencje

Kompetencje nabyte podczas praktyki stażu- Ocena Opiekuna stażysty*

	Kompetencja	Poziom oczekiwany/Poziom uzyskany	Zadania wykonywane przez stażystę/obszar pracy
1	Innowacyjność i elastyczność	3,0 - 4,0	
	Projektowanie i poszukiwanie rozwiązań, Wyszukiwanie informacji, dopasowanie i tworzenie rozwiązań.	4,0	Poszukiwanie nowych rozwiązań, zdobywanie informacji i tworzenie rozwiązań. Porównanie rozwiązań stosowanych przez projektantów z własnymi koncepcjami.
2	Komunikatywność biznesowa	3,0	
	Opracowanie ofert, propozycji, Prowadzenie formalnej korespondencji, formalizowanie ustaleń, podsumowanie ustaleń/ prac dla klienta.	3,0	Projektowanie ofert firmy oraz nowych propozycji. Odpowiadanie na zapytania klientów, wykonawców, wskazywanie możliwych rozwiązań.
3	Orientacja na klienta	2,0 - 3,0	
	Komunikowanie z klientami: Odpowiadanie na zapytania klientów. Tworzenie ofert, zapytań ofertowych i wycen. Dążenie do konsensusu (klient/ wykonawca).	3,0	Ustalanie oczekiwań klientów, dopasowywanie ofert, pomysłów, dopytywanie o oczekiwania dotyczące funkcjonalności oczekiwanych przez klientów. Tworzenie ofert firmy, odpowiadanie na zapytania klientów.
4	Myślenie strategiczne	2,0 - 3,0	
	Kosztorysowanie, opracowanie wycen, Zarządzanie budżetem.	2,5	Zarządzanie budżetem. Kosztorysowanie nakładów przewidzianych na promocje – płatne i płatne koszty reklam w social mediach.
5	ICT	3,0 - 4,0	
	Obsługa programów graficznych i projektowych, Wyszukiwanie informacji, obsługa Social media, platform i wortali specjalistycznych, obsługa programów wspomagających funkcjonowanie podmiotu.	3,5	Praca w programach tj.: Canva, ArchiCAD, CorelDRAW, Adobel Photoshop, Adobe InDesign CC, Microsoft Word.
6	Obliczanie, budżetowanie	2,0 - 3,0	
	Tworzenie harmonogramu prac, zadań. Opracowanie kosztorysów, ofert, propozycji, Wyznaczanie priorytetów, Dążenie do konsensusu (klient/ wykonawca), Negocjowanie, ustalanie.	3,0	Wyznaczenie celu i dążenie do niego oraz dążenie do jedności, doprowadzanie do konsensusu. Przygotowywanie wstępnych wycen.

*Na stronie WWW zamieszczono instrukcję jak oceniać poziom nabytych kompetencji. W tabeli należy wpisać konkretne działania jak np. wycena wystawy, standu targowego, kolekcji itp

5. Rekomendacje rozwojowe dla stażysty/ praktykant

REKOMENDACJA/ OPINIA OPIEKUNA STAŻU

Imię nazwisko
Nazwa podmiotu
Stanowisko/ kontakt
Pani . AKP

posiada następujące umiejętności, które będzie mogła wykorzystywać jako pracownik:

- doskonałe umiejętności prowadzenia Social Media firmy na FB, aktywne pozyskiwanie zdjęć, systematyczne promowanie postów, redagowanie wpisów marketingowych

- umiejętność rozwiązywania konfliktów, umiejętność zmiany kierunku działania pod wpływem wymagań sytuacji, umiejętność obsługi maszyn i urządzeń biurowych, umiejętność wyszukiwania i gromadzenia informacji. (...) Pani Anastazja dobrze organizuje swoją pracę, współpracuje płynnie z przełożonymi. Jest systematyczna i skrupulatna.

Ponadto w codziennej pracy będzie mogła korzystać z umiejętności zawodowych takich jak obsługa programu Adobe, Adobe Photoshp, ArchiCAD, CorelDRAW, Adobe InDesign (...).

Pani Anastazja KP rozwijała następujące kompetencje menedżerskie potrafi tworzyć oferty, uczyła się kompleksowych kalkulacji remontów. Poszukiwała nowe rozwiązania dla firmy w zakresie produktowym.

Jest otwarta na nowe wyzwania i propozycje.

Jej mocne strony, które należy podkreślić to przyjazność, samodzielność oraz odpowiedzialność za powierzone zadania.

Aby w przyszłości mogła prowadzić działalność na własny rachunek proponuję aby zaczęła już podejmować w tym kierunku pierwsze kroki, korzystając z dofinansowania dla bezrobotnych absolwentów.

.....
Podpis Opiekuna Stażu/ Praktyki

Opinia Stażysty na temat udziału w programie stażowym „Przedsiębiorczość dla artystów”

Imię i nazwisko	
Podpis	
Data	

KARTA WYJAZDU STUDYJNEGO

Miejscowość, data

Nazwisko Imię Stażysty/ Praktykanta		
Nr Indeksu/ Albumu		
Wydział / kierunek / Specjalizacja		
Rok studiów/ stopień *		LICENCJAT / SUM/JSM
Adres e-mail		
Telefon		
Data wyjazdu / Miejsce		

32

Część do wypełnienia przez Opiekuna Stażu/ Praktyki

Wyjazd odbył się
Mój główny cel zawodowy Moim głównym celem zawodowym jest zdobycie jak najwyższych umiejętności aby stworzyć własną działalność gospodarczą.
Cel wyjazdu / czego chciałem/-am się dowiedzieć nauczyć
Co uzyskałam/ -em dzięki wyjazdowi Wiedza o czym, z jakiej dziedziny ? Umiejętności jakie ? Inspiracje/ Kontakty na przyszłość: Umiejętności menedżerskie:

.....
Podpis Stażysty/ -ki i data

2. Test przedsiębiorczości

KOMUNIKACJA

1. Zdanie „to mnie przeraża” odnosi się do kategorii:

- a. przeszłość
- b. terażniejszość
- c. przyszłość

2. Wśród złotych zasad konwersacji jest Zasada sposobu. Polega ona na tym, aby:

- a. nie być bardziej szczegółowym, niż jest to wymagane,
- b. unikać wypowiedzi raniących, wieloznacznych, nie interpretowalnych,
- c. bądź bardziej szczegółowy, niż jest to wymagane.

3. W zależności od tego, jaki cel przyświeca rozmowie lub przeważa w danej chwili, występuje komunikat, np. wspierający, który:

- a. traktuje partnera jako osobę, która potrafi samodzielnie rozwiązać problem
- b. poucza, jak druga osoba powinna się zachować
- c. wzbudza poczucie winy

4. Postawa asertywna, to:

- a. to wielokrotne upewnianie się jak działać
- b. konkretne i zdecydowane wyrażanie swoich uczuć, przekonań i myśli
- c. Twarde i dumne informowanie i zdecydowane odmawianie

5. Postawa uległa, to:

- a. brak samodzielności w działaniu
- b. konkretne i zdecydowane wyrażanie swoich uczuć, przekonań i myśli
- c. przesadna duma

6. Jedną z podstawowych zasad asertywności jest stosowanie komunikatów. Komunikat typu JA:

- a. odnosi się do własnych uczuć i zachowania jako reakcji na zachowanie drugiej osoby
- b. informuje o decyzji w przypadku postawienia pytania przez drugą osobę
- c. sugeruje czyjaś winę za zaistniałą niekorzystną sytuację oraz przypisanie sobie prawa do oceny

PRACA Z KLIENTAMI

1. **Jednym z dobrych nawyków związanych z obsługą klienta jest:**
 - a. obiecywanie mniej, dawanie więcej
 - b. nawiązywanie przyjacielskiej relacji z klientem
 - c. posiadanie zawsze przekonującego usprawiedliwienia dla pomyłek

2. **Pytania zamknięte:**
 - a. ograniczają aktywność rozmówcy
 - b. pozwalają uzyskać czyjeś zobowiązanie
 - c. wszystkie powyższe odpowiedzi są prawidłowe

3. **Najsilniejszym czynnikiem motywacji pod warunkiem zaspokojenia wszystkich innych potrzeb wg. Masłowa jest:**
 - a. potrzeba bezpieczeństwa
 - b. potrzeba samorealizacji
 - c. potrzeba uznania

4. **Zaangażowanie to:**
 - a. zaprzyjaźnienie z drugą stroną, doradzanie
 - b. poszukanie informacji, rozwiązania ponad to co zostało ustalone
 - c. przeżywanie realizacji własnego projektu

5. **Jeśli musisz odmówić prośbie klienta**
 - a. Informujesz/ odmawiasz przy wszystkich aby było przejrzyste
 - b. Rozmowę prowadzisz w osobnym miejscu, wyjaśniasz powody swojej odmowy
 - c. Nic nie mówisz, później piszesz e-mail, wyjaśniasz powód odmowy

6. Co jest najważniejsze w obsłudze klienta i współpracy na przyszłość ?

U szereguj od najważniejszego (1) do najmniej ważnego (10) następujące czynniki:

a	Dobra kampania promocyjna usług	
b	Strona internetowa firmy/ projektanta	
c	Gruntowna znajomość usług, jakie oferuje Twoja firma	
d	Otrzymanie referencji i przyrzeczenie polecenia w przyszłości	
e	Łatwe opuszczanie poziomów cen	
f	Elastyczność	
g	Umiejętność przekonywania do własnej wizji	
h	Umiejętność wczucia się w potrzeby funkcjonalne i sytuację klienta	
i	Dobry pierwszy kontakt z klientem i zaczarowanie pomysłami	
j	Umiejętność aktywnego słuchania	

7. Planując ważne spotkanie należy kierować się

- a. Kalendarzem drugiej strony i czasem dojazdu do miejsca spotkania
- b. Swoją kondycją i innymi zadaniami przewidzianymi tego dnia
- c. Godzinami pracy i ważnością tych osób dla mnie

ZARZĄDZANIE, ORGANIZACJA PRACY

1. Menedżer/ka powinien wykonać najtrudniejsze zadania dnia zgodnie z:

- a. regułą najfajniejsze na początku
- b. regułą najtrudniejsze na początku
- c. z regułą delegowania - oddać innym

2. Jak myślisz, dlaczego ważne jest, aby każdy cel miał ustalony termin realizacji?

- a. Żeby było wiadomo, jak mamy mało czasu, aby go zrealizować.
- b. Ponieważ działa to mobilizująco i pozwala zebrać odpowiednie środki do osiągnięcia celu.
- c. Jeśli mamy wiele celów i wszystkie je spisujemy, możemy zorientować się w tym, co mamy robić.

3. Co to jest Zasada Pareto?

- a. mówi że 80% rezultatów jest wynikiem 20% działań
- b. zasada, która mówi, że 80% naszych wysiłków da 20% końcowego efektu
- c. To zasada, która mówi, że istnieje równowaga między wysiłkiem a rezultatem

4. Prokrastynacja to:

- a. akt niepotrzebnego odkładania zadań aż do subiektywnej niechęci do ich wykonania
- b. reguła mówiąca o tym, że czynność będzie trwać tyle ile czasu na nią przeznaczymy
- c. realizacja zadań łatwych zamiast pilnych

5. Język człowieka proaktywnego zawiera m.in. słowa:

- a. muszę, nie da się, kto to wymyślił i po co
- b. podejmuję decyzje, wybieram, robię
- c. zróbcie to tak

6. W zasadzie 60 : 20 : 20 mówiącej o podziale czasu pracy menedżera:

- a. 60 % to czas na zadania pilne i ważne do realizacji danego dnia, 20 % na nagłe pojawiające się sytuacje, 20% na pozostałe zadania przypisane do stanowiska
- b. 60 % to czas na zadania do realizacji danego dnia, 20 % na nagłe pojawiające się sytuacje i 20% na zadania kreatywne
- c. 60 % to czas na do realizacji danego dnia, 20 % na nagłe pojawiające się sytuacje i tzw wrzuty od innych i 20% na zarządzanie.

7. Projektant nie musi

- a. Znać się na pracach wykończeniowych czy produkcji
- b. Szkolić się z zarządzania i kalkulacji
- c. Szkolić się z pozyskiwania funduszy i finansowania inwestycji



8. Co oznacza litera T w skrócie SMART

- a. twórczy
- b. terminowy
- c. towarzyski

9. Burza mózgów jest

- a. Świetną techniką aktywizującą współpracowników
- b. Nie wpływa na podniesienie aktywności współpracowników
- c. Obniża poziom własnej aktywności współpracowników

4. Programy warsztatów uzupełniających program wspierania przedsiębiorczości studentów i absolwentów kierunków artystycznych

A. Akademia Menedżera – warsztaty uzupełniające podstawowe umiejętności menedżerskie

Podczas realizacji warsztatów problem-solving i Przygotowanie do stażu oraz podczas konsultacji w trakcie trwania staży ujawniły się potrzeby wprowadzenia uzupełniających warsztatów podstawowych umiejętności z zakresu komunikowania i negocjacji. Uczestnicy sami wskazali, które zagadnienia są im potrzebne. Na tej podstawie opracowano plany warsztatów uzupełniających. Warsztaty mogą być realizowane równoległe i niezależnie od samych staży.

38

1. WARSZTAT SKUTECZNA KOMUNIKACJA

ŚWIADOMA KOMUNIKACJA MIEDZYLUDZKA, KOMUNIKACJA CELÓW, BUDOWANIE WSPÓŁPRACY
TERMIN: CZAS: 8-16H

CEL WARSZTATU:

Głównym celem szkolenia jest pogłębienie umiejętności efektywnej komunikacji w relacjach stażysta – menedżer; wzmocnienie świadomości pułapek komunikacyjnych oraz zagrożenia dla relacji, dla realizacji podjętych zadań i celów.

Agenda WARSZTATU:

3. WPROWADZENIE DO WARSZTATU

2. KOMUNIKACJA NIBY PROSTE... A JEDNAK POJAWIA SIĘ NIEZROZUMIENIE

3. NARZĘDZIA KOMUNIKACYJNE WSPIERAJĄCE KLAROWNY PRZEKAZ - ĆWICZENIA

4. ANATOMIA KOMUNIKACJI – CZTERY PŁASZCZYZNY wg. Von THUN'a

5. SŁUCHANIE CZWORGEIM USZU

6. WSPIERAJĄCA ROLA KOMUNIKACJI NIEWERBALNEJ - ĆWICZENIA

7. OSOBOWOŚĆ A KOMUNIKACJA

8. PODSUMOWANIE ZAGADNIENÍ

8. INDYWIDUALNY PLAN DZIAŁANIA I KONSULTACJE

- *Indywidualny Plan Działania Przyszłych Menedżerów / IPDM/* wyznaczanie kompetencji do rozwoju podczas praktyki / stażu, również plan uczestnictwa w dodatkowych warsztatach.

2. WARSZTAT ASERTYWNOŚĆ – POWODZENIE W KONTAKTACH BIZNESOWYCH

ZAGADNIENIA POWIĄZANE: ASERTYWNOŚĆ – PRAWIDŁOWE ZROZUMIENIE POJĘCIA.

ASERTYWNOŚĆ A SZACUNEK.

ASERTYWNA KOMUNIKACJA. ASERTYWNOŚĆ JAKO PEWNOŚĆ SIEBIE I SWOICH KOMPETENCJI - BUDOWANIE AUTORYTETU.

CZAS: 8-16 H

CEL WARSZTATU:

Głównym celem szkolenia jest wzmocnienie postawy asertywnej w kontaktach międzyludzkich., wykształcenie w sobie umiejętności autentycznego dbania o własne granice z szacunkiem dla praw

innych ludzi. Szkolenie ma na celu wykształcenie umiejętności jasnego określania własnych kompetencji i doświadczeń, komunikowanie ich z poszanowaniem odczuć innych ludzi.

AGENDA WARSZTATU:

4. WPROWADZENIE DO WARSZTATU

Praca na forum

5. ASERTYWNA/Y TO ZNACZY JAKI?

3. ASERTYWNOŚĆ, CZYLI UMIEJĘTNOŚĆ MÓWIENIA WE WŁASNYM IMIENIU

4. MOJA POSTAWA WOBEC SIEBIE I ŚWIATA – DLACZEGO JEST TAK JAK JEST?

4. SKUTECZNE FUNKCJONOWANIE W OBSZARACH ASERTYWNOŚCI

5. ASERTYWNOŚĆ CZY AROGANCJA? – DBANIE O RELACJE Z INNYMI

6. INDYWIDUALNY PLAN DZIAŁANIA I KONSULTACJE

- *Indywidualny Plan Działania* – co mogę zrobić aby dokonać w sobie zmiany? W jakich okolicznościach jest to możliwe? (praca własna)
- *Indywidualny Plan Działania Przyszłych Menedżerów* wyznaczanie kompetencji lub obszarów pracy do rozwoju podczas praktyki / stażu.

39

3. WARSZTAT BUDOWANIE KULTURY WSPÓŁPRACY W ZESPOLE

ZAGADNIENIA POWIĄZANE: BUDOWANIE ORAZ WZMACNIANIE KULTURY WSPÓŁPRACY, BRANIE NA SIEBIE ODPOWIEDZIALNOŚCI.

ROZWIJANIE KOMPETENCJI „ODWAGA I PODEJMOWANIE RYZYKA”

CZAS: 8-16 H

CEL WARSZTATU:

Głównym celem szkolenia jest zrozumienie i akceptacja swojej własnej roli w systemie „naczyń połączonych” – tj usług złożonych np. projektowych i wykonawczych, zrozumienie wzajemnych zależności oraz wypracowanie skutecznego sposobu/ modelu współpracy, tak, by pozostać w procesie i dbać o powstałe na warsztatach rozwiązania i sposoby postępowania.

AGENDA WARSZTATU:

1. WPROWADZENIE DO WARSZTATU

2. ZNACZENIE WSPÓŁPRACY W SYTUACJI DBAŁOŚCI O WYNIK

3. ODPOWIEDZIALNOŚĆ

4. ANALIZA BLOKAD WE WSPÓŁPRACY PRZYCZYNY I ROZWIĄZANIA

5. KOMUNIKACJA W SYTUACJACH TRUDNYCH

6. WSPÓŁPRACA A OSIĄGANIE CELU – ĆWICZENIE ZESPOŁOWE / Gra / case

7. PODSUMOWANIE ZAGADNIENI

8. INDYWIDUALNY PLAN DZIAŁANIA

- *Indywidualny Plan Działania* – co mogę zrobić dla mojej przyszłej firmy, jakich współpracowników pozyskiwać o jakie kompetencje uzupełnić własną działalność?
- *Indywidualny Plan Działania Przyszłych* wyznaczanie kompetencji do rozwoju podczas praktyki / stażu.
- Ustalenie terminów konsultacji z ekspertem ds. przedsiębiorczości/ Aniołem Przedsiębiorczości/ Mentorem.

ARTYŚCI NA STAŻ!

4. WARSZTAT PODSTAW PROWADZENIA NEGOCJACJI

ZAGADNIENIA POWIĄZANE: ZARZĄDZANIE SOBĄ, SWOIM POTENCJAŁEM I BUDOWANIE AUTORYTETU W PRACY ARTYSTY PROJEKTANTA

CZAS: 8-16H

CEL WARSZTATU:

Głównym celem tej części szkolenia jest poznanie zasad, form i technik prowadzenia negocjacji oraz doskonalenie umiejętności interpersonalnych, które podnosiłyby skuteczność prowadzonych negocjacji.

AGENDA WARSZTATU:

- 1. WPROWADZENIE DO WARSZTATU**
- 2. WSTĘP DO NEGOCJACJI**
- 3. DYNAMIKA PROCESU NEGOCJACYJNEGO**
- 4. ISTOTA I ZASADY SKUTECZNYCH NEGOCJACJI**
- 5. STRATEGIE NEGOCJACYJNE**
- 6. NEGOCJACJE W PRAKTYCE MIKROFIRMY**
- 7. PODSUMOWANIE ZAGADNIEŃ**

- *Indywidualny Plan Działania* – co mogę zrobić dla rozwoju własnych umiejętności na rzecz przyszłej własnej działalności? (praca własna)
- *Indywidualny Plan Działania Przyszłych Menedżerów* - wyznaczenie na tabeli kompetencji wybranych umiejętności do rozwoju podczas praktyki / stażu (tu należy skupić się albo na sferze obsługi klienta lub na sferze współpracy z dostawcami/ wykonawcami).

V. WARSZTATY ROZWIJAJĄCE PRAKTYCZNE UMIEJĘTNOŚCI Z ZAKRESU ORGANIZACJI PRACY, PROWADZENIA DZIAŁAŃ ARTYSTYCZNEJ I JEJ UPOWSZECHNIANIA

W tej części przedstawiamy tematykę warsztatów, które wpisują się w koncepcje Modelu Przedsiębiorczość dla artystów i powstały w wyniku podsumowania testu Przedsiębiorczość dla artystów. Ich celem przewodnim jest zaopatrzenie studentów i absolwentów w praktyczne umiejętności, które pomagają prowadzić własne przedsięwzięcia. Część tych zagadnień może znaleźć odbicie w sylabusach studiów kierunków artystycznych oraz pokrewnych takich jak np. Edukacja artystyczna.

- 1. Organizacja wystaw i pokazów.**
- 2. Przygotowywanie wniosków o granty, rezydencje, wyjazdy studyjne i stypendia artystyczne. Rozliczanie i sprawozdawanie z wyjazdów stypendialnych, studyjnych i badawczych.**
- 3. Promocja i PR przedsięwzięć kulturalnych/artystycznych.**
- 4. Social media menedżer – praktyczna promocja. Tytuł zawodowy: Social Media Menedżer.**
- 5. Marketing kultury i sztuki on-line.**

