|  |  |
| --- | --- |
| **Titlu** | 2.5 Mobilizarea altora |
| **Cuvinte cheie (meta eticheta)** | * Antreprenor * Conducere * Transparență * Cooperare * Casa entuziasmului * Comunicare * Comunicare online * Convingere * Abilitati de negociere. |
| **Limba** | English |
| **Obiective / scopuri / rezultate ale invatarii** | |
| * Conștientizarea principalelor aspecte ale entuziasmului și inspirației * Conștientizarea importanței modului de a convinge grupul țintă * Situația proprie în domeniul entuziasmului este clară * Conștientizarea faptului că o comunicare bine pregătită este foarte importantă pentru a comunica propriile idei în mod clar altora * Comunicarea este importantă pentru a-i determina pe ceilalți să fie interesați și entuziasmați de propriile idei * Cunoașterea secretelor unei bune comunicări * Comunicarea are nevoie de ambele tipuri de sistem: comunicare digitală și personală într-un echilibru * Înțelegeți conceptul și caracteristicile de bază ale persuasiunii * Familiarizați-vă cu procesul de persuasiune * Învață cum să-i convingi în mod eficient pe ceilalți * Conștientizați importanța negocierii | |
| **Cuprins pe scurt** | |
| **2.5.A Convingere prin entuziasm și inspirație**  Astăzi avem o mulțime de antreprenori de succes în lume. Succesul lor se bazează pe entuziasm și inspirație.  Pentru cursant este important să cunoască principalele aspecte ale entuziasmului. Oferim cele mai importante 12 aspecte pentru o bună implementare a acestor subiecte. Un aspect important al unității este de a deveni conștient de propria capacitate de a fi entuziast. Sunt prezentate și efectele entuziasmului asupra unei noi întreprinderi. Ultimul pas al unității este construirea Casei Entuziasmurilor - cu propriile lor obiective, grupuri țintă și activități.  **2.5.B Comunicare: eficientă, orientată spre media și durabilă**  În cadrul acestei unități încercăm să explicăm cele mai importante aspecte ale comunicării de succes ca factor important pentru a-i mobiliza pe ceilalți. O parte a unității sunt sfaturi pe o parte și defecte tipice pe cealaltă parte. Vă explicăm procesul de comunicare și legătura dintre antreprenoriat de succes și comunicare. Un aspect important este și reflexia propriei comunicări.  **2.5.C Convingerea și inspirarea celorlalți în activități de creare de valoare**  În cadrul acestei unități încercăm să explicăm elementele fundamentale ale persuasiunii și modul în care elevul poate folosi convingerea ca mijloc de a inspira și implica pe ceilalți în activitățile lor de creare a valorii. Analiza acestei unități se concentrează pe caracteristicile care caracterizează procesul de convingere, precum și pe pasul pe care elevul trebuie să îl urmeze pentru ca acesta să convingă cu succes o altă parte. | |
| **Intrari de glosar** | |
| **Condamnare**: o credință, o opinie etc.  **Entuziasm**: Cuvântul entuziasm indică un entuziasm  **intens**. Substantivul entuziasm provine din cuvântul grecesc enthousiasmos din enthous, care înseamnă „posedat de un zeu, inspirat”.  **Învățarea pe tot parcursul vieții**: Învățarea pe tot parcursul vieții cuprinde toate activitățile de învățare întreprinse de-a lungul vieții cu scopul de a îmbunătăți cunoștințele, abilitățile și competențele, în perspective personale, civice, sociale sau legate de ocuparea forței de muncă  **Creativitate**: Capacitatea de a face - sau calitatea de a face - lucruri noi prin transcendență, tradiții și practici obișnuite sau gânduri.  **Comunicare**: Procesul de partajare sau schimb de informații care se face din utilizarea limbajului ușor de înțeles a simbolurilor, scrierea, vorbirea și limbile semnelor sunt câteva dintre modurile de comunicare.  **Limbajul corpului**: toate informațiile din timpul unei conversații care nu sunt vizibile: expresii faciale (mimică), mișcarea comportamentului în cameră și altele.  **Inteligența artificială**: un set de teorii și tehnici științifice al căror scop este de a reproduce printr-o mașină capacitățile cognitive ale ființei umane.  **Chatbots**: un chatbot este un program de calculator cu care puteți vorbi. Puteți purta o conversație cu un chatbot utilizând o interfață text sau vocală.  **Persuasiunea**: o formă de influență. Este procesul de ghidare a oamenilor spre adoptarea unui comportament, a unei credințe sau a unei atitudini. Convingerea nu este manipulare sau constrângere și nu include înșelăciunea, forța sau trimiterea ordinelor.  **Persuadat**: individ care este convins de un alt partid.  **Caracterul adecvat**: calitatea de a fi potrivit sau adecvat în circumstanțe, așa cum este definită de fiecare persoană.  **Coerență**: set de acțiuni care sunt în concordanță cu experiența, credința și activitățile de până acum ale unei persoane.  **Eficacitate**: calitatea de a obține un rezultat dorit, deoarece acestea sunt definite de fiecare persoană | |
| **Bibliografie, alte referinte si materiale conexe (i.e. seminar YouTube)** | |
| * Begeisterung finden: <https://www.lebensfreude-begeisterung.de/beigeisterung> * Begeisterung macht den Unterschied: <https://begeisterung.de> * Die zehn Eigenschaften eines erfolgreichen Unternehmens: <https://www.dell.com/learn7de7de7debsoft17sb3607sep12-newsletter-1> * Neue Qualität für Ihre Entscheidungen - Fountain Park: company<https://faehrmannschaft.de/gemeinsam-gehts-stakeholder-engagement-als-wettbewerbsvorteil/whitepaper_stakeholder_engagement/> * Delivering Tomorrow, Deutsche Post AG, Bonn August 2014 * Projektkommunikation die Stakeholder begeistert 24.08.2020 <https://projektmagazin.de/meilenstein/projektmanagement-blog/projektkommunikation-5-leitlinien-stakeholder-begeistern> * <https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-322-83511-6_10> * <https://www.fuer-gruender.de/wiisen/unternehmen-gruenden/aussenauftritt/kommunikation> * <https://www.sputnik-agentur.de/blog/10-dinge-die-sie-tun-koennen-um-ihre-interne-kommunikation-zu-verbessern/> * <https://www.kompetenzzentrum-kommunikation.de/artikel/was-macht-gute-onlinekommunikation-aus-2707/> * <https://interne-kommunikation.net/interne-kommunikation-2019-das-sind-die-top-5-trends/> * <https://www.ik-up-de/blog/interne-kommunikation-diese-trends-solltest-du-kennen> * <https://www.zielbar.de/magazine/bessere-interne-Kommunikation-23585/> * <https://zeitzuleben.de/kommunikation/> * <https://start-green.net/aktuelles/nachrichten/kommunikation-fur-start-ups/> * <https://www.studienkreis.de/deutsch/kommunikation-ueberblick/> * <https://kommunikation-lernen.de/wp-content/uploads/2018/12/Smalltalk-Infografik.png> * <https://www.zeitblueten.com/news/interne-kommunikaton/> * Die 6 PhasenimKommunikationsprozess[www.userlike.com](http://www.userlike.com) * <http://entrecomp.scify.org/skills.html#competence=competence_10> * <https://sbe.org.gr/newsletters/eflashnews/2018_03/EntreComp.pdf> * McCallum, E., Weicht, R., McMullan, L., & Price, A. (2018). EntreComp into action-Get inspired, make it happen: A user guide to the European Entrepreneurship Competence Framework (No. JRC109128). Joint Research Centre (Seville site). * Vengel, A. A. (2010). The Influence Edge: How to Persuade Others to Help You Achieve Your Goals. ReadHowYouWant. com. * Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). EntreComp: The entrepreneurship competence framework. Luxembourg: Publication Office of the European Union, 10, 593884. * O'keefe, D. J. (2015). Persuasion: Theory and research. Sage Publications. * Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: a persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. Academy of Management journal, 52(1), 199-214. * <https://www.dogsmith.com/effectively-persuading-a-collaborative-model/> * de Janasz, S. C., de Pillis, E., & Reardon, K. K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention. Career Development International. * <https://www.skillsyouneed.com/ips/negotiation.html> | |
| **PPT conex** | 2.5 Mobilizarea altora |