|  |  |
| --- | --- |
| **Tytuł** | 2.5 Mobilizowanie innych |
| **Słowa kluczowe (metatag)** | * **Przedsiębiorca** * **Przywództwo** * **Przejrzystość** * **Współpraca** * **Dom entuzjazmu** * **Komunikacja** * **Komunikacja przez Internet** * **Perswazja** * **Umiejętności negocjacyjne.** |
| **Język** | Polski |
| **Cele / cele / efekty uczenia się** | |
| * Świadomość głównych aspektów entuzjazmu i inspiracji * Uświadomienie sobie, jak ważne jest przekonanie grupy docelowej * Sytuacja w dziedzinie entuzjazmu jest jasna * Świadomość, że dobrze przygotowana komunikacja jest bardzo ważna, aby jasno przekazać innym swoje własne pomysły * Komunikacja jest ważna, aby inni byli zainteresowani i podekscytowani własnymi pomysłami * Znajomość sekretów dobrej komunikacji * Komunikacja wymaga obu typów systemu: komunikacji cyfrowej i osobistej w równowadze * Zrozumieć koncepcję i podstawowe cechy perswazji * Zapoznaj się z procesem perswazji * Dowiedz się, jak skutecznie przekonywać innych * Uświadom sobie znaczenie negocjacji | |
| **Spis treści w skrócie** | |
| **2.5 Przekonanie poprzez entuzjazm i inspirację**  Dziś na świecie mamy wielu odnoszących sukcesy przedsiębiorców. Ich sukces opiera się na entuzjazmie i inspiracji.  Dla ucznia ważne jest, aby znać główne aspekty entuzjazmu. Oferujemy 12 najważniejszych aspektów dobrej realizacji tych tematów. Jednym z ważnych aspektów tej jednostki jest uświadomienie sobie własnej zdolności do bycia entuzjastycznym. Przedstawiono również efekty entuzjazmu do nowego przedsięwzięcia. Ostatnim krokiem jednostki jest budowa Domu Entuzjastów - z własnymi celami, grupami docelowymi i działaniami.  **2.5.B Komunikacja: skuteczna, zorientowana na media i trwała**  W ramach tego działu staramy się wyjaśnić najważniejsze aspekty skutecznej komunikacji jako ważny czynnik mobilizujący innych. Część urządzenia to napiwki po jednej stronie i typowe usterki po drugiej stronie. Wyjaśniamy proces komunikacji i związek między udaną przedsiębiorczością a komunikacją. Ważnym aspektem jest także refleksja na temat własnej komunikacji.  **2.5.C Przekonywanie i inspirowanie innych w działaniach tworzących wartość**  W ramach tej części staramy się wyjaśnić podstawy perswazji oraz sposób, w jaki uczący się może używać perswazji jako środka do inspirowania i angażowania innych w działania związane z tworzeniem wartości. Analiza w tym rozdziale skupia się na cechach charakteryzujących proces przekonywania, a także na kroku, jaki uczeń musi wykonać, aby skutecznie przekonać drugą stronę. | |
| **Słowniczek haseł** | |
| **Przekonanie:** ustalone lub mocno zakorzenione przekonanie, opinia itp  **Entuzjazm:** słowo entuzjazm wskazuje na intensywne podniecenie. Entuzjazm rzeczownikowy pochodzi od greckiego słowa enthousiasmos od enthous, oznaczającego „opętany przez boga, natchniony”.  **Uczenie się przez całe życie:** Uczenie się przez całe życie obejmuje wszystkie działania związane z uczeniem się podejmowane przez całe życie w celu poprawy wiedzy, umiejętności i kompetencji z perspektywy osobistej, obywatelskiej, społecznej lub zawodowej  **Kreatywność:** zdolność do robienia - lub jakość tworzenia - nowych rzeczy poprzez przekraczanie tradycji i zwyczajowych praktyk lub myśli.  **Komunikacja:** proces dzielenia się lub wymiany informacji, który opiera się na zrozumiałym języku, używaniu symboli, pisaniu, mówieniu i językach migowych to tylko niektóre ze sposobów komunikacji.  **Mowa ciała:** wszystkie informacje podczas rozmowy, które nie są widoczne: mimika (mimika), zachowanie ruchu w pokoju i inne.  **Sztuczna inteligencja:** zbiór teorii i technik naukowych, których celem jest odtworzenie przez maszynę zdolności poznawczych człowieka.  **Chatboty:** Chatbot to program komputerowy, z którym można rozmawiać. Możesz zaangażować się w rozmowę z chatbotem za pomocą interfejsu tekstowego lub głosowego.  **Perswazja:** forma wpływu. Jest to proces kierowania ludzi do przyjęcia zachowania, przekonania lub postawy. Perswazja nie jest manipulacją ani przymusem i nie obejmuje oszustwa, siły ani wydawania rozkazów.  **Przekonany:** osoba przekonana przez inną stronę.  **Adekwatność:** jakość bycia stosownym lub właściwym w danych okolicznościach, zgodnie z definicją każdej osoby.  **Konsekwencja:** zestaw działań, które są zgodne z dotychczasowym doświadczeniem, przekonaniem i działaniami danej osoby.  **Skuteczność:** jakość dostarczenia pożądanego rezultatu, ponieważ są one definiowane przez każdą osobę. | |
| **Bibliografia, dalsze źródła i powiązane materiały (np. Seminarium 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 Phasen im Kommunikationsprozess [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> | |
| **Powiązane** | 2.5 Mobilizowanie innych |