|  |  |
| --- | --- |
| **Τίτλος** | 2.5 Κινητοποιώντας τους άλλους |
| **Λέξεις κλειδιά (meta tag)** | * **Επιχειρηματίας** * **Ηγεσία** * **Διαφάνεια** * **Συνεργασία** * **Σπίτι του Ενθουσιασμού** * **Επικοινωνία** * **Διαδικτυακή Επικοινωνία** * **Πειθώ** * **Δεξιότητες διαπραγμάτευσης** |
| **Γλώσσα** | Ελληνικά |
| **Στόχοι / μαθησιακά αποτελέσματα** | |
| * Να μάθετε τις κύριες πτυχές του ενθουσιασμού και της έμπνευσης * Να συνειδητοποιήσετε τη σημασία του να πείθετε μια ομάδα-στόχο * Κατανόηση της έννοιας του ενθουσιασμού * Να γνωρίζετε ότι ένα καλά προετοιμασμένο πλάνο επικοινωνίας είναι πολύ σημαντικό για τη σαφή επικοινωνία των ιδεών σας σε άλλους * Η επικοινωνία είναι ένα σημαντικό εργαλείο που θα κάνει τους άλλους να ενδιαφερθούν και να ενθουσιαστούν για τις ιδέες σας * Να μάθετε τα μυστικά της καλής επικοινωνίας * Η αποτελεσματική επικοινωνία είναι αποτέλεσμα της ισορροπίας μεταξύ του διαδικτυακού και του προσωπικού τρόπου επικοινωνίας. * Κατανόηση της έννοιας και τα βασικά χαρακτηριστικά της πειθούς * Εξοικείωση με τη διαδικασία της πειθούς * Να μάθετε πώς να πείσετε αποτελεσματικά τους άλλους * Να μάθετε για τη σημασία της διαπραγμάτευσης | |
| **Περιεχόμενα (εν συντομία)** | |
| **2.5.A Πειθώ μέσω ενθουσιασμού και έμπνευσης**  Σήμερα υπάρχουν πολλοί επιτυχημένοι επιχειρηματίες στον κόσμο. Η επιτυχία τους βασίζεται στον ενθουσιασμό και την έμπνευση.  Για τον μαθητή είναι σημαντικό να γνωρίζει τις κύριες πτυχές του ενθουσιασμού. Προσφέρουμε τις 12 πιο σημαντικές πτυχές του ενθουσιασμού, ώστε να μπορέσει να τον εφαρμόσει αποτελεσματικά σε θέματα επιχειρηματικότητας. Μια μεγάλη πτυχή αυτής της ενότητας είναι να συνειδητοποιήσει ο μαθητής την δυνατότητα του να είναι ενθουσιασμένος (λ.χ. με την ιδέα του). Παρουσιάζονται επίσης τα πιθανά αποτελέσματα του ενθουσιασμού σε μια νέα επιχείρηση. Το τελευταίο κομμάτι της ενότητας είναι η παρουσίαση του «Σπιτιού του Ενθουσιασμού» - καθώς και των στοίχων, των ομάδων-στόχων και των δραστηριοτήτων αυτού του οικοδομήματος.  **2.5.B Επικοινωνία: αποτελεσματική, προσανατολισμένη προς τα μέσα και βιώσιμη**  Σε αυτήν την ενότητα προσπαθούμε να εξηγήσουμε τις πιο σημαντικές πτυχές της επιτυχημένης επικοινωνίας ως σημαντικό παράγοντα για την κινητοποίηση άλλων. Τμήμα της ενότητας είναι αφιερωμένο σε συμβουλές σχετικές με το συγκεκριμένο θέμα, αλλά και σε συχνά σφάλματα που κάνουμε όταν επικοινωνούμε με άλλους. Εξηγούμε τη διαδικασία της επικοινωνίας και τη σύνδεση μεταξύ επιτυχημένης επιχειρηματικότητας και επικοινωνίας. Μια σημαντική πτυχή είναι επίσης η ανάλυση και αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της δικής σας επικοινωνίας.  **2.5.Γ Πείθοντας και εμπνέοντας τους άλλους σε δραστηριότητες που δημιουργούν αξία**  Σε αυτήν την ενότητα προσπαθούμε να εξηγήσουμε τις βασικές αρχές της πειθούς και πώς ο μαθητής μπορεί να χρησιμοποιήσει την πειθώ ως μέσο για να εμπνεύσει και να εμπλέξει άλλους σε δραστηριότητες οι οποίες δημιουργούν αξία. Η ανάλυση αυτής της ενότητας εστιάζει στα χαρακτηριστικά της διαδικασίας της πειθούς, καθώς και στα βήματα που πρέπει να ακολουθήσει ο μαθητής για να πείσει με επιτυχία ένα άλλο άτομο. | |
| **Καταχωρήσεις στο γλωσσάρι** | |
| **Πεποίθηση:** Μια συγκεκριμένη ή απαράλλαχτη πεποίθηση, γνώμη κ.λπ.  **Ενθουσιασμός:** Η λέξη ενθουσιασμός υποδηλώνει την ύπαρξη μεγάλης ψυχικής διάθεσης που συνοδεύεται από εκδηλώσεις χαράς. Το ουσιαστικό αυτό προέρχεται από το ελληνικό επίθετο «Ένθους» (εν+θεός), που σημαίνει «κατοχή θεού, εμπνευσμένος».  **Δια βίου μάθηση:** Η δια βίου μάθηση περιλαμβάνει όλες τις μαθησιακές/ εκπαιδευτικές δραστηριότητες που αναλαμβάνονται καθ’όλη τη διάρκεια της ζωής με στόχο τη βελτίωση της γνώσης, των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων, σε ένα προσωπικό, πολιτικό, κοινωνικό ή εργασιακό πλαίσιο.  **Δημιουργικότητα:** Η ικανότητα δημιουργίας - ή η δεξιότητα της δημιουργίας - νέων πραγμάτων υπερβαίνοντας, παραδόσεις και συνήθεις πρακτικές ή τρόπους σκέψης.  **Επικοινωνία:** Η διαδικασία κοινής χρήσης ή ανταλλαγής πληροφοριών που γίνεται μέσω της κατανοητής χρήσης γλωσσών, συμβόλων, γραφής, ομιλίας και νοηματικής γλώσσας. Τα προαναφερθέντα είναι μερικοί από τους πιο συνηθισμένους τρόπους επικοινωνίας.  **Γλώσσα του σώματος:** όλες οι πληροφορίες κατά τη διάρκεια μιας συνομιλίας που δεν είναι ορατές: εκφράσεις του προσώπου (μίμηση), τρόπος κίνησης στο δωμάτιο και άλλα.  **Τεχνητή νοημοσύνη:** Ένα σύνολο θεωρητικών και τεχνικών επιστημών των οποίων ο σκοπός είναι να αναπαράγουν μέσω μιας μηχανής τις γνωστικές ικανότητες του ανθρώπου.  **Chatbots:** Το chatbot είναι ένα πρόγραμμα υπολογιστή με το οποίο μπορείτε να συνομιλήσετε. Μπορείτε να ξεκινήσετε μια συνομιλία με ένα chatbot χρησιμοποιώντας είτε κάποιο κείμενο ή την φωνή σας.  **Πειθώ:** μια μορφή επιρροής. Είναι η διαδικασία καθοδήγησης των ανθρώπων προς την υιοθέτηση μιας συμπεριφοράς, μιας πεποίθησης ή μιας στάσης. Η πειθώ δεν είναι χειραγώγηση ή εξαναγκασμός και δεν περιλαμβάνει την εξαπάτηση, ή τη βία.  **Πεπεισμένος:** άτομο που πείστηκε από ένα άλλο άτομο.  **Καταλληλότητα:** η ποιότητα του να είναι κάτι κατάλληλο σύμφωνα με τις περιστάσεις, όπως αυτές ορίζονται από κάθε άτομο.  **Συνοχή:** σύνολο δράσεων που είναι σύμφωνες με την μέχρι τώρα εμπειρία, την πίστη και τις δραστηριότητες ενός ατόμου.  **Αποτελεσματικότητα:** η ποιότητα της επίτευξης ενός επιθυμητού αποτελέσματος, όπως αυτό ορίζεται από κάθε άτομο. | |
| **Βιβλιογραφία, περαιτέρω αναφορές και σχετικό υλικό (δηλ. YouTube seminary)** | |
| * 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> | |
| **Σχετική Παρουσίαση** | 2.5 Κινητοποιώντας τους άλλους |