



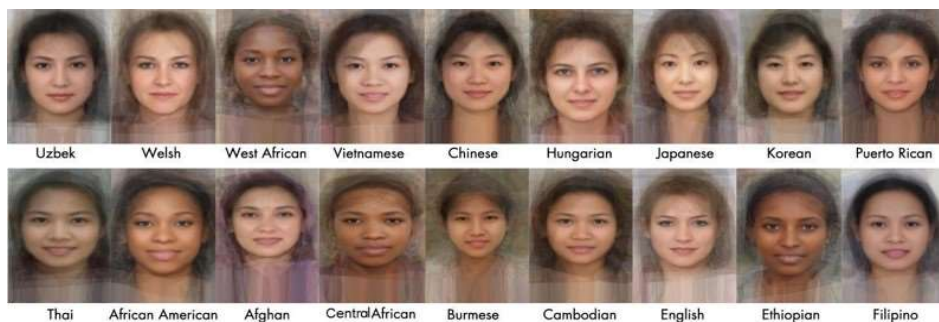
Erasmus+

e

Ondersteuning van de integratie van recent gearriveerde
migrantenvrouwen het ontwikkelen van een ondernemende competentie



Trainingsmaterialen



Intellectueel product	IO2
Datum van de laatste aanpassing	Maart 2021

Ontwikkelaars



Disclaimer

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

INHOUD

Introductie	5
Modules	7
Zelfmanagement/visie	7
Theorie	9
Oefeningen.....	19
Creativiteit.....	27
Theorie	28
Oefeningen.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Cultureel bewustzijn	15
Theorie	17
Oefeningen.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Initiatief.....	28
Theorie	29
Oefeningen.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Loopbaanbewustzijn voor migranten vrouwen	2
Theorie	3
Oefeningen.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Vertrouwen	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Theorie	19
Oefeningen.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Digitale vaardigheden	35
Theorie	36
Oefeningen.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Marketing.....	44
Theorie	46
Oefeningen.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Communicatie.....	7

Theorie	8
Oefeningen.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Veerkracht.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Theorie	18
Oefeningen.....	29
Planning/management	34
Theorie	35
Oefeningen.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Inzicht in de klanten	51
Theorie	53
Oefeningen.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Referenties.....	69

INTRODUCTIE

De partners van het WeCan project hebben al vele jaren in verschillende Initiatieven samengewerkt in projecten rondom de integratie van immigranten waaronder laagopgeleide vrouwen. Met de opgedane ervaring is het nu trainingsmateriaal op het gebied van ondernemerscompetentie voor vrouwen gemaakt. Voorafgaand zijn de voornaamste behoeften van de doelgroep bestudeerd en geanalyseerd. Overeenkomstig de resultaten van het onderzoek, de interviews en de workshops met migranten vrouwen, en op basis van resultaten van eerdere projecten komen we tot de volgende aanpak: de doelgroep gericht laten werken met praktische onderwerpen en concrete taken waarin de ondernemende houding centraal staat. Een aanpak die als zodanig makkelijk inpasbaar is in bestaand aanbod. Onderwerpen voor de verschillende trainingsmodules zijn gekozen op basis van:

- Resultaten van de workshops en interviews met migranten vrouwen;
- Het Europese model voor ondernemerschap competentie
- Resultaten van een eerder project van de partners (IGMA Femina, ARISE, SEESI, ARIVE)

Het doel van de trainingsmaterialen is het ontwikkelen van een ondernemende houding, vaardigheden en initiatief. De materialen bestaan uit theoretische informatie en praktische oefeningen. Het wordt aanbevolen om met het trainingsmateriaal te werken onder begeleiding. Veel van de oefeningen kunnen ook digitaal gemaakt worden.

Waarschuwing: materiaal en oefeningen zijn echter niet altijd geschikt voor laagopgeleiden. Het materiaal ende gekozen aanpak kan als zódanig wel een bron van inspiratie zijn door er een eigen aangepaste invulling aan te geven.

MODULES

ZELFMANAGEMENT/VISIE

Leeropbrengsten

- In staat zijn om gezamenlijk ondernemers ideeën te bedenken die ook voor migranten vrouwen relevant zijn.
- In staat zijn om gezamenlijk de benodigdheden voor een wijkactiviteit te regelen en deze ook succesvol te organiseren.
- In staat zijn om de activiteit te evalueren en van elke genomen stap ook van de uitkomst te leren.
- Verbeteren van eigen mogelijkheden om doelen en prioriteiten te benoemen en te behalen.

Vereiste kennis

- Begrijpen van het concept en de rol van planning en het stellen van meetbare doelen in het leven en in het ondernemerschap.
- De basisvaardigheden van zelfmanagement kennen.
- Kennis op doen over basale methoden en tools om problemen op te lossen bij project management en in het dagelijks leven.

Vaardigheden

- Toepassen van organisatievaardigheden op tijd, fysieke ruimte, inzet, en mentale vaardigheden om te komen tot een goed resultaat en het eigen functioneren te verbeteren.
- Verschillende methodes toepassen om stress te voorkomen wanneer er deadlines gehaald moeten worden of zich andere moeilijke situaties voordoen.
- Toepassen van verschillende methodes van zelfmotivatie.
- Evalueren van eigen vooruitgang.

Competentie

- Waarderen van ideeën.
- Bezitten van doorzettingsvermogen
- Zelfbewustzijn
- Mobiliseren van bronnen
- Omgaan met risico's
- Initiatief tonen.
- Plannen/managen.
- In een team werken.

“Zelfmanagement” verwijst naar de mogelijkheid om je productiviteit te verhogen, om uit je aanwezigheid op werkplek meer te halen en om efficiënt gestelde doelen te behalen. Het verbeteren van zelfmanagement vaardigheden kan migranten vrouwen helpen om barrières te slechten en hun kansen op werk en op een carrière te verbeteren, zoals uit desk research en workshops in deel IO1 is gebleken. Met zelfmanagement vaardigheden kunnen deze vrouwen zelfstandig doelen stellen en initiatief nemen om deze te behalen. Dit trainingsmateriaal focust op het ontwikkelen van basisvaardigheden van zelfmanagement.

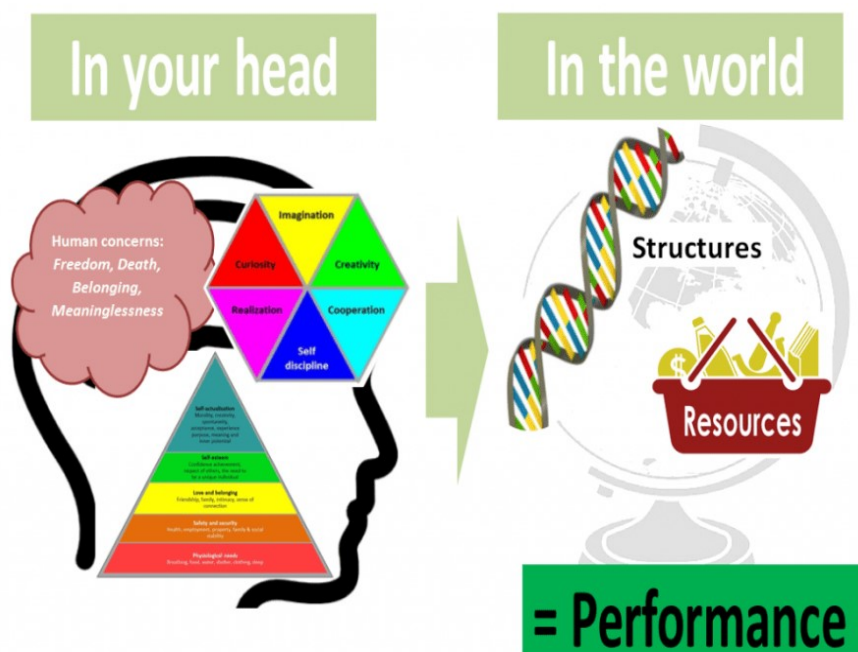
THEORIE

“Zij die zichzelf kennen – hun krachten, hun waarden en hoe ze het beste kunnen optreden zullen in deze kenniseconomie succes hebben.”

Peter F. Drucker

WAT IS ZELFMANAGEMENT?

Bij “zelfmanagement” denken we meestal aan zelfdiscipline en het managen van al onze innerlijke drijfveren om met moeilijke situaties om te kunnen gaan en veerkrachtig te zijn. Maar wat is zelfmanagement echt en op welke wijzen kunnen we het versterken?



This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-SA-NC](#).

“Zelfmanagement” is de bekwaamheid om onze productiviteit te maximaliseren, onze productie op de werkplaats (en in ons leven) te verbeteren en professionele doelen te bereiken.

Verbeteren van zelfmanagement vaardigheden kan:

- Iemand helpen om zijn kansen op werk te vergroten en beter zijn carrière pad te bewandelen
- Iemand helpen om zijn gedachtes, gevoelens en acties te controleren
- Iemand in staat stellen om onafhankelijk doelen te stellen en het initiatief te nemen om deze te bereiken
- Iemand helpen om beter te begrijpen hoe iemand zijn gedrag controleert¹
- Behulpzaam zijn bij het carrière pad van iemand
- Er mede voor zorg dragen dat iemand naar mogelijkheden zoekt voor kansen om dichterbij zijn/haar doelen te komen

WAAROM IS ZELFMANAGEMENT BELANGRIJK?

Zelfmanagement vaardigheden spelen een cruciale rol in zowel het persoonlijke als beroepsleven van een individu omdat:

- het gaat over het nemen van de juiste beslissingen – en dat kan zowel om een emotionele als een professionele beslissing gaan.
- Het helpt je om verantwoordelijkheid te nemen over je activiteiten en je werk goed te doen.
- Het is een combinatie van allerlei soorten van soft skills.
- Zijn essentieel voor alle levensgebieden



THEORIEËN

Het concept van “zelfmanagement” refereert impliciet aan autonomie en zelfwerkzaamheid ² in zowel de persoonlijke als de professionele sfeer. Zelfmanagement als competentie draagt bij aan empowerment en daarom is

¹ Loureiro, N., Taveira, M. D. C., & Faria, L. (2013). Career intervention for selfmanagement and entrepreneurship.

² Bandura, A. (2000) Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness, in E.A. Locke (ed.), The Blackwell handbook of principles of organizational behaviour (pp. 120-136). Oxford: Blackwell.

deze competentie van veel waarde bij het bevorderen van autonomie³ en het sterker maken van kwetsbare groepen zoals migranten vrouwen.

Zelfmanagement is verbonden met een aantal strategieën zoals zelf-beloning, zelf-straffen en zelf-monitoring die een person gebruikt om zijn/haar gedrag te verbeteren door persoonlijke doelen te stellen en eigen gedrag en gevolgen te bekijken⁴. Volgens de zelfmanagement theorie, zijn leiders succesvol als zij een goede balans kunnen vinden tussen verschillende rollen en gedrag door doelen te stellen, te evalueren en prioriteiten te stellen.

DRIE ZELFMANAGEMENT THEORIEËN

De “Self-Regulation Theory” of “Common Sense Model”; de “Social Cognitive Theory”; en de “Theory of Planned Behaviour”. Deze teksten zijn niet geheel vertaald omdat ze voor de doelgroep niet relevant zijn maar als achtergrond informatie voor de trainer / begeleider wellicht.

1. The Self-Regulation or Common Sense Model:

The Self-Regulation Model, of Common Sense Model (CSM), beschrijft hoe een individu er in slaagt om zijn/haar zwakheden te begrijpen en hoe hij/zij strategieën ontwikkelt om om te gaan met moeilijke situaties. Volgens deze theorie, opereert de persoon als een “actieve probleem-oplosser” en het benadrukt de rol van zowel cognitieve als emotionele processen bij het beïnvloeden van percepties en strategieën, inclusief zelfmanagement gedragingen⁵. The CSM onderscheidt drie fases: representatie, om gaan met en beoordeling.

³ Gard,j., Baltes, G.H, Wehle, D. & Katzy, B. (2013) An Integrating Model of Autonomy in Corporate Entrepreneurship. International ICE Conference on Engineering, Technology and Innovation At: The Hague Volume: 19. DOI: 10.1109/ITMC.2013.7352658

⁴ Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2013). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. Journal of small business and enterprise development.

⁵ Leventhal, H., Leventhal, E.A. and Cameron, L. (2001) Representations, procedures, and affect in illness self-regulation: a perceptual-cognitive model, in A. Baum, T.A. Revenson & J.E. Singer (eds.), Handbook of health psychology (pp. 19-47). Mahwah, NJ: Erlbaum.

2. The Social Cognitive Theory:

Social Cognitive Theory⁶ supports that behaviour is influenced directly by goals and self-efficacy expectations and indirectly by self-efficacy, outcome expectations and socio-structural factors. The theory distinguishes between different kinds of outcome expectations. Social outcome expectations might include anticipated approval or disapproval from one's partner, whereas self-evaluative outcome expectations refer to anticipated feelings arising from internal standards such as pride in having achieved a change in one's behaviour. According to Bandura (1997), there are several ways of enhancing self-efficacy. These include: mastery experiences, in which the person gains confidence by achieving a modest goal; observation of someone similar to themselves successfully performing a behaviour, known as modelling or vicarious learning; and verbal persuasion.

3. The Theory of Planned Behaviour:

According to the Theory of Planned Behaviour, the way that a person acts is determined by his/her strength of intention to perform that behaviour and the percentage of control that a person has over performing the behaviour. Perceived behavioural control, similar to Bandura's construct of self-efficacy, refers to the person's perceptions of their ability to perform the behaviour and is assumed to reflect actual behavioural control more or less accurately⁷. The strength of a person's intention is determined by three factors: their attitude towards the behaviour, that is, their overall evaluation of performing the behaviour; their subjective norm, that is, the extent to which they think that important others would want them to perform it; and their perceived behavioural control. Attitude, subjective norm and perceived behavioural control are each held to be determined by sets of salient (also called accessible) beliefs about the behaviour, that is, beliefs that are "top of the mind" and most likely to be elicited in response to open-ended questions such as "What would be the advantages for you of performing behaviour X?"

⁶ Bandura, A. (1986) Social foundations of thought and action: a social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

⁷ Bandura, A. (1986) Social foundations of thought and action: a social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

In het algemeen gedragstheorieën wijzen naar factoren die meen dient te veranderen om een bepaald gedrag te kunnen vertonen.

Onthoud

Hou van jezelf, omdat niemand anders dat zal doen in jouw plaats. Doe oefeningen, eet goed en natuurlijk, slaap 8 uren per dag. Als je in harmonie met jezelf leeft, lijken alle slechte dingen een kleinigheid.

Belangrijkste Zelfmanagement vaardigheden

- Organisatie vaardigheden aangaande tijd, fysieke ruimte, energie en mentale capaciteiten om orde te bewerkstelligen en functionaliteit te verbeteren.
- Zelfmotivatie.
- Evaluatie van de vooruitgang.
- Zelf-empowerment.
- Stress management.
- Time management.
- Probleem-oplossend vermogen.
- Besluiten nemen.
- Vertrouwen.
- zelfbescherming.

Self-Management Skills and Tips

Stress management

- exercise your body;
- enjoy yourself, rest yourself as regularly as possible;
- go to vacations and holidays with the people you love;
- take walks in nature;
- do hobbies.



Self-motivation

- find and list your motives (needs and desires);
- find different sources of motivation and inspiration (music, books, activities);
- think expansive thoughts;
- live fully in the present moment;
- dare to have big dreams;
- dream often – every day;
- remember that nothing is impossible.



Self confidence

- get rid of the negative thoughts in your head;
- think positively;
- be happy with small things;
- do not forget to tell yourself that you are smart and intelligent;
- chat with positive people;



Time management and organization skills

- set and prioritize your goals
- create a schedule;
- make lists of tasks;
- use different optimization tools
- break large tasks into smaller tasks.



Have a healthy lifestyle and a balanced diet

Healthy eating and physical activities are extremely important when it comes to increasing your mind and body power

1. Reflectie

Positieve gesprekken met jezelf zijn nuttig om te voorkomen dat je in negatieve gedachten blijft hangen.

Enkele vaak voorkomende fouten:

- Als we reflecteren op ons handelen in het verleden dan focussen we vaak op negatieve aspecten en de fouten die we hebben gemaakt en niet op het vinden van manieren om zaken te verbeteren.
- Als we reflecteren over ons handelen in het verleden dan focussen we vaak op negatieve aspecten en niet op datgene dat goed ging.
- Als we reflecteren over ons handelen in het verleden dan focussen we vaak op de emoties die we voelen en niet op hoe wij deze acties ook kunnen evalueren om het maken van dezelfde fouten in de toekomst te voorkomen.

Enkele tips om obstakels te voorkomen:

Je kunt vriendelijke woorden gebruiken om jezelf te herbevestigen en negatieve gedachten tegen te gaan zoals:

- “Alles-of-niets” gedachten:
Wanneer je een gebeurtenis als een complete mislukking beschouwt als het minder is dan perfect. Een symptoom is het gebruik van “altijd” en “nooit” verklaringen.
- “Zou” verklaringen:
Waarbij je jezelf dwarszit met schuldgevoelens over het verleden

Voorkom dat jij jezelf of anderen onterecht de schuld geeft voor problematische situaties.

2. Test van de realiteit

Je kunt een realiteitscheck uitvoeren. Dit betekent dat je buiten je oorspronkelijke emotionele reactie moet treden en meer perspectief krijgen op problemen. Dit kan verschillende vormen aannemen, afhankelijk van je emotie.

Enkele veel voorkomende fouten:

- Wij bekijken meestal een situatie alleen vanuit ons eigen perspectief .
- Wij herkennen meestal niet onze emoties en de oorzaken hiervan.
- Wij bekijken problemen meestal niet op een reële basis.

Enkele tips om moeilijkheden te overwinnen:

- Een ander denkkader is waardevol om woede te verslaan. Probeer de situatie vanuit een ander perspectief te bekijken.
- Logisch nadenken is waardevol om te grote bezorgdheid te bestrijden. Stop met irrationele gedachten dat het slechts mogelijke ook daadwerkelijk zal gebeuren.
- Zoek perspectief want dat is nuttig om droefheid en verdriet te bestrijden. Je probeert de situatie in een nieuw positief licht te zien, door jezelf af te vragen wat je hebt gewonnen/geleerd door de teleurstelling of het verlies.

3. Verandering van omgeving/taak

Het is belangrijk voor je mentale en fysieke welzijn dat er een afwisseling is van opwindende en rustige activiteiten. Afwisseling is goed tegen stress en voorkomt emotionele ineenstorting. Sommige negatieve emoties vragen specifieke activiteiten om hen te “verslaan”. Boosheid vraagt om verzachtende activiteiten terwijl bij droefheid meer energieke activiteiten om haar plaats zijn.

Enkele vaak voorkomende fouten:

- Wij bijten ons meestal vast in iets ook als we voelen dat er geen oplossing mogelijk is
- Wij geven vaak antwoord als we boos zijn en hierdoor komen we in de problemen
- Wij nemen vaak teveel verplichtingen op ons zonder de noodzakelijke tijd te nemen om zelf uit te rusten of te relaxen.

- Enkele tips om problemen te overwinnen:

Maak tijd vrij voor jezelf. Je kunt:

- Een goede film bekijken of een inspirerend boek lezen .
- Breng tijd door met een vriend die je aan het lachen maakt.
- Doe aan lichaamsbeweging door dans, sport, of maak een wandeling.

- Breng tijd door in de mooie natuur .
- Luister naar muziek .
- Besteed tijd aan een hobby.

4. Uiten

Wanneer je boos bent op iemand dan is het goed je gevoelens te uiten in plaats van deze te onderdrukken. Maar je moet er wel op letten hoe je dit doet zodat je niets zegt waar je later spijt van hebt.

Enkele veelvoorkomende fouten:

- Als we boos zijn nemen we geen tijd voor een afkoelmoment.
- Als we ons boos of verdrietig voelen, herkennen we vaak niet ons gevoel en de redenen daarvoor.
- Als we in een moeilijke situatie zitten dan zijn we vaak niet bereid het op te lossen.
- Soms tonen we onze emoties aan personen die niet onze vrienden zijn.

Enkele tips om problemen te voorkomen :

- Neem als je boos bent een afkoelmoment zodat als je iemand spreekt je weer helder bent.
- Schrijf in een brief gedetailleerd je klachten op maar verzend deze niet. Simpel het op papier zetten hoe je je voelt lucht al op.
- Speel met een vriend een rollenspel om je voor te bereiden op situaties die zich voor kunnen doen.

Graaf niet te diep in je emoties als je met een ander persoon praat. Zeker op de werkplek is dat vaak niet zo goed.

5. Gebruik van humor

Lachen kan negatieve gevoelens zoals angst, droefheid of boosheid laten verdwijnen. Maar voorkom dat je humor op een verkeerde manier gebruikt. Dan kan het namelijk het probleem erger maken.

Enkele veel voorkomende fouten:

Gebruik van ongepaste humor, die:

- Anderen kleineert of belachelijk maakt.
- Cynisch, agressief, scherp of sarcastisch is
- Bedoelt is om ware gevoelens te bedekken
- Breuken tussen mensen veroorzaakt
- Relaties verzwakt

Enkele tips om problemen te voorkomen:

Gebruik juist humor die:

- de stemming verlicht
- niemand aanvalt
- dingen in perspectief plaatst
- je helpt bestand te zijn tegen slechte situaties
- mensen verbind .
- relaties versterkt .

Tips voor effectief Zelfmanagement van Daniel Linman (2011)

- Maak een to-do lijst
- Maak een prioriteiten lijst
- Ben flexibel
- Creëer tijd voor jezelf
- Blijf altijd positief

OEFENINGEN

Oefening 1	<i>Video Review</i>
Leerdoel:	Om het concept “zelfmanagement” te begrijpen aan de hand van een audiovisueel medium.
Duur:	1-2 uren.
Beschrijving van de procedure:	De leerling kiest 1 of meer video’s van YouTube van de onderstaande ijst en bekijkt deze en reflecteert er op.
Ondersteunende materialen: (Literatuur referenties, bruikbare links, video’s, PowerPoints etc.)	Titels van geselecteerde video’s en relevante links: ZELFMANAGEMENT: Modern Positive Psychology & Ancient Wisdom by Swami Sarvapriyanandaji (https://youtu.be/5aSK5PdETAI). • Five Key Processes of Zelfmanagement (https://youtu.be/7iu8ECL8n48). • The Secret to Self-control Jonathan Bricker TEDxRainier (https://youtu.be/tTb3d5cjSFI). • Let's Talk about Zelfmanagement (https://youtu.be/XjdvqFZkdMM). • Other.

Oefening 2

Literatuur Analyse

Leerdoel:	Kennis over “zelfmanagement” vergroten
Duur:	8-40 uur (afhankelijk van het aantal boeken).
Beschrijving van de Procedure:	De leerling kiest 1 of meerdere boeken uit de suggesties om zijn/haar kennis over het concept van “zelfmanagement” te vergroten.

Ondersteunende materialen:

(Literatuur verwijzingen, bruikbare websites, video's, PowerPoints, etc.)

Suggesties:

- Daniel Linman, 2011. Essential Zelfmanagement Skills for Employees: How to Be Productive at Workplace. ([Zelfmanagement Skills for Employees to Be Productive at Workplace \(mymanagementguide.com\)](http://mymanagementguide.com)) (accessed December 7, 2020).
- Greene, P. G., Hart, M. M., Gatewood, E. J., Brush, C. G., & Carter, N. M. (2003). Women entrepreneurs: Moving front and center: An overview of research and theory. Coleman White Paper Series, 3(1), 1-47.
- [Managing Oneself \(hbr.org\)](http://hbr.org) (Managing oneself).
- N., Pam M.S., "ZELFMANAGEMENT," in <https://psychologydictionary.org/zelfmanagement/> (bekeken op December 7, 2020).
- H., Qusay 2007. Cognitive Networks: Towards Self-Aware Networks Mahmoud, Wiley-Interscience, ISBN: 9780470061961 (available at [The Vision and Challenges of Zelfmanagement - Cognitive Networks: Towards Self-Aware Networks \[Book\] \(oreilly.com\)](http://TheVisionandChallengesofZelfmanagement-CognitiveNetworks:TowardsSelf-AwareNetworks[Book](oreilly.com))).
- [Self management Skills | List, Definition, Tips & Techniques \(businessphrases.net\)](http://businessphrases.net) Business Phrases.Net, Powerfully Effective Business Skills and Software that Make a Difference.
- [self management: a vision of the future? - part one - People Puzzles Ltd](http://PeoplePuzzlesLtd) (People Puzzles).
- [What is Personal Effectiveness & Self management? \(habitsforwellbeing.com\)](http://habitsforwellbeing.com) (Habits for Wellbeing).
-

Oefening 3

Case Studie

Leerdoel:	Op een zodanige wijze met emoties omgaan dat die niet alleen de leerling maar het gehele team ten goede komt.
Duur:	1 uur.
Beschrijving van de procedure:	De leerling staat voor een uitdaging (zie hieronder). Hij/zij moet deze bespreken met haar buurman/-vrouw of opschrijven als hij/zij alleen is.: i. Wat zou je anders gedaan kunnen hebben ii. Hoe zelfbewustzijn er voor kan zorgen dat het probleem zich niet voordoet. iii. Welk probleem doet zich voor vanwege een gebrek aan zelfbewustzijn iv. Hoe het gebrek aan zelfbewustzijn een team kan beïnvloeden. De uitdaging: Er gaat iets flink mis in een belangrijk project. De manager is heel erg boos en wijst een medewerker als de schuldige aan ten overstaan van het gehele team. Gelet op de situatie is de boosheid van de manager begrijpelijk. Maar de manager beseft niet dat de wijze waarop hij optreedt niet alleen invloed heeft op betreffende werknemer maar een negatief effect heeft op allen die er bij aanwezig zijn. De manager denkt dat de totale productie zal verbeteren door deze medewerker zo openlijk een reprimande te geven.
Ondersteunende materialen: (Literatuur, bruikbare links,	De oplossing: Deze situatie schreeuwt om meer zelfbewustzijn, in het bijzonder om een zelfbewustzijnsstrategie: "Observe the Ripple Effect of Your Emotions". Emoties kunnen sterk zijn en kunnen eenvoudig onze stemming en die van hen om

video's,
PowerPoints etc.)

ons heen beïnvloeden. Het is essentieel om onze emoties onder controle te houden door hun effecten te observeren, vooral als we in een team werken. In stressvolle omstandigheden zoals hierboven beschreven is zelfbewustzijn van zeer groot belang.

Het gebruik van emoties is natuurlijk en nuttig; via onze emoties zenden we belangrijke boodschappen uit. Maar als we toestaan dat onze emoties de overhand krijgen dan vormen zij een sta in de weg voor het goed overbrengen van onze boodschap. Niemand voelt zich comfortabel als een teamgenoot wordt vernederd en ook willen ze zelf niet het volgende doelwit van de manager zijn. Afhankelijk van de wijze waarop deze situatie wordt opgelost is er een goede kans dat als er iets verkeerd gaat bij het volgende project dat de teamleden dan minder gaan doen in plaats van pro-actief te zijn om zo problemen te voorkomen.

Als dit gebeurt dan zorgt dit er niet voor dat je team zich veilig voelt. Het zal de moraal en de productiviteit negatief beïnvloeden. Individuen worden aangemoedigd om hun emotionele reacties te observeren - het verstorende effect en te werken aan andere wijze van communiceren om te komen tot positieve effecten voor eenieder. Als je eenmaal begrijpt hoe je emoties van invloed zijn dan zal het team aanmerkelijke verbeteringen laten zien in moreel opzicht en qua productiviteit. En dit zal op lange termijn bijdragen aan een vertrouwenwekkende teamomgeving.

Bron:

<https://www.marshallconnects.com/site/corporate-growth-news/2017/02/10/case-study-2-self-awareness-observing-ripple-effect>.

Oefening: 4*Gebruik je eigen lichaamsmeditatie***Leerdoel:**

Leren stoppen met denken en doen en eerst te luisteren naar je innerlijk.

Duur:

1-30 minuten per dag (de leerling kan elke dag een beetje langer deze oefening doen)

Beschrijving van de procedure:**Meditatie:**

Voor een succesvolle zoektocht naar zelfbewustzijn is het nodig dat je een tijdje stopt met denken en doen om eerst te luisteren naar je innerlijk. Door het hectische leven ervaren veel mensen stress en vermoeidheid die leidt tot frustratie. Dit kan een negatief effect hebben op je algehele gezondheid.

Meditatie is een prima mogelijkheid voor de leerling om zijn/haar gedachten te kalmeren en meer gefocust te raken. Meditatie kan de leerling ook helpen een beter begrip te krijgen van zijn/haar gedachten en hem/haar helpen om de gedachten te wijzigen van negatief naar positief. Achter je laten van negatieve gedachten en ze omvormen in constructieve ideeën is een belangrijk doel bij meditatie. Deze oefening kan er toe bijdragen dat de leerling zich de hele dag beter voelt en niet slechts de paar minuten die hij/zij neemt om te mediteren.

Werkwijze: zie de links hieronder

Ondersteunende materialen: (Literatuur Referenties, bruikbare Links, Videos, PPTs etc.)

Bruikbare links over meditatie:

https://www.rabbitair.com/blogs/air-purifier/14845977-getting-started-with-meditation?msclkid=00d46891d8c71e4eaad208a7c5fa75ad&utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=Search%20-%20Dynamic%20-%20%20US%20CAD&utm_term=rabbitair&utm_content=All%20Webpages.

Links naar begeleidende Meditatie Video's:

- 1 minuut:
<https://www.youtube.com/watch?v=F7PxEy5IyV4>.
- 5 minuten:
<https://www.youtube.com/watch?v=inpok4MKVLM>.
- 10 minuten:
<https://www.youtube.com/watch?v=ez3GgRqhNvA>.
- 20 minuten:
<https://www.youtube.com/watch?v=-2zdUXve6fQ>.
- 30 minuten:
<https://www.youtube.com/watch?v=l7h2H16nvYQ>.

Oefening: 5

Doe een Psychometrische/Persoonlijkheidstest

Leerdoel:

Meer te leren over jezelf.

Duur:

5-20 minuten (om de vragen te beantwoorden) .

Beschrijving van de procedure:	De leerling beantwoordt 60 vragen die betrekking hebben op zijn/haar persoonlijkheid. Op het einde van de test worden de resultaten getoond van de verschillende karakteristieken van zijn/haar persoonlijkheid.
Ondersteunende materialen: (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, video, PPT, etc)	Link naar de test: https://similarminds.com/jung.html .

CREATIVITEIT

Belangrijkste leerdoelen

- In staat om collectief ideeën naar voren te brengen die nuttig zijn voor de lokale gemeenschap en ze op hun potentie testen.
- In staat om onconventionele ideeën te bedenken. Afwijkend van het traditionele denken.
- In staat zijn om individueel en collectief creatief te denken.
- In staat zijn om uitweg te vinden uit moeilijke situaties

Vereiste kennis (2-4)	• Begrijpen hoe creatief denken werkt • Begrijpen welke barrières er zijn bij creativiteit en hoe chaotische ideeën om te zetten in productieve. • Begrijpen hoe creativiteit werkt in de praktijk
Vaardigheden (2-4)	• Genereer een maximaal aantal unieke ideeën • Demonstreer vaardigheden om ideeën te genereren, zowel onafhankelijk als in groepen. • Implementeer creativiteit wanneer je werkt aan een ondernemend project / in het dagelijks leven
Competenties (2-4)	• Waardering van ideeën • Ethisch. duurzaam denken • Samenwerken

THEORIE

Creativity is just connecting things. When you ask creative people how they did something, they feel a little guilty because they didn't really do it, they just saw something. It seemed obvious to them after a while. That's because they were able to connect experiences they've had and synthesize new things.

Steve Jobs

CREATIVITEIT IS:

- ✓ Een van de belangrijkste vaardigheden van de 21e eeuw
- ✓ Creëren van nieuwe dingen vanuit iets dat al bestaat
- ✓ Problemen oplossen op een totale nieuwe en bijzondere manier
- ✓ Verwerping van stereotypisch denken
- ✓ Flexibel en origineel denken

**CREATIVITY IS THE ART
OF THE IMPOSSIBLE**

BEN OKRI

CREATIVITEIT BETEKEN:

Communicatie
 Veerkracht
 Effectiviteit
 Actief denken
 Vasthoudendheid
 Innovatie
 Visionair
 Inspiratie
 Teamwerk
 Originaliteit



DE VOORNAAMSTE KENMERKEN VAN CREATIEVE MENSEN:

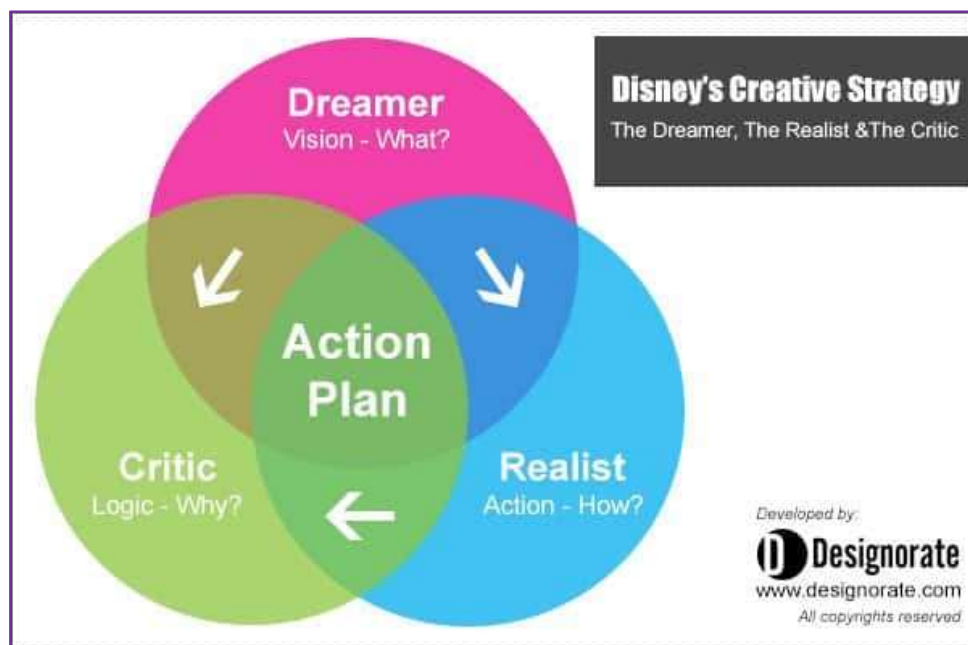
- Zij dromen
- Zij halen constant informatie uit de buitenwereld.
- Zij werken als ze zin hebben
- Zij behalen voordeel uit moeilijke situaties
- Zij zijn geïnteresseerd in al nieuwe dingen
- Ze zijn hardnekkig
- Ze zijn niet bang om risico's te nemen
- Zij zien hun leven al
- mogelijkheid tot zelfexpressie.
- Zij volgen hun droom
- Ze zijn niet bang om af te wijken van hun normale gedrag.
- Zij omringen zich met schoonheid
- Zij zijn in staat om het gehele plaatje van het gewenste resultaat te zien.
- Zij proberen monotone activiteiten te voorkomen



TOOLS VOOR CREATIEF DENKEN:

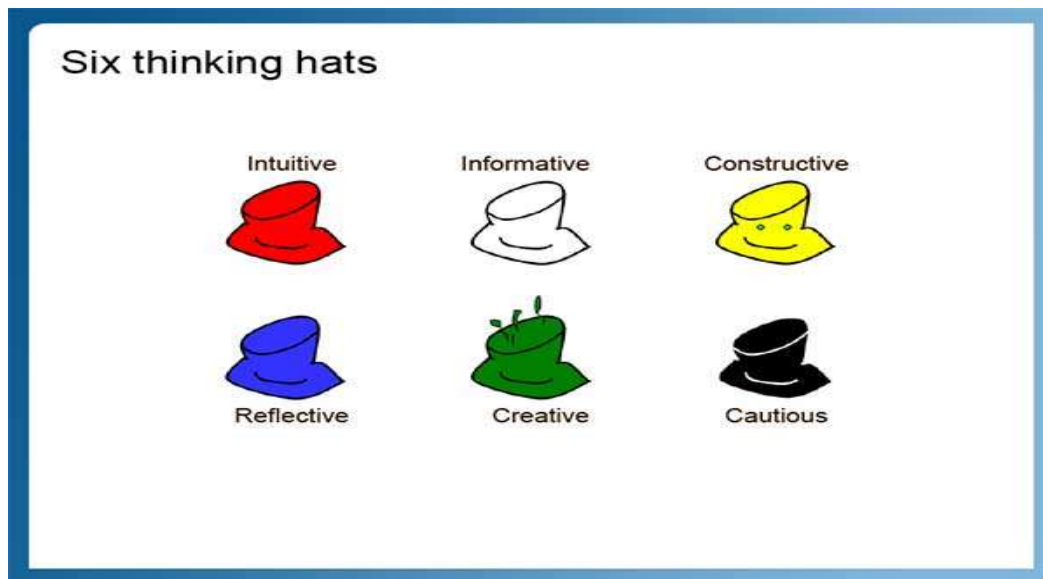
DISNEY'S CREATIEVE STRATEGIE

Walt Disney's strategie werd uitgelicht en gemodelleerd in 1994 door NLP expert Robert Dilts. H definieerde de techniek als Disney's methode om zijn droom werkelijkheid te maken. In deze methode, gebruikt een groep mensen een specifieke denkmethode waarbij er gelijktijdig gedacht wordt om ideeën te genereren, te evalueren en te bekritisieren en problemen op te lossen (Designorate.com).



THE SIX THINKING HATS

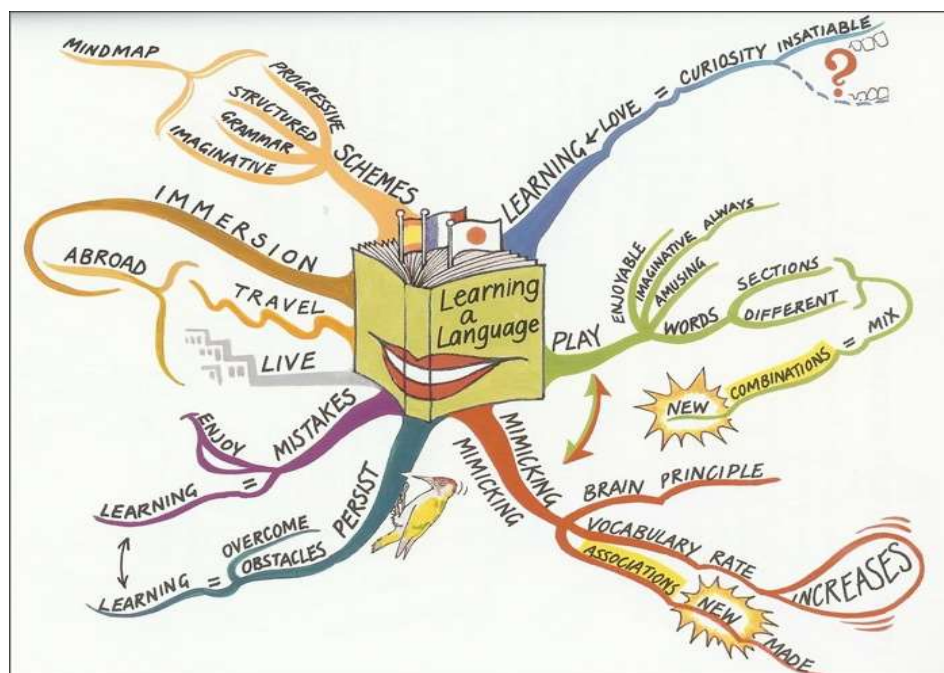
Deze tool is ontwikkeld door Edward de Bono – Brits psycholoog, creatief denken consultant en schrijver. The Six Thinking Hats is een erg simpel en praktische manier om drie fundamentele problemen die verbonden zijn met stereotype denken t.w. emotie, hulpeloosheid en verwarring te overwinnen. Deze methode verdeelt denken in 6 types die elk corresponderen met een metaforisch gekleurde “hat”.



De Bono's six thinking hats (Source: Microsoft)

TONY BUZAN'S MIND MAPPING METHOD

Een Mind Map is een krachtige grafische techniek die een algemene mogelijkheid aanreikt om de mogelijkheden van de hersenen te ontsluiten. Het omvat alle hersenvaardigheden – spreken, verbeelding, cijfers, logica, ritme, kleur en ruimtelijk inzicht, – op een unieke wijze. Op deze wijze kan je optimaal je hersenen gebruiken. (tonybuzan.edu.sg).

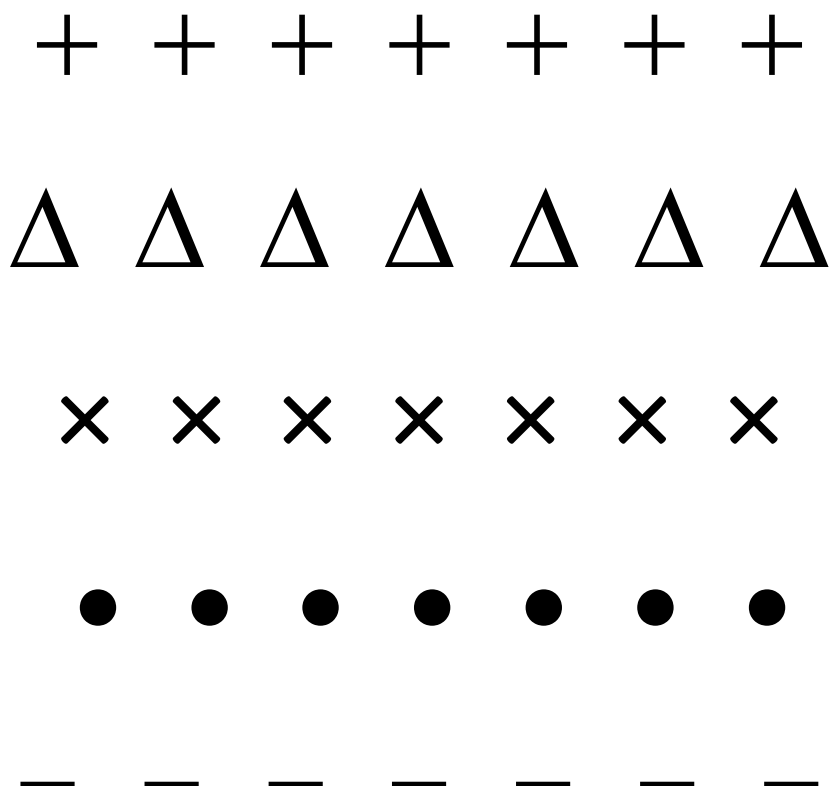


Mind Map (Source: tonybuzan.edu.sg)

OEFENINGEN

OEFENING 1 Creativiteitstest	
Leerdoel:	• In staat zijn om ongebruikelijke ideeën te opperen. Ideeën die afwijken van het traditionele denken • In staat zijn om individueel en collectief creatief te denken. • In staat zijn om actief te denken.
Duur:	1 uur
Beschrijving van de procedure:	Instructie. 1. De coach deelt aan de deelnemers voorbereide A4-tjes uit. 2. Hierna geeft de coach als opdracht om creatief los te gaan en met de pen de figuurtjes te veranderen in kleine tekeningen en sketches (30 minuten) 3. Na afloop bekijkt de coach de tekeningen en kiest hieruit de tekening die hem/haar het meest aanspreekt. Dan is er een groepsdiscussie over de mogelijke impact van de oefening (30 minuten). Als resultaat is het door deze oefening voor deelnemers mogelijk om ideeën te genereren zonder daarna te stoppen. Hoe meer de deelnemers hun hersenen trainen om verbeelding en creativiteit te ontwikkelen hoe interessanter de ideeën zullen zijn bij de implementatie van hun plannen.
Ondersteunende materialen: (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, video, PPT, etc)	Vorbereide A4-tjes met daarop geometrische vormen, en een set pennen. Bijlage 1.

Bijlage I. A4-tje voor de creativiteitstest



Een voorbeeld:

Pyramide van ideeën

Leerdoel:	• In staat zijn om gezamenlijk tot ideeën te komen die relevant zijn voor de lokale gemeenschap en hun potentie aftasten. • In staat zijn tot individueel en gezamenlijk creatief denken. • In staat zijn om creatief te denken • In staat zijn om een uitweg te vinden uit moeilijke situaties
Duur:	1 uur
Beschrijving van de procedure:	Brainstorming, Werken in groepen Problemen oplossen Instructie: 1. De coach vertelt over het issue waarmee de leerlingen moeten gaan werken. 2. Iedere deelnemer noteert voor zichzelf 2-3 antwoorden.

	3. De deelnemers vormen tweetallen en presenteren zij hun antwoorden aan elkaar en kiezen gezamenlijk de 2 meest geschikte antwoorden. 4. De tweetallen worden bij elkaar gevoegd en kiezen de 2 meest geschikte antwoorden en deze op kaartjes schrijven. 6. Nu worden de gegeven antwoorden gepresenteerd en wordt er gestemd op het beste antwoord. Als resultaat hebben de deelnemers een lijst met ideeën en suggesties vanuit de groep in een bepaalde rangorde. Deze methode helpt om in een grote groep sneller tot overeenstemming te komen over ideeën en doelen.
Ondersteunende materialen, literatuurverwijzingen, bruikbare links, video, PPT, etc)	Notitiekaartjes, pennen.

Oefening 3	Disney's Creatieve Strategie
Leerdoel:	• In staat zijn om gezamenlijk tot ideeën te komen die relevant zijn voor de lokale gemeenschap en hun potentie aftasten. • In staat zijn tot individueel en gezamenlijk creatief denken. • In staat zijn om creatief te denken
Duur:	2 uren
Beschrijving van de procedure:	Brainstorming, Werken in groepen Rollenspel Probleem oplossen Instructie. 1. De coach legt uit aan de deelnemers dat de Walt Disney methode een methode is voor het ontwikkelen van creativiteit. In het rollenspel

	bekijken de deelnemers hun taak vanuit drie standpunten: creatief, realistisch en kritisch. 2. Als eerste nodigt de coach de deelnemers uit plaats te nemen aan de tafel “dromer”. Hier mogen zij de meest fantastische ideeën opperen om hun eigen bedrijf te starten. Het is de deelnemers toegestaan om alles op zijn kop te zetten, absurde dingen te zeggen en het schijnbaar onverenigbare te verenigen. De coach moet de deelnemers aanmoedigen om de meest wonderlijke en attractieve droom voor hun eigen bedrijf te bedenken. Ideeën moeten op papier worden gezet. 3. Hierna vraagt de coach aan de deelnemers om plaats te nemen aan de tafel “realist”. In deze fase moeten deelnemers hun ideeën beoordelen op realiteitsgehalte. Ze moeten het er over hebben wat er gedaan zou moeten worden om hun droom te verwezenlijken. Ideeën moeten opnieuw op papier gezet worden. 4. Hierna gaan deelnemers aan de tafel “kritiek” zitten. Aan deze tafel moeten deelnemers alle genoemde ideeën van kritiek voorzien door zich verschillende dingen af te vragen: Zit er iets waardevols in de voorgestelde ideeën? – Kunnen zij gebruikt worden in de hedendaagse realiteit? Zijn deze ideeën bruikbaar voor toekomstige consumenten? Zijn alle hulpmiddelen aanwezig om de voorgestelde ideeën te implementeren? 5. Hierna nodigt de coach de deelnemers uit om terug te keren naar de “droom”-tafel maar tegelijkertijd moeten zij hun droom aanpassen door de gemaakte opmerkingen te betrekken. Belangrijk: deelnemers moeten continu switchen tussen de tafels. Deze methode helpt om nieuwe ideeën te genereren, te kijken naar niet-standaard beslissingen, en creatief en kritische denken te ontwikkelen en bij teambuilding.
Ondersteunende materialen:	Notitieblokjes, pennen, tafelkaarten “Dromer”, “Realist”, “Kritiek”.

(Literatuur referenties,
bruikbare links, video, PPT,
etc)

Bijlage II.

Bijlage II. Space management voor oefening 3





Oefening 4	Six Hats
Leerdoel:	• In staat zijn om gezamenlijk tot ideeën te komen die relevant zijn voor de lokale gemeenschap en hun potentie aftasten. • In staat zijn tot individueel en gezamenlijk creatief denken. • In staat zijn om creatief te denken
Duur:	2 uren
Beschrijving van de procedure:	Brainstorming, Groepsdiscussie, Besluitvorming, Rollenspel. Instructie. 1. De coach legt de belangrijkste kenmerken van de methode uit: De methode “six hats” is een psychologisch rollenspel. Een hoed van een bepaalde kleur betekent een bepaalde wijze van denken en door de hoed te dragen neemt deze persoon deze denkwijze over. Dit is nodig om een holistische kijk op het probleem te

ontwikkelen, omdat wij, zoals boven vermeld, vaak (eenzijdig) rationeel denken wat niet bijdraagt aan de compleetheid van het plaatje. Ook draagt de Bono techniek er aan bij dat groepen meningsverschillen terzijde kunnen leggen en tot goede communicatie kunnen komen. De coach benadrukt dat de mogelijkheid om vanuit verschillende standpunten naar het subject te kijken de sleutel is voor een succesvolle aanpak en uitwerking. De methode vereist een focus op verschillende aspecten door het ontwikkelen van aandacht op die verschillende aspecten.

2. Figuratieve toepassing van de techniek van de zes hoeden kan worden gepresenteerd door gebruik te maken van kleurpotloden. Een kleurrijke prent komt volop tot haar recht als je alle kleuren gebruikt. En in het geval van de Bono methodiek heb je een complete zicht op de situatie nadat je al de zes hoeden hebt opgehad: **Witte hoed**. Hierbij focussen we op de beschikbare data. We proberen te begrijpen welke informatie ontbreekt en waar we die kunnen vinden. En hoe we bestaande kennis en conclusies kunnen gebruiken om het probleem op te lossen.

Rode hoed. Door deze te dragen staan we ook stil bij intuïtie en gevoelens. Wat zegt je innerlijke stem je? Intuïtieve aannames en gevoelens zijn in dit stadium erg belangrijk omdat ze je toestaan om een oordeel te geven over de emotionele lading en achtergrond van het probleem door de scope van menselijke gevoelens. Als het gaat om een collectieve beslissing is het belangrijk om proberen de antwoorden van de deelnemers te begrijpen. Waar komen die antwoorden vandaan? Om dit te kunnen doen moet iedereen eerlijk en serieus zijn en niet hun ware gevoelens en ervaringen verbergen.

	Zwarte hoed. Door deze hoed te dragen moet je pessimistisch zijn, maar met een gezonde hoeveelheid kritiek. De suggesties voor oplossingen voor het probleem worden nagelopen voor mogelijke risico's in de toekomst en de potentiële moeilijkheden en onvoorziene situaties. Probeer de zwaktes in elk idee te vinden en schenk er aandacht aan. Gele hoed. Het is het tegenovergestelde van zwart en houdt een optimistische, positieve blik van het probleem in. Benadruk de sterkte en voordelen van iedere oplossing. Dit is van belang als alle opties wat moeilijk zijn, of middelen beperkt zijn. De groene hoed is verantwoordelijk voor creativiteit, de zoektocht naar ongebruikelijke ideeën en uitzonderlijke gezichtspunten. Geen evaluatie van eerder voorgestelde oplossingen, slechts hun verdere ontwikkeling met alle beschikbare middelen De blauwe hoed vergelijkt de uiteindelijke resultaten met de doelstellingen in het begin. Zij vormt eindconclusies. 3. Case: Overgeplaatste vrouwen besluiten tot het openen van een eigen bloemenzaak. De vrouwen besluiten dit idee te onderwerpen aan de zes-hoeden methode.
Ondersteunende materialen: (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, video, PPT, etc.)	Papier format A-1, stiften. Bijlage III.

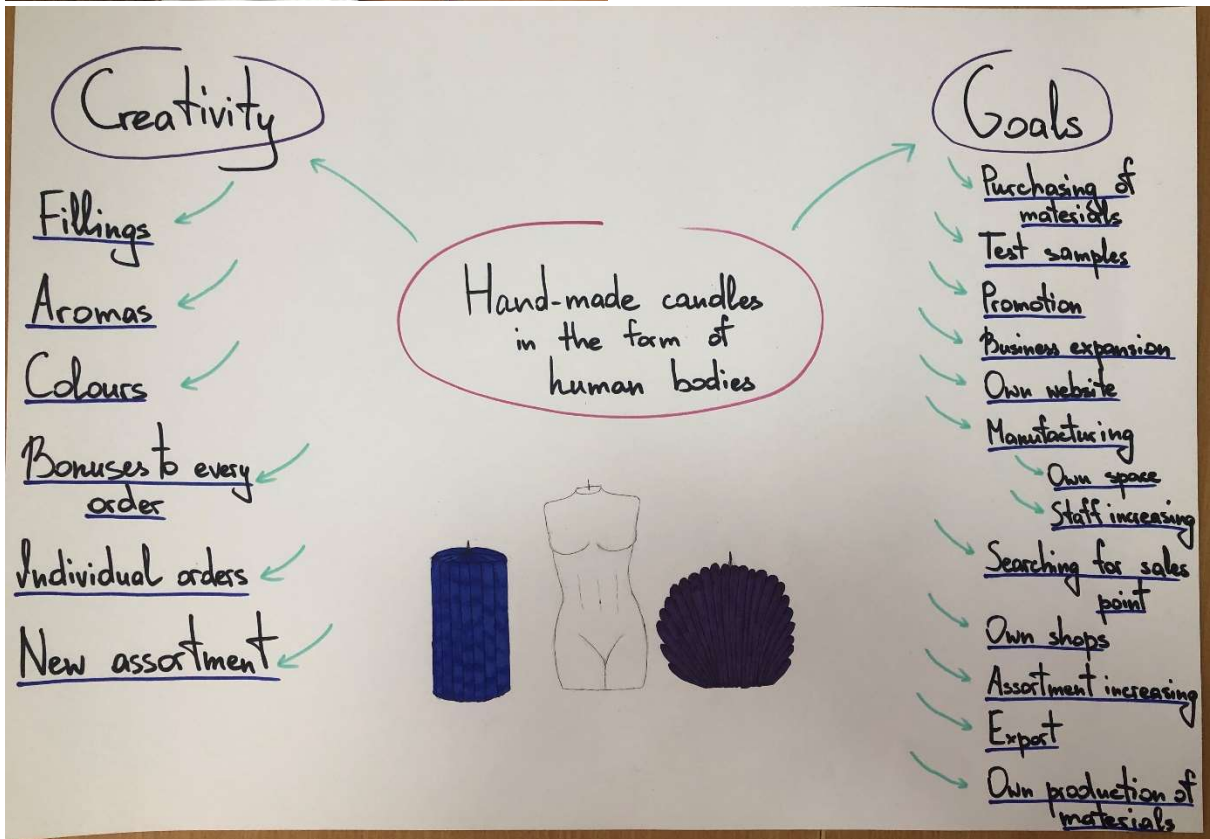
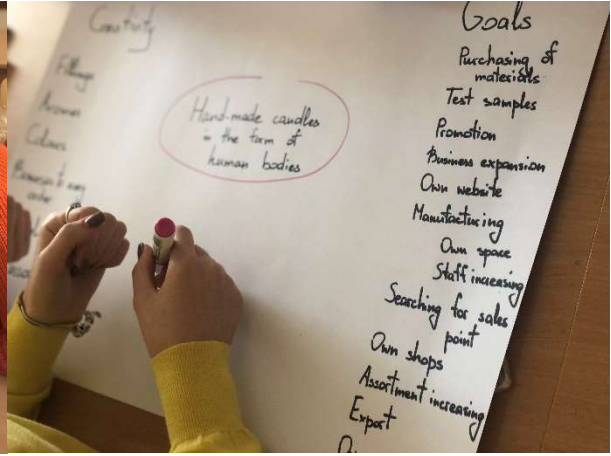
Bijlage III. Schema voor de oefening “Zes Hoeden”



Oefening 5	Mind Map
Leerdoel:	• Mogelijkheid om ongebruikelijke ideeën af te leiden van traditioneel denken. • Mogelijkheid om individueel en collectief creatief te denken
Duur:	2 uren
Beschrijving van de procedure:	Brainstorming, Groepsdiscussie Discussie over de ideeën voor het toekomstige project Instructie.

	1. Deelnemers worden ingedeeld in kleine groepjes (4-6 personen). 2. De coach legt de belangrijkste zaken van de methode uit: de oefening start met een brainstormsessie over mogelijke ideeën. Van het ene idee kan men al pratend en mind mappend op andere ideeën komen. De mind map helpt om creatieve vaardigheden te ontwikkelen en de hersenen te stimuleren. 3. De coach legt uit dat verschillende suggesties kunnen of juist afkomstig zijn uit een andere gedachten. Dat wordt aangegeven door het tekenen van vertakkingen. 4. Er wordt door de coach ordening aangebracht in de verschillende ideeën en hun weergave. 5. De coach legt uit dat de 'takken' onderling verbonden zijn. Het is de opzet van deze oefening om ongebruikelijke ideeën te structureren.
Ondersteunende materialen: (Literatuurverwijzingen, nuttige links, video, PPT, etc)	Vellen A-1 papier (https://www.xmind.net/embed/az9c/, https://www.mindmup.com, https://coggle.it) Bijlage IV.

Annex IV. Voorbeeld van het uitvoeren van de oefening in groepen.



Cultureel bewustzijn is een competentie die de basis is van een aantal vaardigheden waarmee mensen met verschillende culturele achtergronden elkaar beter gaan begrijpen. In deze module focussen we op het basale begrijpen van wat we bedoelen met cultureel bewustzijn en de wijze waarop het ons leven kan beïnvloeden. In deze module komt ook aan bod hoe we deze competentie kunnen ontwikkelen en hoe migranten vrouwen er hun voordeel mee kunnen doen. In de module komen ook activiteiten aan bod om de opgedane kennis te behouden.

Belangrijkste leerdoelen

- In staat om het begrip cultuur te begrijpen en definiëren.
- In staat om culturele diversiteit te begrijpen en herkennen.
- In staat om te interpreteren hoe cultureel bewustzijn delen van iemands leven kan beïnvloeden.
- In staat zijn om culturele verschillen en overeenkomsten tussen geboorte- en gastland te herkennen.
- In staat zijn om te gaan met culturele verschillen

Opgedane kennis

- Definieer wat cultuur is
- Benoem verschillende elementen van cultuur
- Identificeer kansen in een nieuwe culturele omgeving

Vaardigheden

- Leg het concept van cultuur aan anderen uit
- Herken verschillende waarden, gebruiken en gedragingen.
- Noem voorbeelden van overeenkomsten en verschillen tussen de culturen van geboorte- en gastland.
- Los problemen op die voortkomen uit culturele verschillen.

Competentie

- Leid en neem deel aan een discussie over culturele verschillen en overeenkomsten.
- Organiseer je dagelijks leven in je gastland met de gegeven mogelijkheden zonder je culturele identiteit te verliezen.
- Gebruik je vaardigheden om te gaan met de dagelijkse situaties waarbij er sprake is van een conflict vanwege de heersende cultuur.

THEORIE

Hoe definiëren we cultuur?

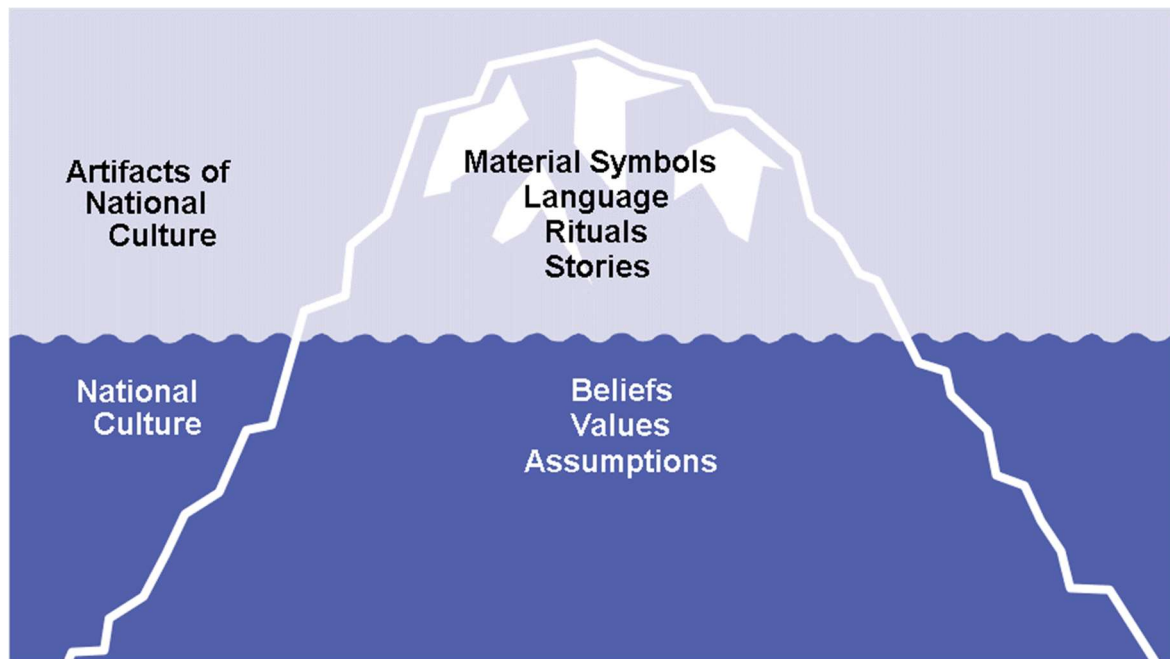
- De Engelse antropoloog Sir Edward Taylor (1832-1917) definieerde cultuur als de kennis, het geloof, de kunst, gebruiken, wetten en elk ander vermogen en gewoonte van een persoon als lid van een gemeenschap.
- UNESCO (2002) omschrijft het als een set van verschillende spirituele, materiële, filosofische en emotionele elementen van een maatschappij of sociale groep omvattende kunst, literatuur, wijze van leven, waardensysteem, tradities en geloven.
- Geert Hofstede (2010) ziet cultuur als een collectieve “programming” van de hersenen die het mogelijk maakt om een sociale groep te onderscheiden van een andere.

Het begrip cultuur veronderstelt het bestaan van gezamenlijke kijk op de wereld van die cultuur. Cultuur wordt geleerd door ervaring opgedaan door deel te nemen in een groep en het kan worden ontwikkeld in een groep of organisatie die een belangrijk verleden heeft.

De definitie die wij hier gebruiken voor deze module luidt:

Cultuur is een systeem met gemeenschappelijke waarden, overtuigingen, houdingen, gewoontes en gebruiken die een groep onderscheidt van een andere groep mensen in termen van hun nationale en Europese culturele erfenis en hun plaats op de wereld. Cultuur refereert naar de wijze waarop mensen tot een groep, gemeenschap of organisatie behoren en hoe zij zich gedragen, communiceren, nadenken, kunst gebruiken en de realiteit zien.

Om de cultuur van een sociale groep of individu vast te stellen kijken we eerst naar zichtbare zaken (bijvoorbeeld taal, kleding, folklore, rituelen, etc.). Deze externe karakteristieken maken de diepere oorzaken van iemands gedrag niet duidelijk. De verborgen aspecten van een cultuur zijn karakteristieken zoals waarden en normen. Deze opvatting is zichtbaar in figuur 1 hieronder in een ijsbergmodel.



Figuur 1. De ijsberg metafoor

Samenvattend: Cultuur is een holistische term die al de menselijke expressie in het leven en van ons doen omvat. Het omvat normen, waarden, gewoontes en taal die evolueert vanaf de geboorte en die zich constant verrijkt als we ons oriënteren in relatie tot onze omgeving.

Verschillende theorieën om cultuur te bepalen

1. Het ijsbergmodel van cultuur
2. Geert Hofstede's model van culturele dimensies.
3. Edward T. en Mildred Reed Hall's gedragscomponenten van cultuur.
4. Jacques Demorgon & Markus Molz's model van cultuur.
5. Milton J Bennett's ontwikkelingsmodel van interculturele gevoeligheid.

Wat is CULTUREEL BEWUSTZIJN?

Een definitie van cultureel bewustzijn is de volgende:

Het omgaan met culturele verschillen op een dusdanige manier dat conflicten worden voorkomen, zodat mensen andere culturen waarderen.

Cultureel bewustzijn wordt stap voor stap bereikt door eerst de eigen cultuur te begrijpen en daarna de logica van de culturele context van de ander te begrijpen om een positieve houding aan te kunnen nemen tegenover andere culturen.

Of een Europese variant hierop: “Similarly, according to ERF (European Reference Framework), cultural awareness and expression is defined as: Appreciation of the importance of the creative expression of ideas, experiences and emotions in a range of media, including music, performing arts, literature, and the visual arts”.

“Essential knowledge, skills and attitudes related to this competence can be described as follows:

Knowledge

Cultural knowledge includes an awareness of local, national and European cultural heritage and their place in the world. It covers a basic knowledge of major cultural works, including popular contemporary culture. It is essential to understand the cultural and linguistic diversity in Europe and other regions of the world, the need to preserve it and the importance of aesthetic factors in daily life.

Skills

Skills relate to both appreciation and expression: the appreciation and enjoyment of works of art and performances as well as self-expression through a variety of media using one's innate capacities. Skills include also the ability to relate one's own creative and expressive points of view to the opinions of others and to identify and realize social and economic opportunities in cultural activity. Cultural expression is essential to the development of creative skills, which can be transferred to a variety of professional contexts.

Attitudes

A solid understanding of one's own culture and a sense of identity can be the basis for an open attitude towards life and respect for diversity of cultural expression. A positive attitude also covers creativity, and the willingness to cultivate aesthetic capacity through artistic self-expression and participation in cultural life."

Een deel van de hierboven gebruikte omschrijvingen komt terug in de aanpak van dit onderwerp.

Hoe kunnen deze vaardigheden ontwikkeld worden?

Om het culturele bewustzijn en culturele expressie te ontwikkelen is het belangrijk dat men:

1. de karakteristieken van de eigen cultuur kent en begrijpt
2. Accepteert en begrijpt dat er verschillende culturele contexten bestaan bij verschillende groepen mensen, gemeenschappen, gebieden etc.
3. Herkent dat er specifieke stereotypen en vooroordelen zijn die mede bepalen de wijze waarop wij de wereld en het gedrag van mensen zien (en beoordelen).
4. Kennis verwerft hoe een cultuur zich in de loop van de historie gevormd heeft en hoe deze doorgegeven wordt van generatie op generatie.
5. Zich bewust is hoe anderen de wereld zien.

Waarom is cultureel bewustzijn en expressie belangrijk voor migranten vrouwen?

Migranten voeren een bijna dagelijkse strijd om zich aan te passen aan het gastland en de daar heersende cultuur en bijhorende waarden, gezichtspunten, wensen en normen. Alle aspecten van ons leven zijn doordrongen van onze cultuur. Het bij een bepaalde cultuur horen geeft een makkelijke manier om in contact te komen met anderen die ook deze mind-set en waarden hebben. Dat is een factor die meespeelt bij migranten om zo dicht mogelijk bij de gemeenschap te blijven waar zij zich gemakkelijk bij voelen en goed mee kunnen communiceren. Voor integratie is het daarom belangrijk om interculturele,

interpersoonlijke en sociale vaardigheden te ontwikkelen om de brug naar het gastland te kunnen slaan. Daar hoort ook bij cultureel bewustzijn en expressie; het begrip dat verschillende culturen verschillende standaarden hebben omdat dit de interactie help ten het zich kunnen uitdrukken in situaties waarin men uit de eigen comfort zone moet treden.

Het vermogen om je bewust te zijn van culturele verschillen en overeenkomsten, de uniciteit van andere culturen te kunnen waarderen, en om te kunnen interacteren met mensen met verschillende culturele achtergronden helpt mensen om:

- Deel te nemen aan het leven van de 21e eeuw.
- Te Integreren in hun nieuwe maatschappij
- Ontwikkelen van succesvolle persoonlijke en professionele relaties.
- Goed voorbereid te raken op het werken in verschillende professionele omgevingen. Cultureel bewustzijn hangt samen met inzetbaarheid, baanmobiliteit en deelname aan het sociale leven en wordt beschouwd als 1 van de meest belangrijke competenties in de 21e eeuw.

OEFENINGEN

Oefening	
1	Groepsdiscussie: CONTEXT EN CULTUUR
Leerdoel:	• Cultuur begrijpen en kunnen definiëren • Culturele diversiteit begrijpen en herkennen • Begrijpen hoe cultureel bewustzijn enkele element van iemands leven kan beïnvloeden • Herkennen van culturele verschillen en overeenkomsten tussen het geboorteland en gastland.
Duur:	60 minuten
Beschrijving van de procedure:	1. Tip voor de coach: Bestudeer Kreitnet, Kinicki, 2013 om een beter begrip te krijgen van hoge en lage context cultuur. 2. De coach start met een introductie over het belang van de context bij de ontwikkeling van menselijk gedrag. 3. De coach introduceert het item van hoge en lage context door de deelnemers te vragen of ze ooit gehoord hebben van deze twee termen. 4. De coach legt de twee termen uit, gebruikmakend van de bijlage, dia nr. 1. Hierna start de coach een groepsdiscussie over de vraag hoe de deelnemers de context waarnemen. 5. De coach vraagt de deelnemers om de instructies op dia nr. 3 te lezen en de vragen te beantwoorden. 6. Op het slot wordt er een groepsdiscussie georganiseerd op basis van de antwoorden van de deelnemers.

Ondersteunende materialen:	PowerPoint Presentatie, projector
----------------------------	-----------------------------------

Oefening	
2	Groepsactiviteit – <i>De ui van diversiteit</i>
Leerdoel:	• Cultuur begrijpen en kunnen definiëren • Culturele diversiteit begrijpen en herkennen • Herkennen van culturele verschillen en overeenkomsten tussen culturele verschillen en overeenkomsten
Duur:	60 minuten
Beschrijving van de procedure:	1. Deelnemers wordt gevraagd om een binnen en een buitencirkel te vormen. Ze kijken elkaar in koppels aan. 2. Elk team moet erg snel 1 ding vinden – een gewoonte, aspect, achtergrond, of houding die ze gemeenschappelijk hebben. 3. Als dit gedaan is, gaan de deelnemers die in de buitencirkel zitten allemaal 1 plaats naar rechts en ieder nieuw koppel zoekt naar een overeenkomst en benoemt deze. 4. De koppels kunnen diverse malen van plek wisselen totdat ze rond zijn.
Ondersteunende materialen:	Geen

Oefening	
3	Groepsactiviteit – Vind het stereotype
Leerdoel:	• Cultuur begrijpen en kunnen definiëren • Culturele diversiteit begrijpen en herkennen • Herkennen van culturele verschillen en overeenkomsten tussen culturele verschillen en overeenkomsten • Begrijpen hoe cultureel bewustzijn enkele elementen van iemands leven kan beïnvloeden • Overweg kunnen met conflicterende culturen
Duur	60 minuten
Beschrijving van de procedure:	1. De coach introduceert het onderwerp “stereotypes” aan de groep. Het is belangrijk dat de coach aan de deelnemers uitlegt dat iedereen met stereotypes werkt en dat het goed is deze te benoemen. 2. Deelnemers worden verdeeld in groepen van 4 tot 5 personen. Iedere groep krijgt drie verschillende culturen (b.v. per land) toegewezen. Alle groepen krijgen dezelfde culturen toegewezen. 3. Iedere groep moet minimaal vijf verschillende woorden noemen waar ze aan denken bij deze culturen. 4. Iedere groep wordt gevraagd om hun woorden aan de gehele groep te presenteren om te kijken of er sprake is van stereotypering..

Ondersteunende materialen:	computer, projector, PowerPoint presentatie

Oefening	
4	Presentatie: ONZE ERVARINGEN MET ANDEREN
Leerdoel:	• Cultuur begrijpen en kunnen definiëren • Culturele diversiteit begrijpen en herkennen • Herkennen van culturele verschillen en overeenkomsten tussen culturele verschillen en overeenkomsten • Begrijpen hoe cultureel bewustzijn enkele element van iemands leven kan beïnvloeden
Duur:	60 minuten
Beschrijving van de procedure:	1. Deelnemers worden uitgenodigd te vertellen over een persoonlijke of professionele ervaringen die ze hadden met een persoon uit een andere cultuur. De coach geeft de opdracht om er een ervaring uit te kiezen die opvalt. Deelnemers krijgen hier 5 à 6 minuten voor. 2. In deze tijd schrijft de coach een aantal vragen op het whiteboard die kunnen worden gebruikt voor de presentatie die hierna volgt. De vragen zijn: Wat was mijn eerste verwachting toen ik deze persoon ontmoette? Wat heb ik geleerd over de

	andere persoon? Op welke manier heeft deze ontmoeting mij geholpen om de cultuur van de andere persoon beter te begrijpen? Heeft deze ervaring enige impact gehad op mijn persoonlijk of professioneel leven? Heeft deze ervaring impact gehad op mijn algemene houding? 3. Als de 5 à 6 minuten over zijn vraagt de coach aan iedere deelnemer om te vertellen over haar persoonlijke ervaring, gebruik makend van de vragen op het bord. De rest van de groep wordt uitgenodigd om nog meer vragen te stellen als ze dat willen.
Ondersteunende materialen:	Whiteboard, Pen & papier of laptop/tablet om aantekeningen te maken.

Oefening	
5	Rollen spel: Een filmster zijn voor 1 dag
Leerdoel:	• Cultuur begrijpen en kunnen definiëren • Culturele diversiteit begrijpen en herkennen • Herkennen van culturele verschillen en overeenkomsten tussen culturele verschillen en overeenkomsten • Begrijpen hoe cultureel bewustzijn enkele element van iemands leven kan beïnvloeden • Overweg kunnen met conflicterende culturen

Duur:	120 minuten
Beschrijving van de procedure	1. De coach kiest een film uit die erg populair is in het thuisland. De film moet een vrouwelijke actrice hebben als centraal karakter. De film moet bij voorkeur gaan over een sociaal thema. 2. Bekijk de film met de deelnemers. De coach zet de film iedere 15 minuten even stil en stelt algemene vragen over de film om er zeker van te zijn dat de deelnemers de film snappen. Algemene vragen zijn bijvoorbeeld: Wat was de meest interessante scene tot nu toe? Waarom? Wie is het interessantste karakter? Etc. 3. Als de film in haar geheel bekeken is dan stelt de coach vragen over specifieke karakters en in het bijzonder over het vrouwelijk karakter? Wat denk jij van de hoofdpersoon? Vind jij haar reacties gepast? Wat zou jij anders hebben gedaan? 4. De oefening wordt afgesloten met het verdelen van de deelnemers in groepen en de coach vraagt hen zich in te beelden dat zij de vrouwelijke hoofdrolspeelster zijn. De coach vraagt hen om aan de groep te vertellen wat de vrouwelijke hoofdrolspeelster anders gedaan zou hebben als deze uit hun culturele omgeving zou zijn gekomen. En hoe zou dit het verloop van de film hebben beïnvloed, zou dit hebben geresulteerd in een ander einde?
Ondersteunende materialen	film, pen, papier, projector

Integreren en nieuwe kansen op ontwikkeling in het gastland vraagt om initiatief van de recent aangekomen personen. Volgens bevindingen in het IO1 onderzoek, interviews en literatuurstudie ontbreekt het vrouwelijke migranten vaak aan initiatief vanwege culturele druk, familieverplichtingen en ingesleten patronen. Het stimuleren van het nemen van initiatief is een belangrijke stap bij het integreren en zelfontwikkeling. Initiatief nemen is ook noodzakelijk om als ondernemer in de toekomst te slagen. In ons trainingsmateriaal zullen we de nadruk leggen op het ontwikkelen van initiatief op verschillende niveaus: persoonlijk (deelneemster neemt initiatief voor haar eigen toekomst, sociale leven), groep (deelneemster neemt initiatief in een kleine groep, bij een gezamenlijke activiteit in een cirkel van vrienden en kennissen) en sociaal (deelneemster begrijpt het belang van het tonen van initiatief in een gemeenschap)

Belangrijkste leerdoelen

- Capaciteit om het initiatief te nemen bij verschillende activiteiten
 - In staat zijn om stappen te zetten om geplande activiteiten te realiseren
 - Capaciteit om probleem alleen of met een groep op te lossen
 - In staat zijn om een groep te regelen om een activiteit te organiseren
 - In staat zijn om gezamenlijk een activiteit voor de gemeenschap te organiseren (ondernemend project)
-

Vereiste kennis	• Begrijpen en uit kunnen leggen wat het betekent om initiatief te nemen • Op een rij zetten van situaties waarin de deelnemers initiatief kunnen tonen en beschrijven hoe dat er uit kan zien. • Herkennen van problemen die kunnen worden opgelost met het tonen van initiatief
Vaardigheden	• Demonstreren van het nemen van initiatief bij het werken in kleine groepen. • Implementeren van werken met eigen kleine projecten (of in het werk of in het dagelijks leven • Initiatief nemen in de klas, een onderneming, het echte leven, op weg naar integratie.
Competenties	• Nemen van initiatief • Doorzettingsvermogen • Anderen mobiliseren • Bronnen mobiliseren

THEORIE

Volgens het Oxford woordenboek is “initiatief de kracht of kans om te handelen of de leiding te nemen voordat anderen dat doen”. Het kan ook worden omschreven als om als eerste in actie te komen om een taak te vervullen of een probleem op te lossen.

Initiatief is gebaseerd op verschillende basisprincipes:

- In staat zijn om eigen behoeften en doelen te begrijpen
- Benodigde stappen voor implementatie zetten
- Jezelf en anderen sturen om doelen te bereiken

Elementen:

- Visie ontwikkeling – deelnemers leren hoe ze hun ideeën moeten specificeren, door tussenliggende doelen te formuleren en in kaart te brengen welke middelen zij tot hun beschikking hebben.
- Networking – deelnemers onderzoeken mogelijkheden om met verschillende vormen van relaties om te gaan om zich meer vertrouwt te voelen tussen verschillende mensen, rollen en omgevingen.
- Het is een essentieel om vertrouwen op te bouwen met het team, directeuren, klanten en collega's. De effectiviteit van de communicatie neemt toe door actief te luisteren, de kwaliteit en accuraatheid van de gestelde vragen en duidelijke boodschappen.
- Besluitvorming – deelnemers zullen moeilijke beslissingen moeten nemen in hun leven en zij hebben behoefte aan methodes en hulpmiddelen om hen te helpen. De mogelijkheid om besluiten te nemen is nauw gerelateerd aan het concept van "problemen oplossen" en "analyseren", maar gaat over in actie als er verantwoordelijkheid aan wordt toegevoegd.
- Uitvoering/implementatie/actie – het is belangrijk om te begrijpen hoe planning, controle en de organisaties het behalen van de doelen/resultaten kan bevorderen of verhinderen.
- Heden ten dage vereist het concept initiatief ook: meer naar jezelf luisteren en naar anderen, emotionele balans, integratie van diversiteiten, steun, mentorschap/coaching. In de training leren de deelnemers eigen oplossingen, nemen zij verantwoordelijkheid en worden ze gemotiveerd zich verder te ontwikkelen.

Ontwikkeling van initiatief

Initiatief kan zo wel genomen worden in het eigen leven als in een groep. De mogelijkheid om initiatief te nemen wordt ontwikkeld vanaf het kind zijn tot het volwassen worden. Er zijn echter ook effectieve aanvullende strategieën voor het ontwikkelen van initiatief als een persoonlijke vaardigheid in het managen van je eigen leven en carrière.

De belangrijkste stappen in het proces van de ontwikkeling van initiatief nemen in het eigen leven kunnen gedefinieerd worden als:

1. Benoemen van eigen interesses en prioriteiten
2. Creëren van een plan voor eigen ontwikkeling en carrière
3. Ontwikkelen van zelfvertrouwen en gevoel van eigenwaarde
4. Leren om kansen te zien
5. Ontwikkelen van leiderschap en onafhankelijke mind set. Leren om niet van anderen te verwachten dat ze jouw taken op zich nemen.

Volgens L. Beriker, is luisteren naar anderen en aandacht geven aan andere ideeën een belangrijk onderdeel bij het ontwikkelen van kunnen nemen van initiatief in een groep. Actief vragen stellen helpt daarbij.



Initiatief nemen in je eigen leven

Gegeven de achtergrond van deelnemers is het wellicht voor velen moeilijk om zich te realiseren dat zij in staat zullen zijn om initiatief te nemen in hun eigen leven en eigen keuzes te maken. De vele jaren van culturele, sociale en gender druk heeft het voor hen wellicht moeilijk gemaakt om te denken aan hun eigen interesses, doelen en behoeften.

Obstakels die voorkomen dat men initiatief neemt kunnen in drie groepen verdeeld worden: persoonlijke factoren, structurele factoren en vaardigheidsfactoren.

- ✓ Structurele factoren: Dingen die vele van ons delen en die we niet op individueel niveau kunnen veranderen, maar die na verloop van tijd veranderen door collectieve actie.
- ✓ Persoonlijke factoren: Dingen die voor ons gelden en die we wellicht wel kunnen veranderen. Soms hangen ze ook samen met structurele factoren.
- ✓ Factoren samenhangend met vaardigheden: Dingen die samenhangen met onze individuele kennis, vaardigheden en houdingen en zaken die we zelf kunnen veranderen.

Waardoor zal er minder initiatief vanuit de doelgroep komen:

- Laag zelfvertrouwen
- Eerlijke negatieve ervaring verbonden aan het tonen van initiatief
- Vijandelijke omgeving
- Weinig interesse in eigen leven en toekomst.
- Weinig mogelijkheden om prioriteit te verlenen aan jezelf boven familie en anderen
- Geen ervaring in het begrijpen van eigen behoeften en doelen.

Dit kan helpen te begrijpen wat een ieder kan veranderen en hoe daar initiatief voor te nemen. Vanuit een gender en intercultureel perspectief, wordt er speciale aandacht geschonken aan ongelijkheden die verbonden zijn aan gender die de persoonlijke ontwikkelingsmogelijkheden voor vrouwen beperken. Deze analyse is behulpzaam om de toegang tot werk te verbeteren. En ook voor de persoonlijke ontwikkeling in het algemeen.

Initiatief in kleine groepen

Initiatief nemen in een groep gedurende een training is vaak een grote hobbel voor de deelnemers.

Om er zeker van te zijn dat er sprake is van een positieve bijdrage in de groep door iedere deelnemer is het volgende cruciaal:

- ✓ Actieve communicatie
- ✓ Zich veilig en comfortabel voelen in de werkgroep
- ✓ Denken als een teamlid
- ✓ Duidelijke definitie van doelen en verwachte resultaten van het groepswork

De coach is een belangrijk persoon om de deelnemers te ondersteunen en zorg te dragen voor bovengenoemde punten gedurende de training. Dit kan worden bereikt door de sfeer te verbeteren.

Initiatief als sleutel tot integratie

Een eerste stap zetten om het gastland te leren kennen vraagt moed. Maar initiatief tonen op diverse terreinen in het nieuwe land zal op een positieve wijze bijdragen aan een succesvolle integratie. Het kan helpen om de deelnemers duidelijk te maken op welke terreinen zij Initiatieven kunnen nemen en hen voorbeelden aan te reiken. Ook is het belangrijk om mogelijkheden aan te reiken die al benut kunnen worden ook al spreekt en verstaat men de taal van het gastland nog niet goed. Bijvoorbeeld om toch al te gaan participeren in lokale netwerken.

OEFENINGEN

Oefening 1	Soort oefening
	Mogelijkheden cyclus / groepsoefening
Leerdoel:	Ontwikkel initiatieven Begrijpen van eigen krachten en mogelijkheden Leren samenwerken en initiatiefrijk zijn in een groep
Duur:	2 uur
Beschrijving van de procedure:	Coach presenteert de mogelijkheden cyclus om deze in te laten vullen door de deelnemers (bijlage 1) De mogelijkheden cyclus omvat gedeeltes: • Mijn vaardigheden • Mijn ervaring • Mijn interesses • Mijn bronnen • Mijn netwerk Coach legt uit hoe de mogelijkheden cyclus te gebruiken: • Mijn vaardigheden – inclusief zachte vaardigheden (communicatie, probleem oplossing, etc) en harde vaardigheden (concrete taken zoals koken, zaaien, zorgen voor kinderen) <i>Ik kan...</i>

- Mijn ervaring (de belangrijkste gebeurtenissen in het verleden, behalen diploma, moeder worden, een baan krijgen)

In het verleden heb ik ..

- Mijn interesses (wat doe je graag in je vrije tijd, waarin ben je geïnteresseerd)

Ik ben gepassioneerd over

- Mijn bronnen (materiële bronnen zoals het hebben van een auto, een locatie, wat geld, toegang tot internet, een laptop of mobiele telefoon)

Dit heb ik tot mijn beschikking...

- Mijn netwerk/contacten (persoonlijke contacten, mensen uit de binnenste cirkel, gemeenschap, vrienden, op welke gebieden kunnen deze mensen behulpzaam zijn).

Ik weet...

De coach geeft, indien nodig, een voorbeeld van de wijze waarop de map kan worden ingevuld aan de hand van zijn eigen vaardigheden etc.

De coach verdeelt de vrouwen in kleine groepen (4 of 5 personen per groep)

Iedere vrouw ontwikkelt haar eigen cyclus

Coach geeft indien nodig ondersteuning

Vrouwen presenteren hun map in de kleine groepjes

De oefening ondersteunt vrouwen om zich meer bewust te worden van hun krachten en bronnen en

hoe deze te gebruiken bij hun integratie en eventueel hun ondernemerschap. De discussie in de kleine groepen kan zelfs leiden tot een idee voor een onderneming.

Ondersteunende materialen:

Bijlage 1

(Literatuur verwijzingen
waardevolle links, links,
video, PPT, etc)

Oefening

Kansen map/ groepsoefening

2

Leerdoel:

Ontwikkel de vaardigheid om initiatief te nemen
Begrip van eigen krachten en mogelijkheden
Leren samenwerken en initiatief nemen in een groep

Duur:

2 uur

Beschrijving van de procedure:

Coach presenteert de kansen map om ingevuld te worden door de deelnemers (bijlage II)

Deelnemers werken in dezelfde kleine groepen als eerder. Zij verzamelen informatie uit de mogelijkheden cyclus. Uit deze cyclus halen zij de meest waardevolle bronnen, vaardigheden en interesses van ieder lid van de kleine groepjes. Ze brengen dit te samen in 1 map.

De kansen map omvat:

- Welke bronnen en vaardigheden hebben we?
- Welke interesses hebben we?
- Welke gezamenlijke problemen of kansen kunnen we aankaarten?
- Wat zijn de mogelijke oplossingen voor deze problemen?

Deze oefening is uitermate geschikt om op papier te maken. Kan echter ook online gedaan worden.. In dat geval is het aan te bevelen om per klein groepje minimaal 1 begeleider aan te stellen voor ondersteuning.

Begeleider legt uit hoe de kansen map in te vullen .

Stap 1. Welke bronnen en vaardigheden hebben we in huis?

Probeer te focussen op gezamenlijke gebieden die voor vele van de groep interessant zijn. Denk ook goed na welke vaardigheden werkelijk waardevol zijn voor de mogelijke start van een initiatief.

Stap 2. Welke interesses hebben we?

Vind de gezamenlijke interesses.

Step 3. Welke gemeenschappelijke probleem of kansen kunnen we aankaarten?

Denk na over de problemen die er zijn in je dorp of stad? Welke problemen zien jullie allemaal? Zijn dit problemen die matchen met jullie interesses en vaardigheden? Definieer deze problemen.

Stap 4. Wat zijn de mogelijke oplossingen voor deze problemen?

Denk na over hoe je problemen kunt oplossen gebruik maken van de bronnen en vaardigheden die in je groep aanwezig zijn.

Stap 5. Ga nog eens terug naar stap 1 en denk na of er vaardigheden ontbreken om dit specifieke probleem op te lossen.

Elk kleine groep ontwikkelt een eigen kansen map door informatie te halen vanuit hun mogelijkheden cyclus. De coach begeleidt en geeft hulp indien gewenst.

Vrouwen presenteren hun kansen map vanuit de kleine groepen aan de coach.

Deze oefening helpt vrouwen om zich meer bewust te worden van hun eigen krachten en bronnen en hoe deze kunnen worden ingezet bij hun integratie en eventueel ondernemerschap. Discussie in een kleine groep kan wellicht ook ideeën voor een onderneming opleveren.

Ondersteunende materialen:

(Literatuurverwijzingen, bruikbare links, video, PPT, etc)

Bijlage II + voorbeeld

Oefening	Initiatief map
3	
Leerdoel:	Ontwikkel de vaardigheid om initiatief te nemen Begrip van eigen krachten en mogelijkheden Leren samenwerken en initiatief nemen in een groep
Duur:	3 uren
Beschrijving van de procedure:	De deelnemers werken weer in dezelfde sub groepjes als bij oefening 1 en 2. Zij voeren deze oefening uit na oefening 1 en het delen van hun kansen map. Coach legt de initiatief map uit die moet worden ingevuld door de deelnemers (bijlage 3) De initiatief map helpt bij het ontwikkelen van een initiatief gebaseerd op de gezamenlijke kansen en interesses die bij oefening 1 en 2 zijn vastgesteld.. In de initiatiefmap worden 3 vragen beantwoord. : • Welk probleem in de gemeenschap wordt met dit initiatief opgelost? • Hoe draagt dit initiatief bij aan een oplossing voor het probleem? • Wie zijn de potentiële klanten voor dit initiatief? Coach legt uit hoe de initiatief map moet worden ingevuld en ondersteunt deelnemers hierbij. Coach geeft indien nodig een voorbeeld door haar/zijn map in te vullen.

Vrouwen uit de kleine groepen maken hun eigen groepsmap. (per groep 1 map).

Coach geeft ondersteuning als dit nodig is.

Vrouwen presenteren de map in iedere groep.

Deze oefening kan verder op in het proces zorgen voor de creatie van ideeën of ondernemersplannen.

Deze oefening helpt vrouwen om meer zelfbewust bezig te zijn met het omzetten van hun krachten en bronnen in Initiatieven. Hierdoor leren zij om verbanden te zien tussen hun hulpmiddelen en de problemen in de gemeenschap die zij mee kunnen helpen oplossen.

Ondersteunend
materiaal:

(Literatuurverwijzingen
, bruikbare links, video,
PPT, etc)

Bijlage III + voorbeeld

Oefening

4

Case scenario/discussie in de groep

Leerdoel:

Begrijpen van het nut van het nemen van initiatief.

Leren presenteren en discussiëren in een groep

Duur:

2 uur

Beschrijving van de procedure:

1. Coach vertelt een verhaal van een recent gearriveerde immigrante die initiatief neemt in haar lokale gemeenschap (vanuit een Zweeds onderzoeksrapport).

Khadja M. vluchtte vanuit Syrië naar Zweden in 2016. Kort Hierna startte zij een eigen onderneming. Khadija Mansor zag dat immigranten behoefte hadden aan sommige typische Arabische producten en kleding en dat deze niet verkrijgbaar waren in Zweden en startte de onderneming 'Sahab'. In het begin werkte zij van huis uit en verkocht zij via facebook. Toen de vraag begon toe te nemen, huurde zij een ruimte in Gottsunda, nabij het stadscentrum van Uppsala en begon met de verkoop van kinderboeken in het Arabisch en een groot aantal verschillende producten zoals parfum, kleren en accessoires. Nu heeft Khadija drie mensen in dienst.

Als optie kan de coach er ook voor kiezen om een eigen voorbeeld uit eigen land te vertellen.

2. De coach vraagt feedback aan de deelnemers:
 - Hoe toonde zij initiatief in dit voorbeeld?
 - Welke vaardigheden en hulpbronnen hebben haar geholpen denk je?
 - Dacht jij voor dat je dit verhaal horde dat pas aangekomen immigranten zo'n succesvol bedrijf zouden kunnen starten.
 - Heb je zelf voorbeelden onder je vrienden die initiatief hebben genomen om problemen op te lossen? (Zelfs als we niet praten over het starten van een onderneming).

Ondersteunende**materialen:**(Literatuurverwijzingen,
nuttige links, video,
PPT, etc)<https://bygg.uppsala.se/contentassets/a88123a480894fee98c6306fcc9b438a/nyhetsbrev-gottsunda-och-valsatra-februari-2020.pdf>

Oefening	Eigen voorbeelden/discussie in de groep
5	
Leerdoel:	Begrijpen van het nut van het nemen van initiatief. Leren presenteren en discussiëren in een groep
Duur:	3 uur
Beschrijving van de procedure:	1. Coach vraagt aan deelnemers om te vertellen over eigen initiatief dat zij genomen hebben in hun leven op terreinen zoals: - Onderwijs - Familie - Budget/economie - Reizen - Etc. 2. Deelnemers vertellen over hun eigen ervaringen in de vorm van een soort van het spelen van een dag uit hun leven. B.v. het organiseren van een familie uitstapje, het vinden van een school voor een kind van hen in hun huis of gastland of voorbereiden van familiefeestje. 3. Coach vraagt:

- Hoe voelde het om initiatief te nemen en om verantwoordelijk te zijn voor deze specifieke taak?

- Welke vaardigheden en competenties heb jij ontwikkeld of verbeterd? (communicatie, probleemoplossing, conflict oplossing, planning en management, financiële planning)

- Ging er iets anders dan jij verwachtte? Hoe ben je hier mee omgegaan?

- Was deze situatie uitdagend? Op welke wijze?

4. Eventueel kunnen deelnemers hun ervaringen invullen in een gezamenlijke ervaringenmap.

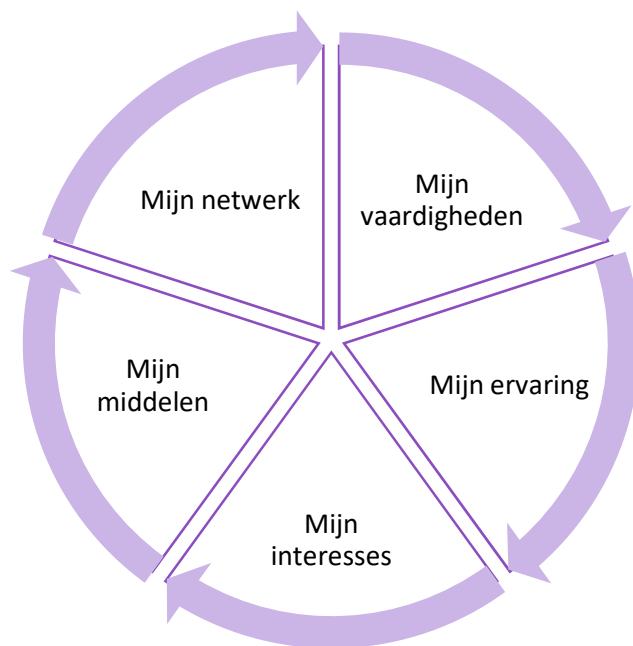
De oefening zorgt voor meer bewustzijn van de eigen mogelijkheden om initiatief te nemen, begrijpen hoe dagelijkse projecten bijdragen aan initiatief nemen.

Ondersteunend
materiaal

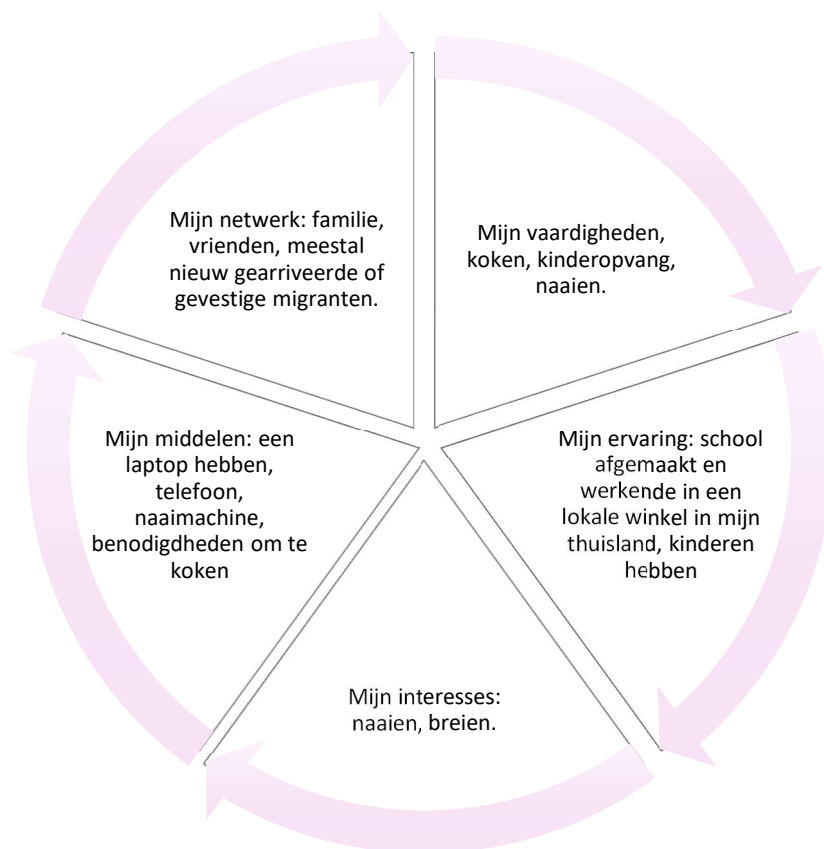
(Literatuurverwijzingen,
bruikbare links, video,
PPT, etc)

Bijlage IV. Ervaringen

Bijlage I

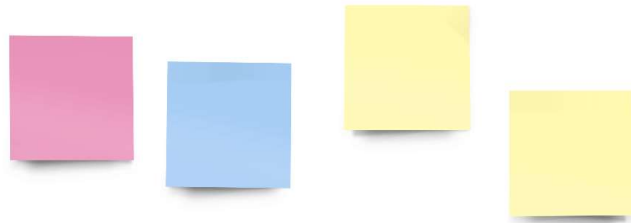


Voorbeeld:



Bijlage II kansen map

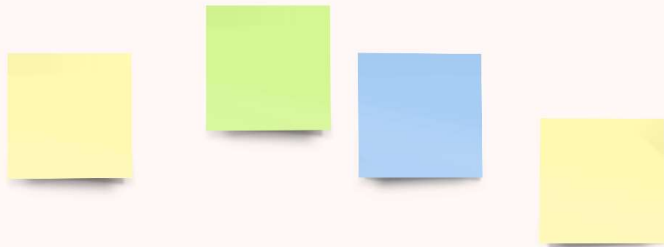
What resources and skills do we have?



What interests do we have?



What problems or opportunities in community can we adress?



What are the possible solutions to these problems?



Voorbeeld

What resources and skills do we have?



What interests do we have?



What problems or opportunities in community can we adress?



What are the possible solutions to the problems?



Bijlage III

Initiatief map

Probleem	Oplossing	Klant

Voorbeeld van het invullen van een initiatief map:

Probleem	Oplossing	Klant
<i>Er is geen winkel met Arabisch voedsel</i>	<i>Open restaurant met traditionele Arabisch voedsel gebruik makend van hulpmiddelen in oefening zoals:</i> - <i>We kunnen koken</i> - <i>We hebben een netwerk</i> - <i>We weten hoe we het traditionele</i>	<i>Mensen levend in het gebied</i>

	<i>voedsel moeten bereiden</i> - <i>We kunnen een locatie vinden</i>	
--	---	--

Bijlage IV. Ervaringen in mappen onderbrengen

Participant name	1	2	3
Experience Describe the action you did being initiative?	  	    	  
Challenges Did something go the way you didn't expect it? Was something too difficult for you?	  	    	  
Solution How did you solve those challenges?	  	    	  
Skills What new skills did you develop?			
Your Feeling What was the feeling of this experience?			
Opportunities What new opportunities this opened for you?	  	    	  

Deze module is gericht op laag opgeleide vrouwen die hun actuele situatie, hun werk en het opbouwen van een carrière met elkaar verbindt. De meeste van deze vrouwen hebben geen bewustzijn van een loopbaan omdat in hun thuisland en cultuur het maken van carrière voor een vrouw niet gebruikelijk is. Ook zorgen gender gerelateerde zaken niet aan een wijdere horizon en perspectief. De ambitie van deze module is daarom afgestemd op de situatie en context van deze vrouwen. Belangrijke vragen die aan bod zullen komen zijn: Wie ben ik? Waarin wil ik participeren? Wat kan ik? Op het einde van de module zijn vrouwen in staat om te formuleren wat ze willen; dit is een eerste stap op hun eigen carrière pad. De module bestaat uit zes workshops die in totaal zo'n 15 à 20 uur duren. Oefeningen dragen bij aan het bereiken onderstaande leerdoelen.

Algemene leeropbrengsten van de cursus waaraan deze module bijdraagt:

- In staat zijn om gezamenlijk te plannen, te organiseren (bronnen) en een gezamenlijke basis activiteit te evalueren

Belangrijkste leerdoelen die bij dragen aan dit resultaat:

- Migrantenvrouwen zijn op de hoogte van hun korte termijn opties
- Migrantenvrouwen zijn op de hoogte van hun genderbarrières op hun carrière pad.
- Migrantenvrouwen hebben inzicht in hun eigen wensen, krachten en zwakten
- Migrantenvrouwen hebben een eerste stap gezet op hun carrière pad (ambitie)

Vereiste kennis

- Kennis over genderperspectief en genderbarrières
- Kennis aangaande de discrepantie tussen de huidige situatie en de toekomstige ambitie

- Kennis over hoe om te gaan met de 1e carrière stap.

Vaardigheden

- In staat om eigen ambitie te formuleren
- In staat om in een team te werken
- In staat om aan een plan vast te houden
- In staat om eigen krachten te gebruiken en hulp te vragen wanneer je geconfronteerd wordt met je eigen zwakheden.

Competentie

- Zelfbewustzijn
- Kansen zien
- Initiatief nemen
- Toenemend doorzettingsvermogen

THEORIE

Theoretische achtergrond over carrière begeleiding en genderconstructie

Wat is een carrière of een loopbaan?

In grote lijnen kunnen de theorieën over loopbaanbegeleiding verdeeld worden in twee groepen, afhankelijk van hoe we naar carriërs kijken. Aan de ene zijde vinden we de voorstanders van “matching” als belangrijkste onderdeel van loopbaanbegeleiding. Volgens deze visie weten we waar het individu staat (punt A) en waar we willen dat het individu naar toe gaat (punt B). Het begeleidingstraject lijkt zeer goed georganiseerd evenals de middelen die worden ingezet. Het proces bestaat uit standaard producten (om vaardigheden en competenties op te doen) en standaard diensten om een match te maken tussen de persoon en beschikbare opleidingen. De focus ligt op het vinden van de match;

we vragen ons niet af of de match bijdraagt aan het huidige welbevinden van het individu of aan diens lange termijn ambitie etc. In theorieën over carriërs worden dit de Match theorieën genoemd (zie bijvoorbeeld Parsons trait theory van begin 1900 en de theorie van Holland aangaande keuzes maken van de jaren '70). Een carrière maken is niets meer dan een alternatieve nieuwe match. Het carrièrepad is de te volgen route om baan gerelateerde vaardigheden en competenties te verkrijgen. Het is als de metafoor van naar de dokter gaan om een medicijn voorgeschreven te krijgen.

Tegenover deze theorieën staat een visie op loopbanen die gradueel is ontwikkeld vanaf de jaren 50. Ten gevolge van de invloed van psychologische en sociale theorieën besteden deze nieuwe theorieën meer aandacht aan de ervaringen en de omgeving van iemand en aan iemands geloof en gedachten. Carrière keuze ontwikkelt zich als resultaat van individuele keuzes, familie, vrienden, omstandigheden, motivatie en het omgaan met kansen en mogelijkheden. Al deze factoren beïnvloeden het carrière pad. Daarom is een carrière zelden een rechte lijn die kan worden verklaard door logische verklaringen. Doelen die bij de start duidelijk lijken te zijn blijken ambigu en nieuwe doelen komen regelmatig op. (voor meer informatie bekijk de ontwikkelingstheorieën b.v. de Klant-gecentreerde theorie van Rogers, en de sociaal leren en kansen theorie van Krumboltz).

De doelgroep in aanmerking nemend zullen de meeste coaches zich meer vertrouwd voelen met benadering die aansluit bij de tweede groep maar hun interventie zullen voordeel behalen uit de instrumenten die ontwikkeld zijn op basis van de eerste groep theorieën. Omdat de meeste vrouwen van de doelgroep voorheen nauwelijks werkervaring hebben opgedaan staan zij nog aan het begin van hun carrière pad. Essentieel bij een dergelijk begin is het zetten van een eerste stap (initiatief nemen) en emoties, reflectie, zelfbeeld, zelfvertrouwen in het spel te brengen. Het opdracht iets te organiseren zorgt voor een context waarin dit zal gebeuren.

Deze module focust op de drie belangrijkste vragen bij het zetten van een eerste stap:

- Wie ben ik?
- Wat wil ik doen (inspireert het me)?

- Waartoe ben ik in staat??

-

Enkele aandachtspunten gebaseerd op Von Krumboltz (en anderen) leer theorieën:

Kritische klant vaardigheden:

- Nieuwsgierigheid: Ontdekken van leermogelijkheden
- Volharding: Een manier om met obstakels om te gaan
- Flexibiliteit: Leren omgaan met verschillende omstandigheden
- Optimisme: Positieve houding als zich nieuwe mogelijkheden voordoen
- Risico's nemen: Kan nodig zijn bij nieuwe gebeurtenissen

Loopbaanpaden in een gender perspectief

Mannen en vrouwen hebben te maken met andere condities wanneer zij gaan werken of een opleiding gaan volgen. Een van die verschillende condities is al dat man-zijn en vrouw-zijn geconstrueerde begrippen, binair (alsof anders niet kan) en elkaars tegenpolen zijn, en dat dit in gang gezet is vanaf de geboorte of zelfs daarvoor in de baarmoeder. Dit heeft invloed op de uitkomst van counseling (naar werk of opleiding) maar natuurlijk ook in andere aspecten van iemands leven. Een BBC-documentaire laat zien hoe gender geconstrueerd wordt in heel vroeg stadium wanneer ouders interacteren met kinderen en hen bepaald speelgoed overhandigen waarvan zij denken dat dit hen het meest zal aanspreken (voor een link naar de video zie de lijst aan het einde van deze sectie van het curriculum). De uitkomst (van deze vaak onbewuste processen die in de haarvaten van onze samenleving plaatsvinden) is dat mannen en vrouwen verschillende dingen doen en ook verwacht worden te doen: ze hebben verschillende banen, nemen aan ander onderwijs deel, en nog belangrijker, worden verondersteld een andere loopbaan te kiezen (opleiding, werk). In de loopbaan van een vrouw wordt verondersteld dat de vrouw naast werken rekening houdt met de zorg voor familie en kinderen, huishouding, en de zorg voor de man en ouders (en daarmee heteroseksualiteit als norm te zetten).

Hoe mannelijkheid, vrouwelijkheid en homoseksualiteit tot stand komen wordt geschreven in de gender theorieën. Voor diegene die daar in geïnteresseerd zijn is aan het einde van deze module een lijst toegevoegd met enkele verwijzingen naar deze theorieën. De term “seks” verwijst naar biologisch waarneembare verschillen van het menselijk lichaam (aangeboren, nature), terwijl de term “gender” verwijst naar de verschillende categorieën van sociale verwachtingen, rollen en gedrag (wat is geleerd, nurture). Sommige theoretici wijzen erop dat zelfs het biologische man en vrouw-zijn geconstrueerd is en anderen dat mannelijk en vrouwelijk gedrag geworteld is in de fysiologie van het lichaam. (Halberstam, [1998](#); Fausto-Sterling, [2000](#)).

Afhankelijk van de wijze waarop het gastland de verschillende gendertypes heeft geconstrueerd kunnen migranten vrouwen de kans krijgen om te gaan werken of om een opleiding te volgen. In veel westerse landen is het percentage vrouwen in de leeftijdscategorie 18 - 65 dat werkt of een opleiding volgt erg hoog. Dat betekent dat vrouwen niet alleen mogen werken, maar eigenlijk verondersteld worden om te werken en zichzelf en de eventuele kinderen te onderhouden. De wijze waarop gender is geconstrueerd bepaald echter welk soort opleiding en in welk soort banen deze vrouwen gaan deelnemen. Hoe dan ook, er zijn twee tegengestelde processen aan het werk: op basis van gelijkheid en gelijke kansen een proces om actief te participeren en je te ontwikkelen. En op basis van de gender constructie het proces waardoor juist ongelijkheid wordt gecreëerd, en vrouwen in lager betaalde banen terecht komen, en veel minder vaak in leidinggevende functies.

Het doel van de oefeningen in deze module is de deelnemers hier bewust van te maken op een zeer basaal niveau. Begrijp ik dat datgene wat ik wil of ambieer beïnvloed is door hele subtiele processen? Volg ik mijn eigen weg of volg ik de weg die al is uitgezet door mijn ouders en door mijn culturele herkomst? Bewustzijn hiervan helpt deelnemers om eigen keuzes te maken en om ze te motiveren om hun eigen weg te volgen.

Gender constructie en coaching

Het proces van genderconstructie heft ook gevolgen voor coaching en de coach. Coaches / loopbaanbegeleiders hebben de verantwoordelijkheid om zich bewust

te zijn van het effect van gender op de (uitkomst van de) ontmoeting met een client. Omdat in deze relatie bovendien een sterke machtsdimensie aanwezig is volstaat het niet om aan een client de eenvoudige vraag te stellen wat deze wil. Het resultaat van de ontmoeting wordt mede bepaald door de wil en het vermogen van de coach / begeleider om de eigen (voor-) oordelen en veronderstellingen over gender aan de kant te zetten. De wil en het vermogen om dat te kunnen doen veronderstelt dat ook de coach / begeleider weet hoe gender wordt geconstrueerd. Wat betekent gender constructie in mijn werk, hoe vertaalt zich dat het gedrag en de uitingen van mijn client, en hoe vertaalt zich dat in mijn eigen gedrag? Deze theoretische inleiding heeft ook als doel om het bewustzijn van de coach / begeleider over gender constructie te vergroten.

Lso komen van de gender constructie betekent dat je jezelf de vraag kunt stellen (en beantwoorden) wat je als vanzelfsprekend ervaart wanneer je met een client werkt. Als je zwangerschap en verantwoordelijkheid voor het gezin als vanzelfsprekend ziet, dan doe je aan gender constructie. Als het hebben van kinderen gezien wordt als een belemmering om een bepaalde baan te krijgen, opleiding te volgen, of een leer[plek in een bedrijf te krijgen, dan doe je aan gender constructie (zeker omdat vaderschap maar door weinigen als een belemmering daarvoor wordt gezien). Als bepaalde beroepen niet worden genoemd omdat ze bepaalde fysieke inspanning vereisen (brandweer, maar ook verzorging) dan doe je aan gender constructie.

Het simpele feit dat integratie-inspanningen voor de echtgenote verminderen zodra de man een baan heeft is ook een voorbeeld van gender constructie.

OEFENINGEN

Nummer	Naam/Type oefening
1	Mijn eigen krachten Groepsdiscussie, werk in kleine groepen
Leerdoel:	• Migrantenvrouwen hebben inzicht in hun eigen wensen, krachten en zwakheden • Migrantenvrouwen zijn zich bewust van hun eigen mogelijkheden op korte termijn
Beschrijving van de procedure:	• Coach verdeelt de deelnemers in kleine groepen van 3 à 4 personen. • In elke groep discussiëren de deelnemers over waarin zij goed zijn en wat een onderwerp is waarin ze beter zouden willen worden • De coach stimuleert de deelnemers om met elkaar ideeën te delen. • Deelnemers geven aan hoe ze weten dat ze ergens goed in zijn. Duur: 20 minuten • De coach verzamelt de feedback en schrijft op een bord voor iedere deelnemer haar kracht, haar ervaring en haar wensen tot verbetering Duur: 25 minuten • Coach vormt nieuwe kleine groepen • Coach vraagt deelnemers om te omschrijven op welke wijze de ondernemersactiviteit hen helpt om hun krachten te gebruiken om te werken aan het punt dat ze willen verbeteren.

	Duur: 20 minuten • Coach verzamelt individuele feedback van alle deelnemers en schrijft dit ook op het bord. • Coach maakt een foto van de verzamelde informatie (om later bij evaluatie te gebruiken) • Coach vat samen hoe de organisatie van de te organiseren activiteit elk van de vrouwen heeft geholpen / helpt bij haar ontwikkeling Duur: 25 minuten
Ondersteunende materialen:	• Bord • Stiften
Duur:	1,5 uur

Oefening	Naam/Type oefening
2	Mijn baan Een collage maken en groepsdiscussie
Leerdoel:	• Migrantenvrouwen hebben inzicht in hun eigen wensen, krachten en zwakheden • Migrantenvrouwen zijn zich bewust van hun eigen mogelijkheden op korte termijn
Beschrijving van de procedure:	• Coach legt de opdracht uit: deelnemers worden uitgenodigd om uit magazines foto's te knippen waarop een beroep te zien is dat ze graag zouden willen uitoefenen. • Foto's worden op A3 vellen geplakt, teksten kunnen worden toegevoegd.

- Coach voorziet de deelnemers van de benodigde materialen
- Halverwege de taak vraagt de coach aan de deelnemers of zij goed willen nadenken over wat ze echt zouden willen.
- Deelnemers werken zelfstandig of in groepjes.

Duur: 30 minuten

- Plenaire sessie.
- Coach vraagt aan iedere deelnemer om haar collage te presenteren en toelichten te geven.
- Coach vraagt indien gewenst nadere uitleg bij de collage.
- Elke collage wordt opgehangen op de muur.

Duur: 45 minuten

Pauze: 15 minuten

- Coach vormt groepjes van 3 à 4 personen en legt de taak uit.
- Wat heeft iemand nodig om het werk /de taak uit te kunnen voeren? Wat zijn de zwakheden van iemand op dit moment?

Duur: 30 minuten

- Plenaire sessie
- Coach zet in twee lijstje de sterktes en zwaktes bij elkaar.
- Coach vraagt de deelnemers welke sterke punten ook aan bod kwamen bij het ondernemersevent.
- Coach vraagt de deelnemers welke zwakke punten zouden kunnen worden getraind tijdens de activiteit die men wil gaan uitvoeren.

	• Coach vraagt of er nog andere vaardigheden zijn die gedurende de activiteit getraind zouden kunnen worden. • (Lijsten worden bewaard om te gebruiken tijdens de evaluatie) Duur: 30 minuten • Coach beëindigt de oefening met een reflectieve vraag: Gebruik je al je sterke punten? Wat belet je dat te doen? Duur: 15 minuten
Ondersteunende materialen:	• Stapel magazines met veel foto's • Scharen • Lijm • A3 vellen papier • Plakband • White bord • Stiften
Duur:	2-3 uur Deze oefening kan worden opgesplitst (periode voor en na de pauze) en kan ook verdeeld worden over 2 lessen.

Oefening	
3	Wie ben ik Individuele presentatie en groepsdiscussies

Leerdoel:	• Migrantenvrouwen hebben inzicht in hun eigen wensen, krachten en zwakheden • Migrantenvrouwen zijn zich bewust van hun eigen mogelijkheden op korte termijn
Beschrijving van de procedure:	Voor deze oefening moeten alle deelnemers wat huiswerk doen. Idealiter is deze voorbereidende taak aan het eind van de vorige oefening uitgelegd. Deelnemers wordt gevraagd om van thuis een item mee brengen dat aangeeft wie zij zijn en dit mee te brengen naar deze bijeenkomst. Alternatieve taak (afhankelijk van het niveau) : maak een kort filmpje op je mobiel over het thema: wie ben ik. • Coach verwelkomt de deelnemers en vraagt hen allen hun thema/filmpje te presenteren. • Coach vraagt deelnemers of dit daadwerkelijk is wie ze willen zijn. Duur: 30 minuten • Coach vormt kleine groepjes van 3 tot 4 deelnemers. • Coach legt de taak uit: Bespreek hoe je geworden bent die je nu bent. Wat waren belangrijke gebeurtenissen in je leven? Wat deed je uit jezelf, wat werd door anderen besloten? • Bereid een korte individuele presentatie voor. Duur: 45 minuten Pauze: 15 minuten • Plenaire bijeenkomst • Coach nodigt iedere deelnemer uit om te vertellen over de belangrijkste gebeurtenissen in haar leven.

	• Coach maakt een lijst van genoemde gebeurtenissen op het bord. Hij/zij markeert de rol van deelnemers zelf en de rol van anderen. Duur: 45 minuten • Discussie: wat vertelt ons dit overzicht over onze eigen rol in te worden wie we zijn. • Coach legt het concept van gelijke kansen uit • Coach vraagt deelnemers of dit concept van nut zou zijn om te worden wie je zou willen zijn. Op welke manier? • Discussie over waargenomen hindernissen. • Welke nieuwe mogelijkheden krijg je door het organiseren van de activiteit? Duur: 30 minuten • Coach evalueert kort de sessie: Wat heb je geleerd van deze oefening?
Ondersteunende materialen:	• Tafel (om de meegebrachte items op te plaatsen) • White bord • Stiften • Beamer/projectiescherm/computer
Duur:	2-3 uren (Oefening kan worden gesplitst in twee delen en over twee lessen worden verdeeld)

Oefening	Naam/type oefening
4	Leven als een vrouw? Video en groepsdiscussie
Leerdoel:	• Migrantenvrouwen zijn zich bewust van de voornaamste gender barrières op hun carrière pad. • Migrantenvrouwen zijn zich bewust van hun keuzemogelijkheden op korte termijn
Beschrijving:	• Coach introduceert de oefening en de bijbehorende video • Coach toont de video Duur: 15 minuten • Coach controleert of de deelnemers de inhoud van de video hebben begrepen • Coach vraagt de mening van de deelnemers: zijn we jongen en meisje of creëren we jongen en meisje? • Groepsdiscussie: Wat zijn je gevoelens na het zien van deze video? Coach vraagt naar voorbeelden uit eigen jeugd. • Coach ziet er op toe dat iedereen meedoet • Coach vat samen, vraagt wat de deelnemers hebben geleerd en sluit de sessie af.
Ondersteunende materialen:	https://www.youtube.com/watch?v=nWu44AqF0il • Beamer • laptop
Duur:	1,5 uur

Oefening	Naam/Type oefening
5	Typisch vrouwelijk werk Collage, groepsdiscussie
Leerdoel:	• Migrantenvrouwen zijn zich bewust van de voornaamste gender barrières op hun carrière pad. • Migrantenvrouwen hebben inzicht in hun wensen, krachten en zwakheden
Beschrijving van de oefening:	Voorbereiding: Coach komt met voorbeelden van typisch vrouwelijke beroepen in de thuislanden van de vrouwen die door mannen worden uitgeoefend. • Coach legt de opdracht uit: Deelnemers worden uitgenodigd om uit tijdschriften foto's te halen waarop typische vrouwenberoepen staan afgebeeld. • Foto's worden op een A3 vel geplakt, er mogen teksten bij geschreven worden • Coach geeft materialen aan alle deelnemers • Halverwege de sessie vraagt de coach waarom de deelnemers denken dat datgene dat ze uitknippen typisch vrouwenwerk is. • Deelnemers werken zelfstandig maar mogen als ze dat willen ook samenwerken met anderen. Duur: 30 minuten • Plenaire sessie. • Coach vraagt iedere deelnemer om de collage te presenteren en uit te leggen waarom het typisch vrouwelijk is. • Coach stelt reflectieve vragen in het geval de uitleg niet duidelijk is

	• Alle collages worden op een muur bevestigd. • Coach schrijft op een bord alle redenen die genoemd worden door de deelnemers • (Coach kan presentaties inkorten door te vragen naar enkel de nog niet genoemde redenen) Duur: 30 - 45 minuten • Coach bespreekt genoemde redenen en geeft aan of dit ideeën of feiten zijn. Ter illustratie geeft de coach voorbeelden van een aantal situaties waarin mannen typische vrouwenberoepen uitoefenen en omgekeerd. Wat betekent dit? • Coach vraagt de deelnemers wat ze door deze oefening hebben geleerd. Duur: 30 minuten
Ondersteunende materialen:	• Stapel tijdschriften met veel foto's • Scharen • Lijm • A3 papier • Tape • White bord • Marker
Duur:	1 uur en 30 minuten

Oefening	Naam/Type oefening
6	Overwinnen van gender barrières
Leerdoel:	• Migrantenvrouwen zijn zich bewust van de voornaamste gender barrières op hun carrière pad. • Migrantenvrouwen hebben inzicht in hun wensen, krachten en zwakheden • Migrantenvrouwen zetten een eerste stap op hun eigen carrière pad (ambitie
Beschrijving van de oefening:	• Coach legt het doel van de oefening uit: mogelijkheden onderzoeken om af te wijken van je traditionele levenspad. • Coach maakt een snelle inventaris van de huidige positie van de vrouwen: Wat zijn de vrouwen momenteel aan het doen (de meeste zijn waarschijnlijk huisvrouw/zorgen voor de familie) . Optie: toevoegen van wat vrouwen wensen • Coach schrijft de informatie op het bord. Duur: 20 minuten • Coach verdeelt de deelnemers in kleine groepen (3-4) • Coach legt de opdracht uit. Eerst inventarisatie van de barrières die er zijn om te huidige positie te wijzigen. • Discussies in kleine groepen. Als het nodig is stelt de coach simpele vragen zoals: Heb je genoeg tijd? Wordt het geaccepteerd wat jij zou willen doen? Duur: 30 minuten • Plenaire sessie

	• Elke groep vertelt over haar bevindingen • Coach maakt een inventaris van de genoemde barrières • Coach start discussie over de vraag wat deelnemers kunnen doen om barrières te overwinnen of te verminderen. Er kan gezocht worden naar mogelijkheden voor de vrouwen om hun wensen onder de aandacht te brengen bij hun man. Wat is een goede manier om het ter sprake te brengen? • Coach vat de argumenten samen • Coach sluit de sessie af en vraagt deelnemers om te reflecteren op datgene dat ze geleerd hebben • Duur: 40 minuten
Materialen:	• White board • Marker
Duur:	1 uur, 30 minuten

THEORIE



De termen zelfbeschikking, zelfvertrouwen en eigenwaarde worden vaak door elkaar heen gebruikt. In psychologische kringen is er sprake van een voortgaand debat over wat elk van deze termen betekent en over de verschillen tussen de termen.

Zelfbeschikking is vaak gedefinieerd als het geloof van een persoon om zijn capaciteiten om gebeurtenissen in haar eigen leven te beïnvloeden (A. Bandura, 1977). Dit is vaak in relatie tot toekomstige gebeurtenissen en is dus toekomstgericht in haar benadering.

Definities van zelfvertrouwen omvatten “geloof in jezelf” (Benabou & Tirole, 2002 Positive Psychology), ‘een individuele verwachting van prestaties en zelfevaluatie van mogelijkheden en eerdere prestaties’ (Lenney 1977, Positive Psychology) en ‘een individueel geloof in zijn of haar mogelijkheden, capaciteiten en oordelen, of, het geloof dat hij of zij met succes dagelijkse uitdagingen en vragen aan kan (Dictionary Online, Positive Psychology)

Zelfvertrouwen focust meer op toekomst, meer dan dat het focust op een individuele taak. Zelfvertrouwen en een goed gevoel over onze capaciteiten kan ons blijer maken (gedeeltelijk omdat we meer succes hebben) en ons motiveren om dingen te ondernemen en aan doelen te werken.

Eigenwaarde is door Morris Rosenberg (1965) gedefinieerd als een relatief stabiel geloof over iemands zelfwaarde.

Nathaniel Branden gelooft dat eigenwaarde bestaat uit 2 verschillende elementen: het vertrouwen dat we hebben om uitdagingen aan te gaan en het geloof dat we blijdschap, liefde en respect verdienen (1969, Positive Psychology)

Zelfvertrouwen/eigenwaarde is heel belangrijk zowel als een factor om succes te ondersteunen, maar ook om welbevinden en blijdschap te bevorderen. Een realistische maar positieve blik op je zelf is vaak ideaal.

Abraham Maslow identificeert zelfvertrouwen/eigenwaarde als een van de menselijke basisbehoeften. Om te kunnen groeien en gedijen moeten we ons op een positieve manier onderscheiden van anderen, alsook om zelfrespect te verkrijgen. Zelfvertrouwen is een essentiële menselijke behoefte die vitaal is voor ons overleven en een gezonde ontwikkeling.



Er zijn verschillende vormen van zelfvertrouwen/eigenwaarde:

- Globaal zelfvertrouwen: Dit refereert aan de algemene opinie die iemand heeft over zichzelf op een bepaald moment, alle verschillende factoren in ogenschouw nemend. Er is een schaal voor het meten van zelfvertrouwen. (Harter, 1993, p.88 in: Kling et al., 1999).
- Specifiek zelfvertrouwen: Hierbij gaat het om iemands zelfvertrouwen in een specifieke situatie of op een specifieke plek zoals b.v. iemands uiterlijk of als hij/zij sport beoefent.
- Vertrouwen op je karakter: Dit vertrouwen ontstaat vanuit een gevoel dat men gewild is en de opvatting over het erbij horen of juist buitengesloten worden (Leary, Tambor, Terdal & Downs, 1995).
- Staat van zelfvertrouwen: Dit komt voort uit iemands gevoel van erbij horen in een speciale situatie.
- Stabiel zelfvertrouwen : hiervan is sprake als iemand kan omgaan met bedreigingen voor zijn ego door verlies en onenigheid, zonder heftige emotionele reacties uit te lokken.
- Authentiek: hoog, stabiel zelfvertrouwen

Al in 1890 ontwikkelde William James een formule voor zelfvertrouwen, die nog steeds gerespecteerd wordt. Hij beargumenteert dat je goed voelen over jezelf en hoe goed we dingen doen onlosmakelijk samen hangt. We kunnen ons beter voelen over onszelf door zowel succesvol te zijn in de wereld maar juist ook door de niveaus van onze verwachtingen te variëren (niet altijd voor goud gaan).

Vandaag de dag menen psychologen dat ons zelfvertrouwen in onze vroegste kinderjaren wordt ontwikkeld. Als we een basis van vertrouwen hebben, onvoorwaardelijke liefde en veiligheid ervaren, dan ontwikkelen we makkelijker zelfvertrouwen. Stanley Coopersmith deed in 1967 bij kinderen en ouders uit eenzelfde groep onderzoek en kwam tot de conclusie dat zelfvertrouwen vooral ontstond bij duidelijke regels gesteld door de ouders. Nathaniel Branden beargumenteerde in 1969 dat de meeste emotionele problemen waar mensen mee te maken hebben kunnen worden teruggevoerd op een laag zelfvertrouwen.

Theorieën over zelfvertrouwen en hun functie

Maslow's behoeften piramide

Maslow (1943) beargumenteert dat mensen een aantal behoeften hebben en dat er een aantal basale behoeften (zoals eten, slapen, kleding, werk, huisvesting, persoonlijke veiligheid) vervuld moeten worden voordat men aan meer complexe toe kan komen. In zijn piramide waarin de basale onder in de piramide staan staat zelfvertrouwen vrij hoog. Hij zegt ook dat er 2 niveaus van zelfvertrouwen zijn. Het laagste niveau hangt samen met het respect dat anderen voor je hebben en het hogere komt vanuit jezelf.

Theorie over zelfbeschikking

Deze theorie zegt dat afgezien van externe invloed, we allemaal worden geboren met een natuurlijke motivatie om onze omgeving te onderzoeken en te overwinnen. Als de sociale omstandigheden zo zijn dat we vanuit onze eigen intrinsieke motivatie vertrekken, wordt een gevoel van verwantschap, autonomie en competentie geschapen waaruit zelfvertrouwen ontstaat (Deci en Ryan 1995).

Terreur management theorie

Deze theorie is gebaseerd op het idee dat zelfvertrouwen een culturele constructie is die tegenwicht biedt aan onze boosheid over het feit dat we allemaal eens dood gaan. Ons vertrouwen en geloof in onze effectiviteit en betekenis wordt dan een buffer tegen deze boosheid en zodoende streven wij naar vertrouwen. (Greenberg & Arndt, 2011).

Sommige onderzoekers stellen een integratie van de Attachment Theory and Terror Management Theory (Mikulincer, Florian, & Hirschberger, 2003) voor met het argument dat zelfvertrouwen zich ontwikkelt als een kind zich realiseert dat als zijn opvoeder voorziet in zijn behoeften zijn boosheid vermindert. Zo ontwikkelt zich een tussensamenhang tussen zelfvertrouwen en goede relaties.

Sociometer Theory

Deze theorie is gebaseerd op het idee dat zelfvertrouwen zich ontwikkelt in relatie tot sociale acceptatie en verwerping.. Het is een interne graadmeter of iemand zich ergens thuis voelt of niet. (Leary 2006)

Het belang van zelfvertrouwen



<https://neilpatel.com/blog/boost-confidence-8-simple-exercises/>

Alhoewel men gelooft dat we vertrouwen ontwikkelen en onderhouden, zijn wetenschappers het er in het algemeen over eens dat het hebben van

zelfvertrouwen waardevol en belangrijk is in het leven. Het zorgt er niet alleen voor dat we ons goed voelen maar het heeft ook andere voordelen.

- Groot zelfvertrouwen zorgt voor een betere gezondheid, een beter sociaal leven, bescherming tegen mentale aandoeningen en sociale problemen en een betere mentale gesteldheid (Mann, Hosman, Schaalma, & de Vries, 2004).
- Kinderen met een hoog zelfvertrouwen presteren beter op school en hebben later in hun leven meer plezier in hun werk.
- Zelfvertrouwen is nauw verbonden met blijdschap. Meer zelfvertrouwen zorgt voor meer geluk.
- Een hoog zelfvertrouwen zorgt zelfs voor het stijgen van de kansen om een serieuze chirurgische ingreep te overleven (Mann et al., 2004).
- En een hoog zelfvertrouwen zorgt voor verbeterde prestaties op het werk met een betere concentratie en grotere commitment om taken uit te voeren (Hawbaker, Ray 2017)

Er is ook veel onderzoek gedaan naar het verband tussen zelfvertrouwen en succes in het leven. Dit succes wordt deels verklaard door de goede mentale gezondheid die mensen met vertrouwen vaak genieten. Onderzoek van Atherton e.a 2016; Clark&Gakuru 2014; en T.C. North komen tot 12 voordelen van een toegenomen zelfvertrouwen

- Hoger gevoel van eigenwaarde
- Meer plezier in leven en activiteiten
- Geen twijfels
- Vrij van angst en stress
- Meer energie en motivatie om dingen te doen
- Meer contact met andere mensen bij sociale ontmoetingen. Als je relax bent voelen anderen zich meer op hun gemak bij je.
- Je kunt meer invloed op anderen uitoefenen
- Meer leiderschap
- Toenemende positieve houding
- Je wordt attractiever beschouwd
- Vermindering van negatieve gedachten

- Toegenomen niveau van blijdschap

Op de werkplek levert hoog zelfvertrouwen veel voordeel op. Niet alleen onder de leiders maar op alle niveaus. Onder andere:

- Stellen van duidelijke grenzen, met de mogelijkheid om de eigen werkdruk te managen en een hogere mate van autonomie te bereiken
- Mogelijkheid om vergaderingen efficiënt en vertrouwelijk te houden
- Effectiever delegeren
- Duidelijke communicatie stijl
- En ook is aangetoond dat meer zelfvertrouwen leidt tot meer promoties, hogere posities , betere beloning en tot meer promoties.

Het is echter wel belangrijk op te merken dat het zorgen voor een omgeving waar in mensen nooit falen en continue geprezen worden niet altijd goed is. Onrealistische verwachtingen en een gebrek aan weerstand tegen falen, alsook een toename van narcisme kunnen ook toegeschreven worden aan buitengewoon positieve omgevingen.

Hoe herken je zelfvertrouwen ?

Enige karakteristieken van zelfvertrouwen zijn:

- Kunnen toegeven dat men een fout heeft gemaakt en ook in staat om te leren van fouten
- Bereid om risico's te nemen en te gaan voor wat ze willen bereiken
- Bereid om datgene te doen dat zij belangrijk vinden. Ook als dit betekent dat ze alleen komen te staan of dat ze hierom bekritiseerd worden
- In staat om complimenten te accepteren en deze werkelijk te horen en ontvangen
- Bereid zich kwetsbaar op te stellen en anderen om advies te vragen
- In staat om ongezone of beperkende omstandigheden zoals werk of relaties te verlaten
- Minder genegen om zichzelf de schuld te geven als er iets mis gaat
- Ze zijn betrouwbaar bij het nemen van beslissingen
- Zijn meer genegen om verantwoordelijkheid te nemen voor hun daden

Werken aan je zelfvertrouwen

Het is goed om te weten dat we dingen kunnen doen om ons zelfvertrouwen te ontwikkelen. We kunnen het gevoel over onszelf veranderen en anders gaan denken over wat we kunnen bereiken. Positief en productief gedrag kan na een tijdje leiden tot een verandering van ons zelfbeeld.

- Denk na en herinner je aan alle dingen die je al bereikt hebt.
- Maak een lijstje en herinner je jezelf aan je krachten
- Denk aan je doelen en waarom je ze wilt bereiken.
- Besteed aandacht aan je denken, let er op als je negatief bent over je zelf en stop dit. Verander je innerlijke kritiek!
- Moedig jezelf aan om positief te denken – misschien door bevestigingen op te schrijven
- Stel kleine doelen voor jezelf en schrijf ze op en vier ze als je ze gehaald hebt
- 'Doe alsof' tot het je lukt'. Gedraag je alsof je vertrouwen hebt ook al voel je dit niet
- Lichaamstaal – neem een vertrouwen uitstralende lichaamstaal aan (hoofd omhoog, maak oogcontact, schouders naar achteren)
- Doe vaker dingen waar je van geniet en waar je goed in bent
- Werk aan het stellen van grenzen. Zeg nee tegen dingen die je niet wilt
- Blijf trouw aan jezelf, volg je eigen geloof en ethische normen

OEFENINGEN

Oefening 1	Bevestigingen
Leerdoel:	• Herkenning van eigen positieve kenmerken en eigenschappen • Kennis van bruikbare hulpmiddelen om vertrouwen op te bouwen • In staat zijn om positief te leren denken • De kennis om ervaringen uit het verleden te gebruiken om zelfvertrouwen te ontwikkelen • Zelfbewustzijn
Duur:	90 minuten
Beschrijving:	• Activiteit: Positieve gesprek over jezelf Participanten vormen paren en geeft de vijf stellingen en geeft ruimte aan de deelnemers om de stellingen aan te vullen. Het tweetal praat er met elkaar over hoe het voelt om positieve dingen over zichzelf te zeggen Gesprek met de gehele groep over hoe het voelde om positieve dingen over jezelf te zeggen • Coach geeft uitleg over negatief en positief denken en het concept van bevestigingen • Activiteit: maken van een bladwijzer met bevestigingen

	Deelnemers gaan in tweetallen aan de slag en bedenken 5 bevestigingen die hen op dit moment zouden helpen om hun negatieve denken te veranderen. Iedere deelnemer gebruikt papier en pennen om een eigen bladwijzer te maken.
Benodigde materialen : (Literatuur verwijzingen, bruikbare links, video's, PPT's etc)	Karton, scharen, pennen (diverse kleuren) https://www.rebeccalucyh.com/31-affirmations-to-increase-confidence https://www.lifesorted.com/positive-affirmations-for-confidence/ https://www.developgoodhabits.com/affirmations-self-esteem-confidence/

Oefening 2	Naam: Managen van nieuwe situaties
Leerdoel:	• In staat zijn behoeften te herkennen en te vervullen • Managen van nieuwe en onbekende situaties • Kennis van bruikbare hulpmiddelen om vertrouwen op te bouwen • Zelfbewustzijn • Nemen van initiatief • Omgaan met risico's
Duur:	90 minuten
Beschrijving:	• Activiteit: Wat is er nieuw

	Deelnemers gaan in een kring zitten en vertellen over iets compleet nieuws dat zij vandaag gedaan hebben. . Nadat enkele mensen zijn geweest gaan de anderen vertellen over ervaringen met het doen van nieuwe dingen gedurende de laatste week, de laatste maand of het laatste jaar. Dan wisselen zij verder hun ervaringen uit hoe het was om iets nieuws te doen. • Discussie in de klas: Hoe is het om nieuwe dingen te doen, hoe voelt men zich daarbij? Begeleider geeft uitleg over het onder controle krijgen van nieuwe dingen – managen van overgangen, zijn van een beginner, het onbekende tegemoet treden, angst beheersen, angst om te falen etc. • Activiteit: Scenario's Groep deelt zich op in kleinere groepjes en kijkt naar scenario's van nieuwe situaties (zie sheet) en denkt na over zaken die ze kunnen voorbereiden om zich meer vertrouwt te voelen met de situatie. Klassikale discussie met terugkoppeling vanuit de groepjes naar de gehele klas. Begeleider pikt uit de presentaties de belangrijkste zaken die ingezet kunnen worden om met nieuwe situaties om te gaan.
Ondersteunende materialen: (Literatuurreferenties, bruikbare links, video, PPT, etc.)	Flipover en pennen https://medium.com/@diemkay/how-to-deal-with-big-life-changes-endings-neutral-zones-and-new-beginnings-398e263f2a2 https://www.mindtools.com/pages/article/bridges-transition-model.htm

<https://www.psychologytoday.com/gb/blog/tracking-wonder/201903/adjusting-your-mindset-when-facing-the-unknown>

<https://www.mequilibrium.com/resources/how-to-fight-your-fear-of-the-unknown/>

<https://livingforimprovement.com/facing-the-unknown-perspectives-from-the-past-and-present-7d24b1176ec0>

Oefening 3	
Ik ben vertrouwd	
Leerdoel:	• Herkenning van eigen positieve kenmerken en attributen • In staat zijn om behoeften te herkennen en te vervullen • Managen van nieuwe en onbekende situaties • Zelfvertrouwen • Doorzettingsvermogen • Initiatief nemen • Omgaan met risico's
Duur:	120 minuten
Beschrijving :	• Activiteit: Zaken waarvan ik vertrouwen krijg Begeleider introduceert het onderwerp vertrouwen en hoe dit op te bouwen door op het positieve te focussen. Er wordt een rondje gemaakt waarbij iedere deelnemer een positief woord zegt dat begint met de 1e letter van

zijn of haar naam (b.v. Briljante Bob). Als het goed gaat wordt dit nog een 2e ronde gedaan.

Begeleider vraagt aan deelnemers om zaken te noemen die hen helpen om positiever te worden en meer vertrouwen te krijgen en ook waarom dat zo is.

- Een lied
- Een boek
- Een film
- Een beroemd persoon
- Activiteit: Groepsdiscussie – hoe ziet vertrouwen eruit

Klas wordt verdeeld in groepjes van 3 tot 4 personen. In elke groep wordt gesproken over mensen die op hen overkomen als zijnde personen met veel zelfvertrouwen (kunnen personen zijn uit hun eigen leven, bekende personen uit films of van TV). Hoe denken zij dat zelfvertrouwen eruitziet of klinkt. Hierna met de gehele klas gesprek met inbreng vanuit de groepen.

- Activiteit: Rollenspel over vertrouwen

In de kleine groepjes neemt iedere deelnemer een karakter aan dat veel vertrouwen heeft. Nu vertellen de deelnemers aan de anderen over hun karakter (naam, hoe ze eruit zien, welk beroep ze hebben, hoe ze spreken etc. etc.)

Nu gaan de deelnemers verschillende rollen spelen in hun karakter. Scenario's kunnen zijn:

- Klagen over een defect apparaat dat ze in een winkel hebben gekocht
- Vragen om een loonsverhoging op het werk
- Nee zeggen tegen een vriend als zij je vraagt om haar wat geld te lenen

	Discussie met de klas over het rollenspel en hoe ze het geleerde kunnen gebruiken in hun leven.
Ondersteunende materialen: (Literatuur referenties, bruikbare links, video, PPT, etc)	Flip-over papier en pennen https://www.youtube.com/watch?v=J3clmcSxbN0 https://blogs.shu.ac.uk/shutel/2014/07/04/role-play-an-approach-to-teaching-and-learning/

Oefening 4	Onszelf vieren
Leerdoel:	• Herkenning van eigen positieve kenmerken en attributen • Gebruiken van verschillende technieken om met nieuwe en onbekende situaties om te gaan • In staat zijn om positief te denken • In staat zijn om ervaringen uit het verleden te gebruiken om zelfvertrouwen te ontwikkelen • Zelfbewustzijn • Nemen van initiatief • Omgaan met risico's
Duur:	120 minuten
Beschrijving:	Begeleider start de bijeenkomst met het benoemen van de voordelen van focussen op het positieve en het noteren van onze prestaties en goede punten . • Activiteit: Creëren van een profiel

	Klas wordt verdeeld in groepjes van 3 of vier personen. Iedere groep bekijkt de vragen (zie sheet) en helpt elkaar om over positieve antwoorden na te denken om voor hen een kort profiel samen te stellen. Ieder geeft een korte introductie van zichzelf waarbij ze positieve zaken belichten • Activiteit: Klasdiscussie over hoe een goede presentatie te houden In dezelfde kleine groepjes houdt iedereen een presentatie van 5 minuten over de positieve punten van zichzelf. De overige deelnemers geven feedback. • Activiteit: Introductie over mijzelf en mijn krachten aan de klas Iedereen geeft gedurende 5 minuten een presentatie over zichzelf staande voor de klas. Begeleider zorgt ervoor dat de klas luistert en dat de deelnemers een positieve respons krijgen (b.v. applaus of dat er vragen worden gesteld). Activiteit: Klasse discussie Hoe ging de presentatie? Heb je er meer vertrouwen door gekregen? Hielp het om te denken aan de positieve dingen in je leven?
Ondersteunende materialen: (Literatuur referenties, bruikbare links, video, PPT, etc)	https://www.uopeople.edu/blog/presentation-tips-for-students/ https://ethos3.com/2018/01/7-presentation-tips-for-students/

Oefening 5 Debat	
Leerdoel:	• Zelfbewustzijn • Nemen van initiatief • Omgaan met risico
Duur:	2 uren
Beschrijving:	• Activiteit: Discussie en debat met de klas Introductie door begeleider over discussie en debat (nut van oneens zijn met elkaar etc.) Activiteit: Debatteren Klas wordt verdeeld in groepjes/teams van vier personen. Elk team krijgt stellingen (zie sheet) en de helft van de teams moeten argumenten voor de stelling bedenken en andere helft van de teams moeten argumenten tegen de stellingen bedenken. Twee teams debatteren met elkaar over een stelling terwijl de rest van de klas luistert. Ieder team heeft 5 tot 10 minuten om hun argument naar voren te brengen. Op het einde stemmen de overige en geven aan wie naar hun mening het beste hun argumenten naar voren heeft gebracht. Discussie met de klas over hoe ze de oefening vonden. Wat was bruikbaar en wat niet.

Ondersteunend
materiaal:

(Literatuurreferenties,
bruikbare links, video,
PPT, etc)

Papier en pennen, sheet met de stellingen

<https://sites.google.com/a/baliis.net/approaches-to-learning/home/communication/debating-skills>

<https://virtualspeech.com/blog/guide-to-debating>

<https://www.sfu.ca/cmns/130d1/HOWTODEBATE.htm>

DIGITALE VAARDIGHEDEN

Digitale vaardigheden zijn vandaag de dag erg belangrijk. In deze module gaan we leren wat we bedoelen met digitale vaardigheden en waarom ze als belangrijk worden gezien. De activiteiten die na de theoretische uitleg worden uitgevoerd zijn er op gericht om de deelnemers een aantal basisvaardigheden effectief en veilig te leren (zoals informatie opzoeken, netwerken, transacties uitvoeren).

Belangrijkste leerdoelen

- In staat zijn om verschillende digitale apparaten te gebruiken.
- In staat zijn om documenten en sheets te maken
- In staat zijn om via digitale weg met anderen te communiceren.
- In staat zijn om transacties uit te voeren.
- In staat zijn om veilig en verantwoord online actief te zijn.

Verkregen kennis

- Uitleg van de basisfuncties van een PC
- Uitleg van de basale mogelijkheden van een tablet of mobile (oproepen, sms, foto's, video's)
- Veilig op het web navigeren
- Manieren ontdekken om online overmakingen te verrichten

Vaardigheden

- Op juiste wijze gebruik maken van de verschillende digitale apparaten om met anderen te communiceren

- Gebruik van Office applicaties (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Outlook)
- Gebruik e-banking diensten (online boekingen)

Competenties (2-4)

- Met digitale functies kunnen omgaan in het dagelijks leven.
- Digitale kennis en vaardigheden op de juiste wijze aanwenden.

THEORIE

Wat bedoelen we met digitale vaardigheden?

Er zijn veel definities van digitale vaardigheden. Voor dit document gebruiken we de definitie van UNESCO:

‘Digitale vaardigheden zijn de mogelijkheden om gebruik te maken van digitale apparaten, communicatie applicaties en netwerken om toegang te hebben tot informatie en deze te beheren. Zij stellen mensen in staat om digitale informatie te maken en te delen, te communiceren en samen te werken en problemen op te lossen in het dagelijks leven en het werk’.

Waarom zijn digitale vaardigheden zo belangrijk?

- Technologie verandert de arbeidsmarkt. Nieuwe beroepen ontstaan en oude verdwijnen.
- Technologie helpt mensen om de arbeidsmarkt te verkennen, om zich bewust te worden van de beschikbare opties, te solliciteren naar een nieuwe baan en goede keuzes te maken voor hun carrière.
- Technologie verandert de wijze waarop we leren. Er zijn vele bronnen online die 24 uur per dag gratis toegankelijk zijn.

- Technologie helpt mensen om online communities te vinden en zich te verbinden met andere mensen. Zowel op het persoonlijke als het professionele vlak. Leden van deze virtuele gemeenschappen helpen anderen om nieuwe dingen te leren, hun netwerk te vergroten en hun horizon te verbreden.
- Technologie helpt mensen om zich bezig te houden met online educatie en training. Dit is vandaag de dag erg belangrijk nu door de COVID-19 pandemie online leren en werken belangrijker is dan ooit tevoren. Technologie helpt mensen om te trainen voor een nieuwe carrière.

Als we de definitie van digitale vaardigheden in ogenschouw nemen: Hoe kunnen migrantenvrouwen dan voordeel hebben van het beheersen van digitale vaardigheden?

Technologie maakt deelname aan de gemeenschap mogelijk en zorgt voor eenvoudiger en snellere integratie. Digitale vaardigheden zijn van groot belang in een kennismaatschappij. Denk maar aan de risico's bij het verkrijgen van informatie, het delen van informatie, veilige omgang met de technologie, toegang tot goede informatiebronnen, financiële zaken digitaal regelen, solliciteren, een professionele e-mail schrijven etc.

Het probleem van de digitale kloof

Het is belangrijk dat we aandacht besteden aan de digitale kenniskloof, de kloof tussen personen die in staat zijn om de digitale tools te gebruiken en zij die dat niet zijn. Dit gaat verder dan het hebben van toegang tot verschillende tools. Ook het hebben van de kennis om de diverse tools efficiënt en veilig te gebruiken is belangrijk. Het slechten van de digitale kloof leidt tot een samenleving waarin er meer kans is voor een ieder op toegang tot onderwijs, diensten en banen.

Twee typen digitale vaardigheden

UNESCO onderscheidt basisvaardigheden en vaardigheden van gevorderden.

Deze module gaat over basisvaardigheden.

Aanvullende literatuur

[The Digital Competence Framework 2.0 | EU Science Hub \(europa.eu\)](#)

[Digital skills critical for jobs and social inclusion \(unesco.org\)](#)

cedefop.europa.eu/files/8076_en.pdf

OEFENINGEN

Oefening 1	Groepsactiviteit en presentatie: Gebruik van zoekmachines
Leerdoel:	• In staat zijn om diverse digitale apparaten te gebruiken en om te gaan met informatie .
Duur:	60 minuten
Beschrijving :	1. De coach vraagt de deelnemers of ze weten wat een zoekmachine is. De focus ligt bij deze activiteit op google en de deelnemers krijgen de opdracht om de zoekmachine te gebruiken om een baan te vinden. 2. In tweetallen, deelnemers worden gevraagd om naar Google.com te gaan en te zoeken naar vacaturesites. De coach vraagt elk tweetal om drie vacaturesites te vinden. 3. Elk tweetal presenteert de vacaturesites die zij gevonden hebben. De coach voegt daar eventuele andere relevante websites aan toe die handig kunnen zijn voor het vinden van vacatures.
Ondersteunende materialen:	Een PC per twee deelnemers, een PC gekoppeld aan een projector.

Oefening 2	Groepsactiviteit en Presentatie: Gebruik van het toepassen van Word voor een online vacature. (Deze activiteit wordt idealiter na vorige opdracht gedaan)

Leerdoel:	Vermogen om documenten, sheets, etc. aan te maken en te bewerken.
Duur:	120 Minuten
Beschrijving:	1. De coach vraagt de deelnemers om een van de vacaturesites te bezoeken die genoemd zijn in de vorige opdracht en een willekeurige vacature uit te zoeken. 2. De coach legt uit dat de deelnemers een CV moeten gaan schrijven die voldoet aan de eisen van de vacature die zij hebben gekozen. 3. In tweetallen, de deelnemers worden gevraagd om een Word document te openen. De coach kan de volgende link gebruiken als hij dit wil: How to Use Microsoft Word (with Pictures) - wikiHow. De coach laat de verschillende stappen zien. 4. De deelnemers wordt gevraagd om een beknopt CV op te stellen als antwoord op de vacature. 5. De deelnemers wordt gevraagd om hun CV te presenteren aan de rest van de klas. 6. De coach geeft feedback.
Ondersteunende materialen:	Een PC per groepje, een PC die gekoppeld is aan een projector. How to Use Microsoft Word (with Pictures) - wikiHow

Oefening 3	Mijn profiel op LinkedIn
Leerdoel:	Vermogen om te communiceren met anderen met behulp van digitale hulpmiddelen.

Duur:	120 Min
Beschrijving:	1. De coach vraagt de groep of ze bekend zijn met het programma LinkedIn. De coach initieert een discussie omtrent de waarde van een profiel op LinkedIn en het hebben van veel contacten. 2. De coach gaat naar LinkedIn.com en kan gebruik maken van de bron: Signing Up to Join LinkedIn LinkedIn Help, als ze dat willen. 3. De coach laat de verschillende stappen zien. De studenten herhalen de stappen om hun eigen LinkedIn account aan te maken en hun profiel aan te passen. 4. De coach vraagt de deelnemers om hun profiel te presenteren aan de klas.
Ondersteunende materialen:	Een PC per deelnemer, een PC gekoppeld aan een projector. Signing Up to Join LinkedIn LinkedIn Help

Oefening 4	Groepsactiviteit: jezelf beschermen tegen Cyberpesten (online pesten)
Leerdoel:	• Vermogen om veilig en met verantwoordelijkheid online te navigeren.
Duur:	60 min
Beschrijving:	1. De coach schrijft de volgende zin op het whiteboard: Cyberpesten en identiteitsdiefstal. De coach vraagt de deelnemers of ze weten wat de

	termen inhouden en of iemand een relevante ervaring heeft. 2. De coach laat de video over cyberpesten zien aan de groep. 3. De coach zet de deelnemers in groepjes van 4 of 5 personen en vraagt hen om te denken over verschillende manieren om met het probleem cyberpesten om te kunnen gaan. 4. Laat de deelnemers weten wie ze kunnen contacteren in het geval dat zij, of iemand die ze kennen, slachtoffer is van online bedreigingen en intimidatie.
Ondersteunende materialen:	Een PC per deelnemer, een PC gekoppeld aan een projector. The People vs The Trolls: cyberbullying and the law David Harvey TEDxAuckland - YouTube

Oefening 5	Groepsactiviteit: een hotel boeken
Leerdoel:	• In staat zijn om transacties uit te voeren
Duur:	60 minuten
Beschrijving:	1. De coach introduceert het onderwerp over online boeken en vraagt aan de deelnemers of ze bekend zijn met boeking websites. 2. De coach gaat naar de website booking.com en begint met het uitleggen van het gehele boekingsproces, stap voor stap. In het bijzonder moet er aandacht

	worden geschonken aan de betaalopties die beschikbaar zijn. 3. De coach zet de deelnemers in groepjes van 4 of 5 personen en vraagt aan hen om een hotel uit te zoeken voor een korte zakenreis in Londen. Deelnemers wordt gevraagd om het hotel wat ze hebben uitgekozen te boeken en de betaalprocedure te volgen tot aan de laatste stap waarbij de transactie bevestigd moet worden. De coach moet er voor zorgen dat de betaling niet daadwerkelijk gedaan wordt.
Ondersteunende materialen:	Een PC per groepje, een PC gekoppeld aan een projector

MARKETING

Marketing is een bundel van waardevolle vaardigheden die gebruikt kunnen worden in verschillende domeinen in het leven maar ook cruciaal zijn voor een succesvolle onderneming. Los van het feit of vrouwen kleine bedrijven zullen starten in de toekomst of niet, de vaardigheden en het begrijpen van marketing is nuttig. In deze module focussen we ons op meer algemene concepten van marketing en de mogelijkheden van het gebruik ervan in het dagelijks leven, zonder diep in te gaan op specifieke marketing problemen binnen bedrijven. Op een dusdanige manier dat de kennis en verworven vaardigheden gemakkelijk te gebruiken zijn voor deelnemers bij alledaagse problemen en meer specifiek voor integratie en netwerken in het gastland. De focus zal worden gelegd op hoe marketing kan bijdragen voor nieuw aangekomen vrouwen om een carrière te starten, te integreren en te socializen. De nadruk wordt gelegd op sociaal netwerken en de meest gebruikelijke sociale media. De kennis van de Marketing module kan gebruikt worden op gebied van alledaagse communicatie, nieuw netwerk vergaren en het starten van een carrière in het gastland. De basisconcepten van marketing worden gepresenteerd op een relatief laag kennis niveau voor de deelnemers maar dienen vooral als achtergrond voor beter begrip van marketing en zijn niet noodzakelijk voor het goed kunnen doen van de oefeningen.

Belangrijkste leerdoelen

- Het begrijpen van basis marketing concepten en voornaamste marketing vormen.
 - Herkennen van het belang van marketing in het dagelijks leven, de loopbaan en het sociale leven.
 - Vermogen om marketing te gebruiken in het dagelijks leven, het zoeken van werk en startups.
-

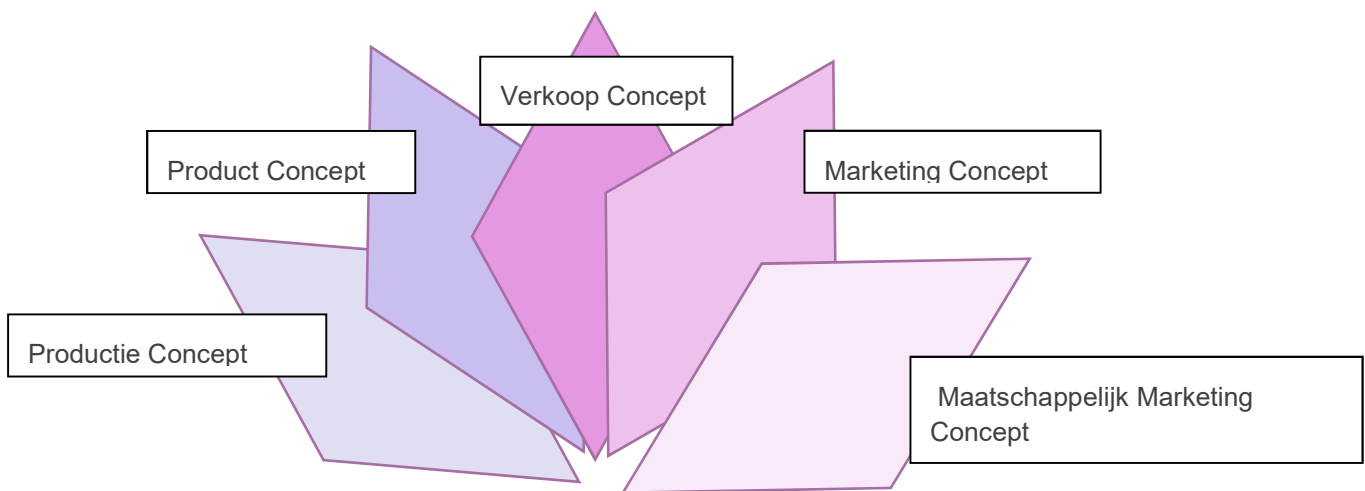
- Het begrijpen van marketing in het sociale domein en het gebruik van sociale media.
- In staat zijn om als collectief met ideeën te komen die relevant/ondersteunend zijn voor de lokale gemeenschap en het nagaan van de mogelijkheden voor marketing.

Verworven kennis (2-4)	• Algemene definitie van marketing • Uitleggen waarom marketing belangrijk is voor een onderneming of startup • Aantonen dat kennis over marketing bruikbaar kan zijn in het dagelijks leven.
Vaardigheden (2-4)	• Marketing gebruiken in verschillende situaties en eigen startup indien relevant. • Verschillende vormen van marketing toepassen. Toepassen van verschillende vormen van marketing • Het gebruik van sociale media. • Succesvol gebruik van marketing
Competenties (2-4)	• Ideeën op waarde schatten • Visie • Creativiteit.

THEORIE

BASIS MARKETING CONCEPTEN

Marketing is een snelgroeiend en ontwikkelend veld. Met een snel groeiende economie en een toename in producten, is de vraag voor marketing buitengewoon groot. Marketing is een set van acties om producten en services te promoten en te verkopen. Er zijn verschillende strategieën en concepten. Er zijn verschillende benaderingen om te marketing toe te passen en elke benadering heeft zijn eigen unieke voordelen en een specifiek aanbod. Het is belangrijk om de verschillen tussen deze vormen te kennen om zo de beste strategie voor specifieke zaken te kiezen. Misschien wel een combinatie van verschillende strategieën en concepten.



1. Productie Concept

Het productie concept is ontstaan in de kapitalisme periode rond 1950. Het belangrijkste idee is dat bedrijven zich richten op het produceren van goedkope producten in een maximaal volume op brede schaal. Dit zorgt op zijn beurt voor maximalisatie van de winst omdat mensen meer producten zullen kopen. Bedrijven nemen aan dat consumenten op het eerste oog geïnteresseerd zijn in product beschikbaarheid en lage prijzen. Het nadeel van deze benadering is dat

consumenten niet volledig op de hoogte zijn. Een ander probleem met dit concept zou kunnen zijn dat bedrijven het gevaar lopen kwalitatief slechte producten te produceren en er sprake is van onpersoonlijke productie. Soms, om lagere productiekosten te verkrijgen, kunnen bedrijven werknemers aannemen uit ontwikkelingslanden om goedkopere producten tegen hogere aantallen te produceren.

2. Product Concept

Het product concept is kenmerkend omdat het zich meer focust op de klant. De potentiële klant voor het product concept waardeert producten van kwaliteit, metinteressante functies en een innovatief design.

Dit marketing concept gelooft in potentiële klanten en hun loyaliteit richting het merk, de kwaliteit van de producten en de voordelen die zij verkrijgen van de producten en het bedrijf waar zij in investeren.

Een voorbeeld hiervan zouden de producten van Apple kunnen zijn. Bedrijven focussen zich op het maken van uitmuntende producten om deze vervolgens elke keer weer te verbeteren. Het probleem is dat veel bedrijven geen goede balans kunnen vinden tussen de daadwerkelijke vraag naar een product enerzijds en de groei van het bedrijf en het ontwikkelen van nieuwe producten anderzijds. Het is belangrijk om een balans te vinden tussen het richten op de vraag van de klant en alsnog je rol en leiderschap binnen de industrie behouden.

3. Verkoop Concept

Het verkoop concept neemt aan dat klanten geen services of producten zullen kopen tenzij je aan uitverkoop en promotie doet. Dit concept geeft een hoop macht aan bedrijven die een compleet plan hebben om het aantal klanten effectief te stimuleren. Ook zien we dit concept gehanteerd worden wanneer een bedrijf moet omgaan met overcapaciteit en noodzakelijk moeten verkopen wat ze maken in plaats van wat de markt nodig heeft of zou willen. Bedrijven die kiezen om gebruik te maken van dit marketing concept moeten goed zijn in het vinden van potentiële klanten en hen op emotionele wijze overtuigen om hun 'niet gewenste producten' te verkopen.

4. Marketing Concept

Het marketing concept is het concept van competitie. Het is een marketing concept dat aanneemt dat het succes van een bedrijf afhangt van de marketing inspanningen die een betere waarde propositie leveren dan die van hun concurrenten.

Dit concept focust zich op de behoefte en wensen van de doelgroep maar ook op het leveren van betere waarde dan de competitie. Door middel van marketing is het doel om de voorkeursoptie te worden vergeleken met de concurrenten. Een voorbeeld zou kunnen zijn de competitie tussen Pepsi en Coca Cola die dezelfde soort producten verkopen maar waarvan de proposities en marketing compleet verschillend zijn.

5. Maatschappelijk marketing concept

Het maatschappelijke marketing concept is het meest innovatief en relevant voor vandaag de dag. Het is een marketing concept dat zich focust op de producten die nu goed zijn, of in de lange termijn, door het produceren van producten die bijdragen aan de huidige uitdagingen van de wereld.

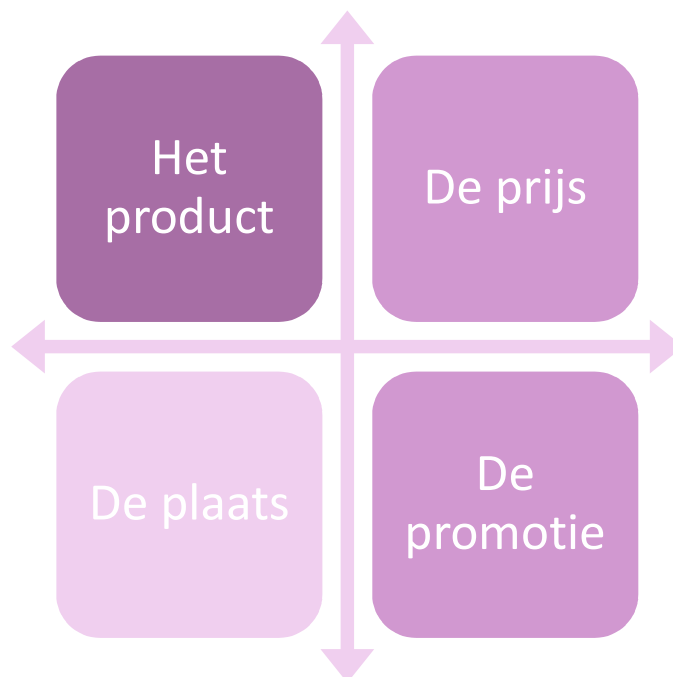
Marketing Concept	Kenmerken van de klant	Voordelen	Nadelen	Voorbeelden
Productie Concept	Klant die een voorkeur heeft voor eenvoudig te verkrijgen en goedkope goederen.	Hoge winsten op een brede schaal	Onpersoonlijke service Lage kwaliteit producten	H&M
Product Concept	Klant die opzoek is naar kwaliteit,	Mogelijkheid om leider te zijn in de industrie	Meer gefocust op wat de klant daadwerkel	Apple

	rendement of innovatie.	Het creëren van 'relaties' met klanten om loyaliteit te verkrijgen.	ijk nodig heeft.	
Verkoop Concept	Emotionele benadering		De klant heeft het product niet vanaf het begin af aan nodig.	Levensverzekering en verblijfsaccommodaties
Marketing Concept	Individuele benadering	Kans om te concurreren op de markt met vergelijkbare producten.	Risico om overschaduw te worden door concurrenten	Coca Cola en Pepsi
Maatschappelijk Marketing Concept	Klanten die geven om milieu, welzijn van benadeelde groepen in de samenleving, ontwikkelingslanden	Producten die goed zijn voor het milieu en klimaat, ondersteunen ontwikkelingslanden en benadeelde groepen in de samenleving.	Kan moeilijk zijn om oplossingen te vinden. Vereist intellectueel potentieel en een niet-	

			standaard benadering	
--	--	--	-------------------------	--

ELEMENTEN VAN MARKETING

Onafhankelijk van de strategie opereren alle marketing concepten met vergelijkbare elementen. Deze elementen zijn essentieel en moeten worden beschouwd en gedefinieerd bij het begin van elk bedrijf. Het geheugensteuntje: de 4P's, kan je helpen om het beter te onthouden en te begrijpen.



Product

Een product is een goed of een dienst die een bedrijf aanbied aan haar klant. Idealiter voldoet een product aan de bestaande behoefte of vraag. Het kan voorkomen dat een product of service zo fascinerend is dat het haar eigen behoefte of vraag creëert die voorheen nog niet bestond (denk aan mode of technologie trends). Het is belangrijk om een product te begrijpen, wat biedt het. Het type product laat ook zien hoeveel bedrijven er voor kunnen vragen, waar ze het moeten plaatsen, en hoe ze het moeten promoten op de markt. In andere woorden: laat de volgende elementen van marketing zien:

Prijs

De kosten die consumenten betalen voor een product of service-eenheid noemt men de prijs en is een belangrijk element van marketing. Veel aspecten moeten worden overwogen om een prijs vast te stellen, zowel marktwaarde, leveringskosten als de prijs van concurrenten. In sommige gevallen kunnen leidinggevende van bedrijven de prijs omhoog gooien om het product als een luxe goed te laten lijken. Mogelijkheden om korting te geven is ook belangrijk.

Plaats

Wanneer een bedrijf een beslissing maakt omtrent de prijs proberen zij vast te stellen waar zij het product zouden moeten verkopen en hoe ze het product aan de markt kunnen leveren. Het doel van ondernemers is altijd om het product zo in het gezichtsveld te krijgen van consumenten dat de kans het grootst is dat zij het zullen kopen.

Promotie

Promotie omvat adverteren, publieke relaties en de promotie strategie. Het doel van het promoten van een product is om aan consumenten te laten zien waarom ze het product nodig hebben en waarom ze daar een bepaalde prijs voor zouden moeten betalen.

MARKETING IN HET DAGELIJKS LEVEN.

Marketingstrategieën kun men ook vertalen naar het dagelijks leven, bijvoorbeeld in het integratieproces of bij het vinden van werk. Denken als een marketeer als het gaat om jezelf te promoten en de beste en sterkste kanten van jezelf te laten zien kan bevorderlijk zijn bij onderhandelingen, het zoeken naar werk of het creëren van je eigen netwerken in het gastland.



Publiek – Het begrijpen van de andere personen en wat belangrijk is voor hen in een bepaalde situatie. Hoe zal jouw verzoek/bijdrage hun leven beïnvloeden?

Voordelen – Het enige waar iedereen daadwerkelijk om geeft is “wat heb ik er aan?” Hoe kun jij helpen / bijdragen aan

het oplossen van hun problemen, aan hun behoefte voldoen of hun leven verbeteren?

Emoties – Laat zien dat je mensen begrijpt. Erken hun behoeftes, pijn en standpunten. Gebruik verhalen om je verhaal te verduidelijken. Indien mogelijk, laat ze voelen alsof ze de held zijn.

Geloofwaardigheid en vertrouwen. – Ben prettig in de omgang. Ben specifiek. Vermijd de hype. Deel informatie van geloofwaardige bronnen.

Aanbod – Creëer een aantrekkelijk aanbod.

Gemak – Maak het zo makkelijk om 'ja' te zeggen.

Bezwaren – Anticipeer en overwin de bezwaren.

MARKETING EN DE LOKALE GEMEENSCHAP

Marketing onderzoek laat zien dat de meerderheid van de mensen zoeken naar lokale bedrijven wanneer zij zoeken naar producten of services¹. Daarom is het kennen van de lokale consumenten cruciaal. Om een succesvolle onderneming te starten, moet je de klant bijna beter kennen dan jezelf. Het onderzoek naar behoeftes, beperkingen en mogelijkheden van je consumenten is de eerste stap richting succes binnen een startup.

Manieren om onderzoek te doen naar je te bereiken publiek kunnen zijn:

1. Focus groepen
2. Individuele interviews
3. Observaties
4. Onderzoek je lokale concurrenten.

OEFFENINGEN

Oefening 1

PPT

Leerdoel:

- Begrijpen van basis marketing concepten en de belangrijkste marketing vormen
- Algemene definitie marketing
- Uitleggen waarom marketing belangrijk is voor een onderneming of startup.

Duur:

2 uur.

Beschrijving van de procedure

Presentatie van de PowerPoint

Discussie in de groep

Vragen en antwoorden.

Ondersteunende materialen:

(Literatuur referenties, bruikbare links, video, PPT, etc)

Encouraging integration for newly arrived immigrant women through entrepreneurship

Marketing

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Oefening 2	Sociale media marketing
Leerdoel:	• Het toepassen van verschillende marketing vormen. • Gebruik van sociale media • Succesvol gebruik van marketing voor socializen.
Duur:	3 uur
Beschrijving van de procedure:	1. Vraag deelnemers om de sociale media die zij kennen op te schrijven. 2. Deelnemers gaan na voor wie deze media bedoeld zijn (leeftijd, interesses, inkomen) 3. Welk doel heb je om dit sociale netwerk te gebruiken. (vrienden vinden, werk contacten, inspiratie op doen, etc.) 4. Omschrijf wat voor soort bedrijf op de markt gebracht kan worden bij het gebruik van welke sociale media. (kledingwinkel, supermarket, events, festivals, restaurant)
Ondersteunende materialen: (Literatuur referenties, bruikbare links, video, PPT, etc.)	Bijlage I

Bijlage I. Sociale media map

Type of media									
User Key words (age, interests, characteristics)	youth	middle age	sociable	youth	image	looks	adults	employment	
Goal of users Why people are using this network?		connect with friends			inspiration		be on touch with co-workers	find a job	
Business What kind of business can be marketed via this network?	event management				clothing shop		event management		

Naam/soort oefening	
Oefening 3	Video analyse
Leerdoel: • Voor in het dagelijks leven, carrière en het sociale leven • Vermogen om marketing te gebruiken in het dagelijks leven, het zoeken naar werk en startups • Visie • Creativiteit	
Duur:	3 uur
Beschrijving van de procedure:	1. Bekijk een video over de Coca Cola promotie strategie. 2. Vraag om deelnemers en discussieer over de hoofdprincipes van marketing die Coca Cola gebruikt voor promotie. Zoals marketing van gevoelens (plezier, liefde) in plaats van het product zelf, marketing van melancholie, het verbinden van het product aan bepaalde vakanties, seizoenen van het jaar, activiteiten. 3. Vraag de deelnemers om te beschrijven wat voor gevoelens en associaties naar boven komen wanneer zij de Coca Cola promotie zien.
Ondersteunende materialen: (Literatuur referenties, bruikbare links, video, PPT, etc.)	https://www.youtube.com/watch?v=XhMVWzVXNNk

Naam/soort oefening	
Oefening 4	Case studie
Leerdoel:	- Begrijpen van de basis marketing concepten en de belangrijkste marketing vormen. - Algemene omschrijving van marketing kunnen geven - Kunnen uitleggen waarom marketing belangrijk is voor een onderneming of startup.
Duur:	3 uur
Beschrijving van de procedure:	1. Actueel scenario over Khadija Mansor uit Uppsala, Zweden. <i>Khadija M. verhuisde van Syrië naar Zweden in 2016. Vlak hierna startte zij een bedrijf om aan lokale behoeftes te kunnen voldoen. Khadija Mansor zag dat nieuw aangekomenen op zoek waren naar etnische Arabische producten en kleren die op dat moment niet aanwezig waren in Zweden en startte daarom het bedrijf 'Sahab'. In het begin werkte ze vanuit thuis en verkocht ze haar producten online via Facebook. Door de stijgende vraag huurde zij een locatie in het stadscentrum van Gottsunda, Uppsala, Zweden en begon zij met het verkopen van kinderboeken in het Arabisch en een hoop andere producten zoals parfum, kleren en accessoires. Khadija heeft haar hoofdkantoor verhuisd zodat ze kan uitbreiden hierdoor zijn er ook werkgelegenheidskansen ontstaan voor drie nieuwe mensen.</i>



2. Laat zien hoe Khadja succesvol gebruik maakt van Facebook marketing, ze heeft 43,835 volgers op haar pagina.

<https://www.facebook.com/SahabSverigeAB/>

3. Analyseer haar facebookposts.
 - Deelnemers delen hun feedback en beantwoorden de volgende vragen:
 - *Wie zijn de target groep/consumenten voor Khadja?*
 - *Welk probleem in haar gemeenschap loste zij op met haar bedrijf?*
 - *Waarom is het zo succesvol?*

Ondersteunende materialen:

(Literatuur referenties, bruikbare links, video, PPT, etc.)

<https://bygg.uppsala.se/contentassets/a88123a480894fee98c6306fcc9b438a/nyhetsbrev-gottsunda-och-valsatra-februari-2020.pdf>

<https://www.facebook.com/SahabSverigeAB/>

Naam/soort oefening	
Oefening 5	Groepspresentatie
Leerdoel:	• Voor in het dagelijks leven, carrière en het sociale leven • Vermogen om marketing te gebruiken in het dagelijks leven, het zoeken naar werk en startups • Visie • Creativiteit
Duur:	2 uur
Beschrijving van de procedure:	1. Deelnemers worden verdeeld in kleine groepjes (5-7 personen) 2. Elke groep kiest een bestaande advertentie om te presenteren in een vorm naar keuze, denk aan: een video, brochure, poster , etc. 3. Ze presenteren deze bespreken: - Op wat voor soort consument richt deze campagne zich? (leeftijd, geslacht, inkomen, etc.) - Welke emoties roept deze campagne op? - Welke associaties komen naar boven bij het zien van deze advertentie? - Wat is goed en wat is slecht over deze campagne? - Is het succesvol om het producten te promoten? Waarom wel/niet?

- Als je een ding zou mogen veranderen aan deze campagne, wat zou het dan zijn?

Ondersteunende materialen:

(Literatuur referenties, bruikbare links, video, PPT, etc.)

Naam/soort oefening	
Oefening 6	Solo presentatie: “verkoop me een pen “
Leerdoel:	• Gebruik maken van marketing voor verschillende situaties en eigen startup indien relevant. • Het toepassen van verschillende vormen van marketing. • Succesvol gebruik van marketing voor socializen. • Creativiteit.
Duur:	2 uur
Beschrijving van de procedure:	Deelnemers die het leuk vinden om zelf een presentatie te geven mogen naar voren komen in het publiek. De opdracht is om een willekeurig voorwerp uit de klas te pakken (pen, sjaal, notitieboekje, jas) en het publiek proberen te overtuigen om het te kopen. De

deelnemer doet dit in de vorm van een presentatie in zijn eentje. (korte speech)

Als de deelnemer moeite heeft met het opzetten van de speech mag de coach hints geven (leg uit waarom het publiek dit voorwerp nodig zou moeten hebben, waarom is het goed, op welke manier is het beter dan andere objecten)

Het publiek waardeert de speech op een schaal van 1 tot en met 10.

De volgende vrijwillige deelnemer komt naar voren om een speech te geven over hetzelfde of een ander voorwerp. Het publiek geeft ook deze deelnemer een score. Maximaal 5 verschillende deelnemers kunnen een speech geven. Aan het eind, wint de deelnemer die de hoogste score van het publiek heeft gekregen.

Ondersteunende materialen:

(Literatuur referenties, bruikbare links, video, PPT, etc.)

COMMUNICATIE

Belangrijkste leerdoelen

- Vermogen om informatie te presenteren aan een publiek.
- Capaciteit om een actieve houding aan te nemen in een groepsdiscussie / besluit nemen.
- Inzicht in de verschillende communicatie middelen die worden gebruikt in het bedrijfsleven.
- Vermogen om eigen behoeftes, wensen en ervaringen over te brengen op anderen.

Verworven kennis

- Het begrijpen van de verschillende componenten van communicatie (bijvoorbeeld lichaamstaal)
- Begrip van verschillende manieren om informatie te communiceren. (geschreven, telefoon, PowerPoint presentatie, etc.)
- Kennis over communicatie technieken die gebruikt kunnen worden om groepsdynamieken te faciliteren

Vaardigheden

- Gebruik van verschillende communicatie technieken, uitdagen, harmoniseren, binnen een groepsdiscussie.

	• Ideeën en informatie kunnen presenteren aan een publiek. • Zelfverzekerd kunnen communiceren in verschillende settingen.
Competenties	• Creativiteit • Ideeën op waarde schatten. • Samenwerken met anderen.

THEORIE

WAT



IS COMMUNICATIE.

- Het is een belangrijk onderdeel bij het opbouwen van relaties. Als je het goed doet, helpt het je om samen te werken, mee te werken en goed om te kunnen gaan met anderen in het leven. Als je het minder goed doet kan dit zorgen voor moeilijkheden in relaties, door bijvoorbeeld discussies, misverstanden en andere conflicten, die op hun beurt kunnen leiden tot een verstoring in de situatie.
- Het is ook de manier waarop we kennis delen, op zo'n manier dat we van elkaar kunnen leren, een gedeelde visie en onderling begrip hebben. We geven en ontvangen belangrijke informatie. We kunnen elkaar ook vertellen over wat we nodig hebben en willen. Als dit goed gebeurt dan wordt informatie vanuit een persoon verzonden en goed ontvangen door anderen.
- Communicatie kan plaatsvinden op veel verschillende manieren – tegenover elkaar met een ander persoon, in een groepsdiscussie, het

geven van presentaties, via de telefoon, in een e-mail richting anderen of op andere manieren.

- Communicatie gaat niet alleen over het praten zelf. Het omvat ook lichaamstaal, de manier waarop we dingen zeggen – de toon van onze stem, stiltes laten vallen, verschillende manieren van communiceren gebruiken voor verschillende situaties.

WAAROM IS COMMUNICATIE VAN BELANG?

De manier waarop we communiceren kan van invloed zijn op de omgang met andere mensen. Effectieve communicatie gaat uit van respect en de waarde van anderen en helpt ons om elkaar te begrijpen.



Goede communicatie helpt ons om ons comfortabel te voelen met elkaar en dit moedigt op zijn beurt een nog gezondere en effectievere communicatie aan.

- Bekwame communicatie helpt ons ook om te krijgen wat we nodig hebben, of dit nou door middel van informatiedeling of juist het simpelweg vragen naar dingen is.
- Voorbeelden hiervan zijn: hoe een groep personen tot een beslissing komt, hoe ik aan een vreemdeling iets vraag wat ik nodig heb; hoe we een conflict in een groep oplossen; in staat zijn informatie te delen waarvan ik wil dat anderen het weten; in staat zijn tegengas te kunnen geven wanneer ik het niet eens ben; ‘nee’ zeggen tegen iemand.

Theorie

Lasswell's (1948) ontwikkelde een model dat 5 niveaus van communicatie introduceert. Dit model is verder door ontwikkeld en gemoderniseerd en wordt nu gebruikt als het 'vijf W' model:

- **Wie** moet het worden verteld? Iedereen die het verteld zou moeten worden over iets moet het ook verteld worden. Het is aan te raden om het zo snel als mogelijk naar iedereen te communiceren. Openheid laat

mensen betrokken voelen en geeft hen een kans om het proces te beïnvloeden.

- **Wanneer** moet het verteld worden? De timing wanneer je iets verteld is van belang. Als het een hoop mensen aan gaat dan is het belangrijk dat een discussie op een moment plaatsvindt om misverstanden en verwarring te voorkomen.
- **Wat** moet er worden verteld? Heldere boodschappen met de mogelijkheid om vragen te stellen en het zoeken naar verduidelijking dat ze het hebben begrepen.
- **Waar** moet de boodschap worden overgebracht? Gebruik het meest efficiënte medium om je boodschap over te brengen en neem de tijd om het naar behoren te doen.
- **Wie** moet het communicatieproces beheersen? Zorg ervoor dat de meest geschikte persoon de boodschap overbrengt.

William McGuire (1981) voegde nog een dimensie toe aan deze communicatie theorie. Hij voegde outputfactoren toe zoals begrip, aandacht, oplettendheid, het leuk vinden van etc. Hij beweerde dat het overbrengen van de juiste boodschap niet makkelijk is omdat deze verkeerd begrepen kan worden, verkeerd geïnterpreteerd of genegeerd. Zorgvuldige aandacht geven aan hoe je een boodschap overbrengt is dus noodzakelijk.

Relationele communicatie theorie praat over de verzender, de ontvanger, de boodschap en de ruis. De verzender is de persoon die communiceert, de ontvanger is de persoon die luistert. De boodschap is hetgeen wat de verzender probeert over te brengen en de ruis is alles wat in de weg kan zitten voor de ontvanger om de boodschap duidelijk te horen – dit kan moeilijk zijn in een externe situatie, bijvoorbeeld een drukke bar, het kunnen ook afleidende gedachten zijn waardoor de ontvanger de boodschap niet hoort.

Monroe's Motivation Sequence (1935) is geschreven om mensen te ondersteunen bij het maken van speeches en presentaties maar is bruikbaar bij alle vormen van communicatie. De opeenvolging luidt:

- Aandacht – krijg de aandacht van je publiek aan het begin van je boodschap – bijvoorbeeld met een verhaaltje, een interessante quote of statistiek.

- Behoeftte – een probleem / vraagstuk. Dit is het centrale idee welke je duidelijk over moet brengen.
- Illustratie – geef voorbeelden van het probleem / vraagstuk wat je hierboven hebt uitgelegd.
- Uitbreiding – Statistieken, bewijzen etc. om tot je punt te komen.
- Verwijzingen – laat zien hoe hetgeen waar je over praat gelinkt is en impact heeft op het publiek tegen wie je spreekt.
- Voldoening – geef oplossingen voor de problemen / het vraagstuk wat je hebt aangekaart in de ‘ Behoeftte’ fase.
- Visualisatie – vertel het publiek wat er zal gebeuren als er niks verandert.
- Actie – herhaal en vat samen wat jij denkt dat er moet gebeuren.

De theorieën hierboven, en ook de studie van Maguire en Pitcher (2002) over communicatie vaardigheden op de werkvloer

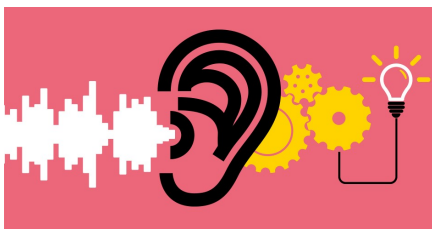
<https://positivepsychology.com/communication-exercises-for-work> komen met de volgende bevindingen:

Belangrijkste communicatieve vaardigheden :

- Ben duidelijk over de boodschap die je wil overbrengen.
- Ga na of de luisteraar begrijpt wat je aan het zeggen bent.
- Zorg ervoor dat er genoeg ruimte en tijd is voor alle personen die deelnemen in de conversatie om iets te zeggen als ze dat willen. In andere woorden; elkaar afwisselen en niet alle ruimte zelf pakken.
- Actief luisteren – daadwerkelijk open staan om te horen wat anderen te zeggen hebben. Niet aannemen dat je weet wat ze denken of negeren wat ze te zeggen hebben. En vooral niet aan iets anders denken terwijl ze aan het spreken zijn!
- Zorg ervoor dat je de juiste methode van communiceren gebruikt wanneer je met iemand probeert te communiceren (gebruik formele taal tegenover een professional, sta rechtop en spreek duidelijk wanneer je een presentatie geeft)
- Zelfbewustzijn. Het is van belang dat je zelf door hebt hoe je je gedraagt tijdens de communicatie. Ben je bewust wanneer je stem harder wordt of wanneer je geïrriteerd raakt? Ben je je bewust wanneer je gedachten afdwalen naar iets totaal anders?

- Geschikte lichaamstaal. Bewust zijn hoe je overkomt met je lichaam wanneer je communiceert. Kijk je de persoon aan of kijk je constant naar beneden? Heb je een grote frons op je gezicht? Soms zeggen we het een maar zegt ons lichaam totaal iets anders wat erg verwarrend kan zijn voor de luisteraar. (DePaulo & Friedman, 1998; Knapp et al., 2013). *
- Werk aan je waarneming van emoties zodat je meer bekwaam bent om anderen aan te voelen, non-verbale aanwijzingen en ook hun potentiële emotionele staat wanneer je met iemand praat zodat je overeenkomstig kan antwoorden. Bijvoorbeeld: doorhebben of iemand verlegen is als ze spreken of dat ze overdondert zijn door alles wat ze moeten doen. (Salovey & Mayer, 1990). *

Actieve luistervaardigheid theorie



Actief luisteren is een techniek die wordt gebruikt in begeleiding, trainingen en het oplossen van geschillen en conflicten. Het vereist van de luisteraar om zich volledig te concentreren, begrijpen, onthouden, antwoorden en onthouden

wat er is gezegd. Het gaat om het geven van onze volledige aandacht aan iemand anders wanneer deze met ons communiceert.

- In communicatie is het meestal belangrijk om informatie van anderen te verkrijgen
- We moeten begrijpen, ontdekken en duidelijk hebben waar de ander over praat.
- Niet alleen verkrijgen we zo meer informatie maar goed luisteren verbetert relaties en geeft een gevoel van welzijn.

We moeten wellicht meer details vinden:

- De juiste vragen stellen en op de juiste manier luisteren, ontvankelijk zijn tot wat een ander zegt maar ook de lichaamstaal, dingen die ze juist niet zeggen of waar ze zich ongemakkelijk bij voelen om het te delen.

Luisteren zou een actief proces moeten zijn. Vaak denken we dat we aan het luisteren zijn maar zijn we daadwerkelijk in gedachte, aan het plannen wat we als volgende gaan zeggen, of aan het denken aan hetgeen wat aan de andere kant van de kamer gebeurt.

Een aantal algemene fouten die worden gemaakt wanneer we naar anderen luisteren:

1. Dagdromen of aan iets anders denken terwijl iemand anders aan het praten is.
2. Bedenken wat je als volgende wil gaan zeggen.
3. Veroordelen wat de andere person aan het zeggen is.
4. Luisteren met een specifiek doel/uitkomst in gedachte

Tips om te helpen met actief en empathisch luisteren:

1. Heb aandacht voor de verteller en probeer andere gedachtes die opkomen tijdens het luisteren te laten gaan als deze niks te maken hebben met de communicatie. Ben geïnteresseerd in de manier waarop ze praten, de woorden en lichaamstaal die ze gebruiken. Probeer te achterhalen wat ze je proberen te vertellen en hoe ze zich daarbij voelen.
2. Ben betrokken bij de andere person / personen op een non-verbale manier – kijk ze aan, laat ze zien dat je aandachtig bent door je hoofd te knikken of je gezichtsexpressies te veranderen wanneer zij aan het praten zijn.
3. Sta open voor wat een ander probeert te vertellen – vaak hebben we te snel een mening klaar.
4. Probeer niet altijd stiltes op te vullen. Soms zijn ze belangrijk voor anderen om na te denken gedurende een gesprek.
5. Daag jezelf uit om je in het leven in de andere persoon in het gesprek, dit helpt om empathie te krijgen en meer open te staan voor hetgeen dat ze zeggen.
6. Moedig anderen aan om zich open te stellen door vragen te stellen en terug te reflecteren op dingen die ze hebben gezegd.
7. Blijf vragen stellen in plaats van te verwijzen naar jezelf.

Het vermogen om informatie effectief over te brengen.



- Als onderdeel van onze communicatie willen we dat anderen deelnemen aan en begrijpen wat we zeggen.

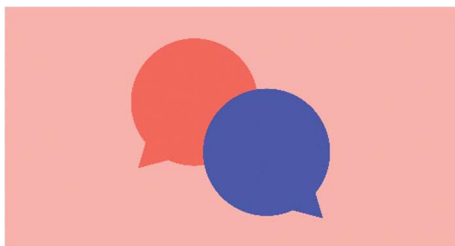
- We hebben vaak andere omstandigheden en veel verschillende standpunten en andere overtuigingen dan anderen.

- We kunnen snel zijn in de aanname dat anderen begrijpen wat we zeggen, vooral wanneer ze stil blijven, maar dit kan ook komen omdat ze niet willen zeggen dat ze het niet begrijpen, of dat ze denken dat ze het begrijpen maar dit eigenlijk niet doen.
- Het is vaak belangrijk om te verhelderen en te checken of men het (nog steeds) begrijpt.

Een aantal tips om informatie te laten begrijpen en het dus succesvol over te brengen:

1. Zet informatie in een heldere, gestructureerde volgorde, met subgroepen en titels.
2. Maak gebruik van illustraties (bijvoorbeeld een simpel diagram)
3. Maak duidelijk dat je graag vragen krijgt en blijf checken of anderen vragen hebben.
4. Vraag de ontvangers dingen over de informatie om te achterhalen of ze het begrijpen.
5. Vraag de ontvangers of ze nog meer informatie nodig hebben.
6. Denk aan je publiek en hoe zij het best jou winformatie kunnen ontvangen, bijvoorbeeld wat voor soort taal je moet spreken.

Sta toe dat communicatie twee kanten op gaat



- Gedurende een gesprek is het vaak belangrijk, zelfs tijdens een presentatie, om een tweezijdig proces of discussie toe te staan.
- Dit zorgt ervoor dat beide partijen actief zijn en het gevoel van medezeggenschap hebben in hetgeen wat er gezegd, overeengekomen, besloten of gediscussieerd wordt.
- Soms moeten we praten maar soms moeten we ook weten wanneer we een stapje terug moeten doen om anderen aan het woord te laten.
- Dit kan leiden tot meer commitment en verbondenheid van iedereen.
- Zoek hulp voor het bieden van meer perspectieven en een diversiteit aan meningen
- (Woolley et al., 2010) (Leary, 2004) *

Tips voor goede communicatie van Australia's Better Health Channel (Victoria Department of Health & Human Services, Nd..) **

- Denk aan hetgeen dat je wil overbrengen
- Maak tijd vrij om te kunnen praten zonder verstoringen van andere mensen of afleidingen zoals telefoons, computers of de televisie.
- Ben helder over wat je wil communiceren.
- Maak je verhaal duidelijk, zodat anderen het goed kunnen horen en kunnen begrijpen wat je bedoelt.
- Vertel over wat er gebeurt en waarom dat jou aan gaat.
- Vertel over wat je nodig hebt, wat je wil en voelt – gebruik 'ik' statements zoals 'Ik wil', 'Ik voel'
- Accepteer verantwoordelijkheid voor je eigen gevoelens.
- Luister naar anderen. Probeer soms je eigen gedachtes aan de kant te zetten en probeer de intenties, gevoelens en behoeftes van de ander te begrijpen.
- Deel positieve gedachtes en gevoelens, zoals wat je apprecieert en wat belangrijk voor je is.
- Ben bewust van de toon van je stem.
- Onderhandel en discussieer en onthoud dat je niet altijd je eigen zin hoeft te krijgen.

OEFENINGEN

VEERKRACHT

Belangrijkste leerdoelen

- Bekwaam zijn om samen een ondernemend project / gemeenschapsgerichte activiteit te plannen, organiseren (van bron tot uitvoering) en te evalueren met behulp van de gezamenlijke achtergrond, kennis en ervaring.
- Bekwaam zijn om collectief met ideeën te komen die relevant zijn voor de lokale gemeenschap of deze te ondersteunen. En de potentie van deze ideeën te checken.

Verworven kennis

- Identificeren en herkennen hoe visie en veerkracht werken.
- Inzicht in barrières bij het ontwikkelen van een visie en technieken toepassen om met deze barrières om te gaan.
- Voorbeelden geven hoe een visie werkt in de praktijk.
- Toepassen van methodes en technieken om effectief om te gaan met gevoelens en impulsen op een constructieve manier.
- Kennis toepassen op hoe je een visie om kan zetten in realistische plannen en veerkracht.

Vaardigheden

- Een unieke en innovatieve visie opstellen.
- Veerkracht laten zien om realistische plannen te maken.
- Implementeren van communicatie en zelfmanagement vaardigheden wanneer er wordt gewerkt aan een ondernemend project, in het dagelijks leven en bij het oplossing van moeilijke situaties en problemen in het gastland.

	• Herkennen van een uitweg uit moeilijke situaties en deze volgen.
Competenties	• Herkennen van kansen. • Creatief zijn • Visie hebben • Gemotiveerd zijn en doorzettingsvermogen hebben. • Zelfbewust zijn. • Anderen aan het werk zetten. • Bronnen samenbrengen • Kunnen omgaan met risico. • Initiatief nemen.

Veerkracht kan worden gedefinieerd als het vermogen van een person om balans te herkrijgen na blootgesteld te zijn aan een nadelige of moeilijke of zelfs vijandige gebeurtenis. De eisen die aan het integratie in het gastland gesteld worden zijn een voorbeeld van een situatie waar veerkracht voor nodig is om succesvol te kunnen zijn.

Waarschuwing: onderstaande literatuur en bijhorende oefeningen zijn niet geschikt voor migranten vrouwen met een laag opleidingsniveau.

THEORIE

“Bamboe is flexibel, het buigt mee met de wind maar breekt nooit, het past zich aan elke omstandigheid aan. Het suggereert veerkracht, met als betekenis dat we het vermogen hebben om terug te komen, zelfs na de meest moeilijke tijden... Jouw vermogen om te floreren hangt af van je houding jegens je levensomstandigheden. Neem alles aan met genoeg, gebruik voorwaartse positieve energie wanneer dit nodig is, maar blijf van binnen altijd kalm.

Ping Fu

Wat is Veerkracht?

Hoewel er geen algemeen geaccepteerde definitie is voor het begrip ⁸, kan “veerkracht” worden omschreven als het vermogen van een persoon om balans te herkrijgen na het ervaren van een nadelige of vijandige gebeurtenis. Veerkracht is geen staat van zijn, het is een proces van adaptie en groei binnen een risicovolle situatie.



[This Photo](#) by unknown author is licensed under [CC BY](#).

Een veerkrachtig persoon overleeft niet alleen, maar ontwikkelt zich ook in een omgeving van verandering en onzekerheid door een dynamisch proces van positieve adaptatie te volgen. Veerkracht is nauw verweven met visie, missie en de kernwaarden die een persoon heeft. Veerkrachtige personen hebben het vermogen om een positieve missie te visualiseren, effectief hun plan te communiceren richting anderen en om zichzelf aan te sporen op toewijding aan de gekozen werkwijze. Aanvullend, een visie hebben is een van de zeven gewoontes van succesvolle personen en adviseert niet alleen om te beginnen met in het hoofd het einddoel, maar ook om echt te begrijpen wat de doelen, waarden en gewenste uitkomsten zijn. Een veerkrachtig persoon implementeert de hierboven genoemde kwaliteiten bij elke taak die hij uitvoert.

⁸ King DD (2016). The untapped potential in employee resilience: specific recommendations for research and practice. *Industrial and organizational psychology* 9 (2):405-522.

Het woord “veerkracht” wordt vaak gebruikt in termen van “algeheel aanpassingsvermogen” en “het kunnen omgaan met”, maar het kan in de volgende categorieën worden onderverdeeld:

Psychologische veerkracht – Psychologische veerkracht refereert naar het vermogen om mentale tegenslagen te weerstaan of mentaal om te kunnen gaan met onzekerheden, uitdagingen en moeilijkheden. Mensen die psychologische veerkracht laten zien ontwikkelen strategieën voor omgang met anderen en kwaliteiten die hen in staat stelt om kalm en gefocust te blijven tijdens een crisis en door te kunnen gaan zonder negatieve consequenties op lange termijn.

Emotionele veerkracht – Er bestaan uiteenlopende niveaus over hoe een persoon emotioneel om gaat met stress en moeilijkheden. Sommige mensen zijn, van nature, juist meer of minder gevoelig voor veranderingen. Met als resultaat dat emotioneel veerkrachtige personen in staat zijn stressoren aan te kunnen pakken maar ook om met hun emoties op een gezonde, positieve manier om te gaan.

Fysieke Veerkracht – Fysieke veerkracht refereert naar het vermogen van het lichaam om te gaan met uitdagingen, het uithoudingsvermogen en kracht om snel en efficiënt te herstellen. Het is iemands vermogen om te functioneren en te herstellen van ziekte, een ongeluk, of andere fysieke uitdagingen.

Gemeenschappelijke veerkracht – Gemeenschappelijke veerkracht verwijst naar het vermogen van een groep met mensen om te reageren op en herstellen van moeilijke situaties, zoals een natuurramp, gewelddaden, economische tegenspoed, en andere uitdagingen voor de samenleving.

Waarom is veerkracht belangrijk?

Veerkracht:

- Kan nieuwe ondernemers inspireren
- Geeft mensen de benodigde kracht om te gaan met tegenslag. Het is een innerlijke kracht die hen motiveert om door te gaan op een voor hen goede manier.

- Is het vermogen om te gaan met stress en onverwachte uitdagingen en om door te zetten in zulke situaties.
- Kan helpen bij dagelijkse stress welke invloed heeft op persoonlijke prestaties en uitkomsten van persoonlijk handelen.
- Wordt geassocieerd met verschillende positieve staten van zijn, zoals optimisme, genot, nieuwsgierigheid, energievul en het open staan voor ervaringen. Positieve emoties dienen ook als buffer tegen werkstress door individuen in staat te stellen ergens positief tegen aan te kijken terwijl dit anders misschien wel een stressvolle situatie had kunnen opleveren.

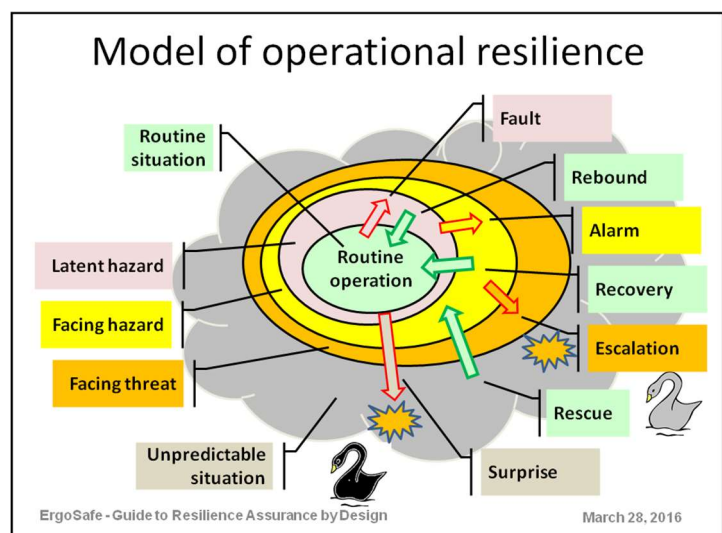
Theorie

Mensen komen allerlei moeilijkheden tegen in hun leven. Persoonlijke moeilijkheden zoals ziekte, een geliefde kwijtraken, mishandeling, pesten, werkloosheid en financiële instabiliteit.

Er zijn ook gedeelde moeilijkheden zoals tragische gebeurtenissen in het nieuws, bijv. oorlogen, terroristische aanslagen, moorden, natuurrampen en natuurlijk pandemieën. Mensen moeten daarmee leren om gaan en door te gaan.

Het ontwikkelen van veerkracht is zowel complex als persoonlijk. Het vereist een combinatie van innerlijke kracht en externe bronnen, en er is geen universele formule om meer veerkracht te krijgen. Mensen zijn verschillend en reageren dan ook anders in verschillende situaties.

Studies hebben psychologische invloeden, persoonlijke karakteristieken en de effecten van eerdere ervaringen onderzocht om te voorspellen wat een succesvolle ondernemer doet. Volgens Schumpeter (1993), heeft de ondernemer de 'visie' om de juiste dingen te doen zonder de situatie daadwerkelijk te



[This Photo](#) by Unknown Author is licensed under [CC BY-SA](#).

analyseren. Als we deze gedachte volgen zouden ondernemers over bepaalde psychologische kenmerken beschikken die hen helpen om te gaan met moeilijkheden en onzekerheid.

Volgens Achua en Lussier (2014) kunnen de eigenschappen die vrouwen bezitten die ondernemer willen worden genoemd worden als push- of pull factoren. De factoren die vallen onder 'push' zijn de factoren die gerelateerd zijn aan werkfrustratie, zoals het gebrek aan mogelijkheden, nauwelijks of geen kans om door te stromen richting een betere positie, economische crisis, gebrek aan geld, het in de steek laten van familie etc. Aan de andere kant, vallen onder de 'pull' factoren dingen die gerelateerd zijn aan het verlangen naar groei, streven naar onafhankelijkheid, wens om eigen baas te zijn etc. Samenvattend zijn dat de kwaliteiten die samenhangen met persoonlijke ontwikkeling en het vervullen van een levensdoel.

Ayala en Manzano (2014) bestudeerden de connectie tussen de dimensies van veerkracht en succesvolle ondernemers. Zij beschreven drie dimensies van veerkracht (elasticiteit, vindingrijkheid en optimisme) die helpen om succes te voorspellen. Resultaten hebben laten zien dat vindingrijkheid een belangrijke factor is voor het voorspellen van succes in ondernemerschap (zowel voor mannen als vrouwen). Hoewel, optimisme als factor die bijdraagt aan een succesvol bedrijf is groter voor vrouwen dan voor mannen. Zelfeffectiviteit en veerkracht zijn met name belangrijk voor ondernemerschap.

Tugade and Fredrickson (2004) toonden aan dat de psychologische mind-set die komt kijken bij veerkracht ook wordt teruggevonden in het lichaam. Dit betekent dat wanneer een persoon een betere psychische gesteldheid heeft, hij/zij een grotere capaciteit heeft om werk op zich/haar te nemen en hij/zij zich beter zal aanpassen aan moeilijkheden.

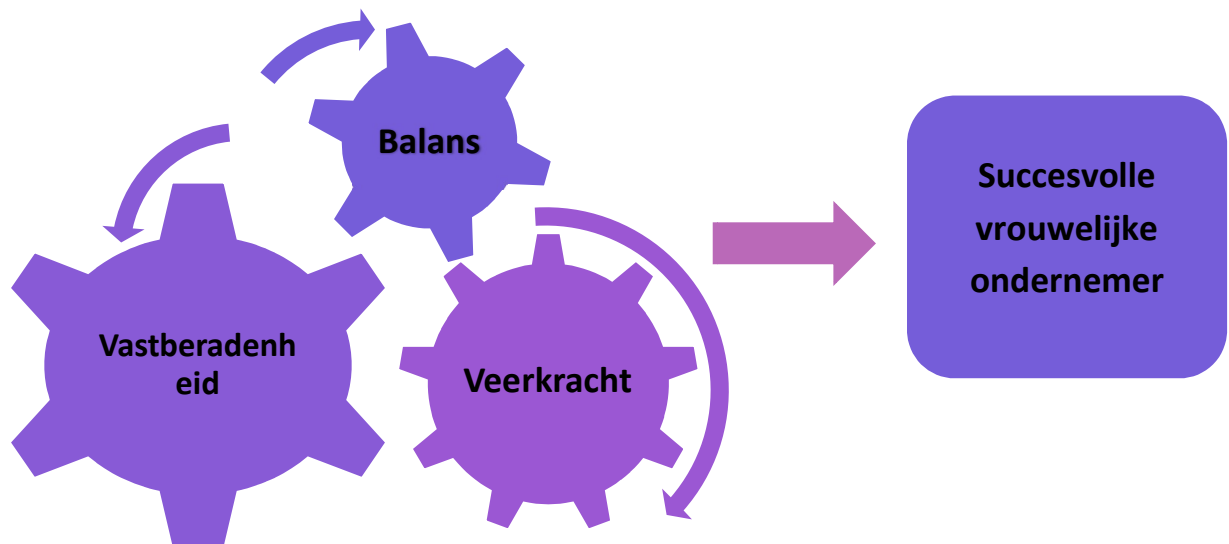


Fig. 1: Conceptual Model of Successful Entrepreneurial Women's Personal Characteristics

Belangrijkste theorieën over veerkracht.

1. Michael Rutter's Theorie:

Een combinatie van factoren draagt bij aan het opbouwen van veerkracht, er is geen simpele to-do lijst voor het omgaan met moeilijkheden. Volgens Rutter (2006), kan veerkracht worden gedefinieerd als "een interactief concept dat is gemoeid met de combinatie van ernstige risico-ervaringen en een relatief positieve psychologische uitkomst met betrekking op diezelfde ervaringen. Deze theorie ondersteunt dat:

- Veerkracht niet gerelateerd is aan individuele psychologische karaktertrekken, maar het vermogen om zich aan te passen wanneer hiervoor de juiste middelen worden aangeboden of beschikbaar zijn.
- Individuen kunnen veerkrachtig zijn binnen bepaalde risico factoren maar het hangt altijd af van de verschillende, specifieke situaties waar men in terecht komt of dat ook zo is.

2. Dr Norman Gamezy's Theorie:

Norman Garmazy definieert veerkracht als "niet noodzakelijk onvatbaar voor stress, veerkracht is wordt meer vormgegeven door de capaciteit om te herstellen en het behouden van aangepast gedrag als gevolg op eerdere onkunde bij een stressvolle gebeurtenis. Volgens deze benadering is veerkracht een functionele

adequaatheid, ondanks een storende emotionele factor, als een criterium van gedrag onder stress.

3. Syniya Luthar's Theorie:

Luthar (2000) beschouwt veerkracht als een dynamisch proces dat positieve aanpassing in de context van aanzienlijke tegenslagen omvat. Volgens Luthar zijn twee significante dingen het meest van belang voor iemand om veerkrachtig te zijn. Dit zijn de blootstelling aan de stress en het bereiken van positieve aanpassing.

Volgens deze theorie zijn er drie soorten beschermende factoren:

- Beschermend-stabiliserend (ondanks het verhoogde risico, geeft deze eigenschap het vermogen om stabiel er mee om te kunnen gaan)
- Beschermend-verbeterend (opnemen van stress en het verhogen van iemands zelfvertrouwen)
- Beschermend maar reactief (algemene voordelen maar niet bij hoge niveaus van stress).

4. Ann Masten's Theorie:

Volgens Masten (2011), is veerkracht "de capaciteit van een dynamisch systeem om zich aan te passen aan verstoringen die het functioneren, de levensvatbaarheid en de ontwikkeling van het systeem verstoren". Masten stelt dat een persoon, om veerkrachtig te zijn, zich moet kunnen aanpassen aan wisselende omstandigheden met b.v. met een zelfregulerend systeem voor emoties etc.

Onthoud

Veerkracht is de kracht die je gebruikt om de zwaarte van het leven te verminderen.

Amit Sood, M.D.

Belangrijkste vaardigheden behorende bij veerkracht⁹

Volgens Glicken, M.D. (2006), bezitten veerkrachtige mensen sommige van de volgende vaardigheden:

- **Focus op controle:** Zij weten als ze te maken krijgen met tegenstand hoe de controle op de uitkomst te behouden.
- Zij schakelen hulp in van familie, vrienden en collega's als dat nodig is.
- **Probleemoplossing** – Binnen hun mogelijkheden zoeken ze oplossingen voor problemen.
- **Optimisme** – Als ze het moeilijk krijgen geloven zij in hun mogelijkheden de problemen op te lossen.
- **Omgaan met** – Ze vinden technieken om stress en spanning te verminderen.
- **Zorgen voor zichzelf** – Hun mentale, emotionele en psychische gezondheid zijn top prioriteiten voor hen.
- **Zelfbewustzijn** – Zij kennen hun kracht en zwaktes en weten hoe te opereren.
- **Genereren** een unieke en innovatieve visie.
- **Tonen doorzettingsvermogen**
- **Communiceren** volop en doen aan zelfmanagement in het werken aan projecten en in het dagelijks leven..
- **Zien mogelijkheden en nemen initiatief** - Zien wegen om uit moeilijke situaties te geraken

Train jezelf om veerkrachtig te worden

⁹ Glicken, M. D. (2006). Learning from resilient people: Lessons we can apply to counselling and psychotherapy. Sage.

Onderzoek van Barr, S., & Devine-Wright, P. (2012) heeft aangetoond dat sociale systemen die steun geven in tijden van crisis of bij trauma's de veerkracht van het individu ondersteunen.¹⁰ Sociale steun kan afkomstig zijn van naaste of de uitgebreide familie, de gemeenschap, vrienden en organisaties. Leren om veerkrachtig te zijn betekent niet dat je moet doen



[This Photo](#) by Unknown Author is licensed under [CC BY-NC](#)

alsof het goed met je gaat of het simpelweg voorbij laten gaan. Het gaat niet over het leren van het vermijden van obstakels of het weerstand bieden aan veranderingen.

Het opbouwen van veerkracht is een proces waarbij mensen leren zich flexibeler op te stellen in moeilijke situaties en leren om hun krachten aan te wenden om met problemen om te gaan.

Als we veerkracht beschouwen als een proces kunnen we de volgende stappen volgen om vaardigheden te verwerven:

- **Ontwikkel zelfbewustzijn** – Begrijpen hoe jij reageert op stress en moeilijkheden is de eerste stap naar het aanleren van adaptieve strategieën. Zelfbewustzijn houdt ook in dat je je krachten en zwakheden kent.
- **Werk aan vaardigheden om je te beheersen** – Gefocust blijven op het aanpakken van stress en moeilijkheden is belangrijk maar niet eenvoudig. Stress reducerende technieken zoals begeleide beeldspraak, ademhalingstechnieken en mindfulness kunnen behulpzaam zijn om emoties, gedachten en gedrag te reguleren
- **Leren omgaan met vaardigheden** - Vaardigheden om problemen op te lossen helpen een persoon die moeilijkheden moet overwinnen. Er zijn diverse vaardigheden die bruikbaar kunnen zijn bij het omgaan met stressvolle en uitdagende situaties. O.a. het bijhouden van een dagboek,

¹⁰ Barr, S., & Devine-Wright, P. (2012). Resilient communities: sustain abilities in transition. *Local Environment*, 17(5), 525-532.

sporten, doorbrengen van tijd buitenshuis, omgaan met anderen, verbeteren van de slaap omgeving.

- **Verhogen van het optimisme** – Mensen die optimistischer zijn hebben meer controle over de resultaten die ze bereiken. Om optimistischer te worden moet je focussen op je uitdaging en de stappen die je kunt zetten om het probleem op te lossen identificeren.
- **Verstevig je verbindingen met anderen** – Ondersteuning is van groot belang voor je veerkracht. Versterk je bestaande connecties en zoek naar mogelijkheden om nieuwe verbindingen tot stand te brengen.
- **Ken je krachten** – Mensen voelen dat ze meer aan kunnen en hebben meer vertrouwen als ze goed inzicht hebben in hun talenten en positieve punten.
- **Maak een realistische planning** – Indien je in staat bent om realistische plannen te maken en uit te voeren dan kan je beter je krachten inzetten en focussen op haalbare doelen.
- **Geef een boost aan je zelfvertrouwen** – Zelfvertrouwen kan behulpzaam zijn om gevoelens van hulpeloosheid te verdrijven als er zich problemen voordoen.
- **Bouw voort op je communicatie vaardigheden** - Als je goed en duidelijk kunt communiceren dan kan je eenvoudiger hulp zoeken, bronnen mobiliseren en actie ondernemen.
- **Heb je emoties onder controle.** – De capaciteit om om te gaan met wellicht overweldigende emoties (of om hulp te zoeken om er mee om te gaan) helpt mensen zich te focussen als ze moeilijkheden op hun pad tegenkomen.

Onderzoek naar veerkracht toont aan dat veerkracht niet alleen wordt opgedaan bij verpletterende situaties van vijandigheid. Je kunt het opbouwen bij allerlei soorten van stressvolle situaties en beschermende factoren kunnen worden gekoesterd.

Technieken om veerkracht op te bouwen

Tips om meer veerkracht te verkrijgen volgens de Amerikaanse Vereniging van Psychologen (2012):

- **Bouw aan verbindingen**
- **Prioriteer je relaties** – Het onderhouden van contact met empathische en begripvolle mensen kan je er aan herinneren dat je er niet alleen voor staat. Focus je op het vinden van betrouwbare en medelijdende individuen en collega's die je gevoelens valideren. De pijn van traumatische gebeurtenissen kan er toe leiden dat sommige mensen zich afzonderen, maar het is belangrijk om hulp en ondersteuning te accepteren van diegene die om je geven.
- **Sluit je aan bij een groep** – Naast 1-op-1 relaties, vinden sommige mensen dat het actief zijn in een groep of een lokale organisatie sociale ondersteuning geeft.
- **Voedt welzijn**
- **Verzorg je lichaam goed** – Het verzorgen van jezelf is een rechtmatige praktijk voor mentale gezondheid en het opbouwen van veerkracht. Dit is zo omdat stress zowel een psychisch als een emotioneel fenomeen is. Goede voeding, voldoende slaap, genoeg water drinken, en regelmatige oefeningen zal je lichaam versterken om zo beter met stress om te gaan en emoties zoals boosheid en depressies te verminderen.
- **Beoefen mindfulness** – Mind full yoga en andere spirituele praktijken zoals bidden of meditatie kunnen ook behulpzaam zijn voor mensen om verbindingen aan te gaan en hoop te herstellen. En dit kan hen helpen om om te gaan met situaties die om veerkracht vragen
- **Voorkom negativisme** - Focus op het versterken van je lichaam om met stress om te kunnen gaan, in plaats van het gevoel van stress te vermijden.
- **Stel doelen** .
- **Help anderen** – Wordt vrijwilliger in een lokale daklozenopvang of steun een vriend als dat nodig is. Op deze manier kun je je een doel stellen, je eigenwaarde doen toenemen, je verbinden met andere mensen. Dit alles zal je veerkracht ten goede komen.
- **Wees proactief** – Dit is nuttig om je emoties beter te leren kennen en te accepteren in moeilijke tijden. En het is ook belangrijk om je zelf beter te leren kennen.
- **Werk aan je doelen** - Bepaal enkele realistische doelen en doe iets regelmatig – zelfs als het maar een kleinigheidje lijkt zal het je verder helpen in het bereiken van je doelen.

- **Zoek mogelijkheden om jezelf beter te leren kennen** - Je eigenwaarde en je waardering voor het leven kunnen toenemen als je je kwetsbaar opstelt.
- **Omarm gezonde gedachten** .
- **Bezie zaken in het juiste perspectief** - Hoe je denkt speelt een belangrijke rol in hoe je je voelt en hoe veerkrachtig je bent als je obstakels tegenkomt. Probeer irrationele gedachten te voorkomen, zoals een tendens om steeds het ergste scenario te bedenken en adopteer een meer uitgebalanceerd en realistisch denkpatroon. Bijvoorbeeld, als je overweldigd wordt door een uitdaging bedenk dan dat dit geen permanente situatie is. Alles is een zaak van de wijze waarop jij er tegen aan kijkt.
- **Accepteer veranderingen** - Accepteer dat veranderingen een onderdeel van het leven zijn. Zoek daarom naar wegen om je aan te passen. Hierdoor zul je kansen en interessante dingen zien die je je voorheen niet had voorgesteld.
- **Houdt hoop** - Probeer optimistisch te zijn – Optimisme geeft je meer vertrouwen dat goede dingen je zullen overkomen. Probeer dat wat je wil te visualiseren. Dat is beter dan je zorgen te maken over dat wat je vreest.
- **Leer van het verleden** – Door terug te kijken op wat in het verleden behulpzaam voor je was kun je leren hoe effectief te reageren op nieuwe moeilijke situaties.
- **Zoek hulp**
- **Het ontvangen van hulp als je dit nodig hebt** is cruciaal voor het opbouwen van veerkracht. Het is belangrijk te beseffen dat je niet alleen staat in dit proces. Voor veel mensen zal het benutten van hun eigen strategieën en kracht genoeg zijn om veerkracht op te bouwen. Maar soms zal dat niet voldoende blijken.

OEFENINGEN

1 <i>Video Review</i>	
Leerdoel:	Begrijpen van het concept van “veerkracht” door gebruikmaken van een audiovisueel medium.
Duur:	1-2 uur
Beschrijving:	De leerling selecteert 1 of meer video's uit de suggesties en bereid zich voor door deze te bekijken en er op te reflecteren.
Ondersteunende materialen (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, Video's, PowerPoint, etc.)	Titels van geselecteerde video's en relevante links: • The Three Secrets of Resilient People Lucy Hone TEDxChristchurch (https://youtu.be/NWH8N-BvhAw). • Sh*t Happens. 8 Lessons in Resilience Dr Fiona Starr & Dr Mike Solomon TEDxKingAlfredSchool (https://youtu.be/Jba4XDnDXuY). • The Power of Resilience: Sam Goldstein, Ph.D. at TEDxRockCreekPark (https://youtu.be/isfw8JJ-eWM). • The Superpower of Resilience Sule Kutlay Gandur TEDxBerlin (https://youtu.be/tP4qKqvB8pc). • From Stress to Resilience Raphael Rose TEDxManhattanBeach (https://youtu.be/Q7vYuKvpneM). • Teaching Grit Cultivates Resilience and Perseverance (https://www.youtube.com/watch?v=F0qrtsYg6kl&feature=emb_title).

	• Dr. Michael Ungar: What is Resilience (https://www.youtube.com/watch?v=15D1QuNLH0c) • Other.
--	---

2 <i>Literatuur Analyse</i>	
Leerdoel:	Om meer uit te vinden over het concept “veerkracht”
Duur:	8-40 uur (afhankelijk van het aantal gekozen boeken)
Beschrijving:	De deelnemster kiest 1 of meerdere boeken uit de lijst van suggesties om zijn kennis over het concept van “veerkracht” uit te breiden.
Ondersteunende materialen (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, Video's, PowerPoint, etc.)	Suggesties van boektitels: • “Freedom from Anxious Thoughts and Feelings: A Two-Step Mindfulness Approach for Moving Beyond Fear and Worry” by Scott Symington, PhD. • “Option B: Facing Adversity, Building Resilience, and Finding Joy” by Sheryl Sandberg and Adam Grant. • “How to Change Your Mind: What the New Science of Psychedelics Teaches Us About Consciousness, Dying, Addiction, Depression, and Transcendence” by Michael Pollan. • “Beauty in the Broken Places: A Memoir of Love, Faith, and Resilience” by Allison Pataki. • Other.

3

Worksheet: “Veerkracht opbouwen”

Leerdoel:	Sydney Ey, Ph.D., Associate Professor at the Department of Psychiatry at Oregon Health & Science University heeft een werk sheet ontwikkeld om plannen voor het opbouwen van veerkracht te ontwikkelen.
Duur:	1-2 uren (om het plan en een oefening te ontwikkelen)
Beschrijving:	De deelnemer maakt haar/zijn plan om veerkracht op te bouwen. En oefent de relevante vaardigheden. Deelnemers wordt aangeraden om open te zijn en ze niet allemaal perfect te doen. En open te staan en nieuwsgierig te zijn naar wat zij over zichzelf en anderen leren gedurende het proces.
Ondersteunen-de materialen (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, Video's, Powerpoints, etc.)	Link naar de worksheet: “Opbouw van veerkracht”: https://www.acponline.org/system/files/documents/about_acp/chapters/or/resilience_building_plan_worksheet.pdf .

4

Tien minuten per dag spelactiviteit

Leerdoel:	“SuperBetter” is een spel applicatie die is ontwikkeld om veerkracht te vergroten. Jane McGonigal, onderzoeker naar stress, ontwierp de game om
------------------	---

	mensen te helpen om beter met moeilijke situaties om te kunnen gaan en de doelen die er echt toe doen te bereiken.
Duur:	10 minuten
Beschrijving:	Het spel bevordert dat de deelnemer capaciteiten die ze al gebruikt in het dagelijks leven (optimisme, creativiteit en moed) versterkt. In een veilige omgeving kunnen deze capaciteiten uitgeprobeerd worden en daarna worden toegepast in het echte leven.
Ondersteunende materialen (Literatuurverwijzingen , bruikbare links, Video's, PowerPoint, etc.)	Link naar "SuperBetter" spelapplicatie: https://www.superbetter.com/. De deelnemers kunnen het spel downloaden van: • Play store of • iTunes.

5

Verhogen van de veerkracht door creativiteit

Leerdoel:	Creativiteit is een bron om om te gaan met stress en de veerkracht te laten toenemen. Het kan worden ingezet door een nieuwe creatieve gewoonte aan te leren of door dingen op een andere manier te zien.
Duur:	1-2 uren (om te kijken naar de video en een plan te maken voor de activiteit)

	De benodigde tijd hangt af van de gekozen activiteit. Een specifieke tijd moet op reguliere basis elke dag aan de oefening worden besteed.
Beschrijving:	De leerling gaat uit zijn/haar comfort zone om het leven te ontdekken door een nieuwe activiteit. Hij/zij moet er over nadenken om een cursus te volgen of gereedschappen te kopen om iets nieuws te proberen: b.v. tekenen, schilderen, naaien, kleien. Op YouTube vind je verschillende voorbeelden voor diverse niveaus, verschillende prijzen en tijdsinvestering.
Ondersteunende materialen (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, Video's, PowerPoint, etc.)	Link naar een ondersteunende Power Point Presentatie: http://www.resiliencyohio.org/videos/resiliency_trauma_training_series_session_2.mp4 .

PLANNING/MANAGEMENT

Belangrijkste leerdoelen

- In staat om (in groepsverband) een actieplan voor een op de gemeenschap gerichte activiteit en deze succesvol uit te voeren.
- In staat zijn tot “proactief gedrag”
- In staat zijn om doelen en prioriteiten vast te stellen
- In staat zijn om een plan te maken voor een ondernemersproject
- In staat zijn om een team te leiden
- In staat zijn om problemen op te lossen

Opgedane kennis

- Begrip van het concept van haalbare doelen in het leven en het ondernemerschap.
- De basisbeginselen van planning in het ondernemerschap begrijpen.
- Begrijpen van de basis van projectmanagement
- Kennis van eenvoudige methoden en instrumenten om problemen op te lossen bij het managen van projecten.

Vaardigheden (2-4)

- Gebruik maken van de methode om haalbare doelen te stellen (SMART geformuleerd) in de praktijk.
- Gebruik maken van planning voor verschillende situaties in het leven en het eigen

	ondernemers project (scenario planning) • Toepassen van verschillende instrumenten voor management en probleem oplossing.
Competenties (2-4)	• Visie • Inzetten van bronnen • Mobiliseren van anderen

THEORIE

“Just because you made a good plan,
doesn’t mean that’s what’s gonna happen.”

Taylor Swift



WAT IS EEN PLAN?

- ✓ een aantal beslissingen over hoe iets in de toekomst aan te pakken (dictionary.cambridge.org)
- ✓ een aantal stappen dat moet worden uitgevoerd of doelen die moeten worden behaald (definitions.net)
- ✓ een methode om iets te bereiken dat je op voorhand in detail hebt uitgewerkt (collinsdictionary.com)

WAT IS PLANNING?

- ✓ De actie of het proces om een plan te maken om iets te bereiken of om iets te doen (merriam-webster.com)
- ✓ Het proces om in detail te besluiten hoe iets uit te voeren voordat er mee te starten (collinsdictionary.com)
- ✓ De actie of het proces om plannen te maken voor een bepaald project (definitions.net)
- ✓ Een systematische en gestructureerde benadering om succesvol de gewenste doelen van een individu of team te behalen.
(economictimes.indiatimes.com)

“plans are worthless,
but planning is
everything”

Dwight D. Eisenhower,
US President 1948 - 1953



PLANNING BIJ ONDERNEMERSCHAP / EEN ACTIVITEIT HOUDT IN:

1. *Idee voor een activiteit*

Om tot ideeën te komen voor een project kun je gebruik maken van de instrumenten om creatief na te denken.

2. *Planning van de activiteit*

Het is een erg belangrijke fase in de ontwikkeling en implementatie van een project voor een onderneming. Dit proces omvat op zijn minst a aantal belangrijke fases:



2.1. *Doelen van de activiteit*

Om doelen vast te stellen kun je de methode van de “SMART doelen” gebruiken. Het concept van de SMART doelen werd voor het eerst genoemd in een artikel van George T. Doran in november 1981 in het

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Management Review. Sinds die introductie hebben veel experts op het gebied van management de “SMART”- methodiek op verschillende manieren weergegeven. Hier een uitleg van de oorspronkelijke wijze zoals Doran het formuleerde:

S is van Specifiek : Het doel is specifiek. Het geeft het precies aan wat er aan de uitvoering verbetert door het doel.

M is van Meetbaarheid: Het doel is meetbaar. Op deze manier weet je of je je specifieke doel bereikt hebt..

A is van Achievable (haalbaar): Iemand van het team kan verantwoordelijk worden gemaakt voor het behalen van het doel.

R is van realistisch: Terwijl we allemaal wild succes willen, gaat het bij SMART doelen om doelen die realistisch gezien behaald kunnen worden, gegeven de tijd en de financiële mogelijkheden.

T is van tijdgebonden: Het geformuleerde doel zal binnen een bepaalde tijd gehaald worden. (<https://www.entrepreneur.com/>).



2.2. Inzet van hulpbronnen

Planning van de inzet van hulpbronnen omvat: apparatuur, gereedschappen, benodigdheden, materialen en het belangrijkste – mensen. Het inzet plan is een gedetailleerde lijst van hulpbronnen en de wijze waarop deze gedurende het project te managen. Planning van hulpbronnen is ook een financiële planning. Onderdelen van een plan

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

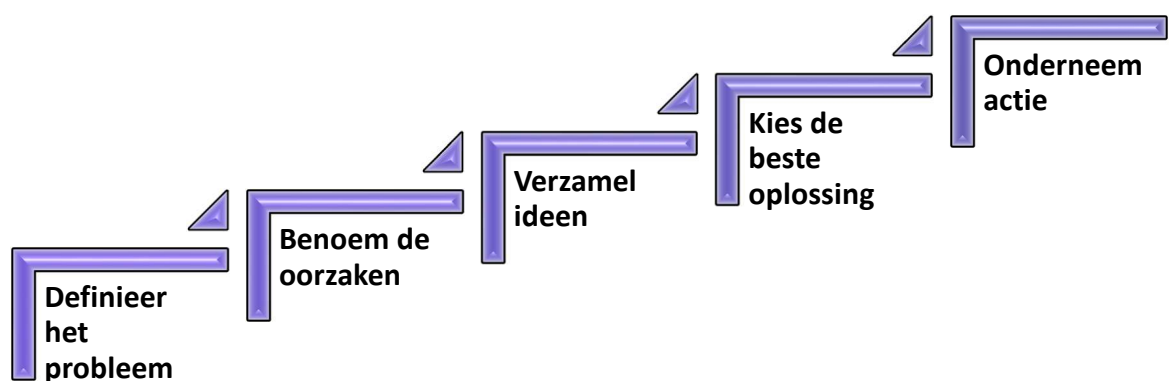
This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

voor inzet van hulpbronnen zijn: vastleggen hulpbronnen, aanschaffen hulpbronnen, managen van hulpbronnen en controleren van hulpbronnen (projectmanager.com)

2.3. *Probleem oplossen*

Probleem oplossen moet een grote rol spelen bij de implementatie van een bedrijfsproject. Er is een benadering die vijf stappen definieert. Deze stappen kunnen bij elk probleem worden toegepast:



Technieken om problemen op te lossen: Een 5-staps benadering (bron: project-management-skills.com)

En dan hoort daar natuurlijk altijd “Evaluatie” bij: hebben we bereikt wat we wilden bereiken (of niet) en wat kunnen we daarvan leren?

Waarschuwing: Onderstaande oefeningen zijn slechts voor een klein deel bruikbaar voor de doelgroep laagopgeleide vrouwen.

OEFENINGEN

1 Test voor proactief gedrag	
Leerdoel:	• In staat zijn tot proactief gedrag • In staat zijn om problemen op te lossen
Duur:	1 uur
Beschrijving:	Individueel testen, gezamenlijke discussie. Instructie. 1. De coach verdeelt onder de deelnemers formulieren met test vragen. 2. De coach legt aan de deelnemers uit dat reactieve mensen al hun problemen verklaren door te wijzen op externe omstandigheden. Ze geven anderen de schuld van hun problemen en gedragen zich als slachtoffers. Tegelijkertijd nemen proactieve mensen verantwoordelijkheid voor hun leven en erkennen dat het afhangt van hun eigen beslissingen. Hun gedrag is een welbewuste keuze. Hun gedrag is niet gebaseerd op de mening van anderen, maar op hun innerlijke waarden. Pro actieve mensen kunnen hun leven (privé en zakelijk) plannen. 3. Hierna deelt de coach kaarten uit met opties voor gedrag (optie 1, optie 2). 4. Nadat de deelnemers de test hebben gedaan en hun resultaat hebben berekend volgt er een groepsdiscussie. In deze fase is het belangrijk dat de deelnemers in staat zijn om hun eigen barrières om zich pro actief te gedragen te herkennen.
Ondersteunende materialen (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, Video's, PowerPoint, etc.)	Papier, pennen, formulieren met test vragen, Annex I.

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Annex I. A form with test questions to determine proactive behaviour

Choose the most appropriate answer:

Option 1: I don't have a job. There is nothing that I can do to help myself or my family.	
Option 2: Yes, I do not have a job, but it is worth looking at the opportunities for self-employment.	
Option 1: I am what I am and it doesn't change.	
Option 2: I can choose how to respond to difficulties and opportunities.	
Option 1: My boss is such a scoundrel! What a prize! Just shouting and giving stupid instructions.	
Option 2: Yes, the boss is not a gift. I'll try to build a relationship, but it won't work - I'll find another job.	
Option 1: Food prices have risen so much that I can no longer afford to buy my favourite fruits.	
Option 2: Yes, prices have risen. I need to figure out how to earn more.	
Option 1: I was in the cafe with my child. She was just awful! She shouted at the whole hall, dropped the plate. I had to punish her.	
Option 2: Yes, it turned out awkwardly - my daughter behaved noisily in the cafe. So we go to a park.	
Option 1: I have no time for English, I have two children. It's a pity, but, apparently, I was destined to work all my life in a low-skilled job.	
Option 2: The language is important nowadays, but having two children it is difficult to find time for study. I will study in the subway on the way to work and back. I'll have 2 hours a day.	

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Option 1: I have an idea to start my own business. Yes, the idea is good, but it will be very difficult to implement. Apparently, I will not try.	
Option 2: The idea requires some resources, but it's worth it. I will prepare a good business plan.	
Option 1: I often have the idea to start my own business. But this requires a lot of communication with other people. I don't think I can handle it. I'm afraid!	
Option 2: Yes, you have to communicate a lot. But, the one who does not learn anything does not succeed. I can do anything!	
Option 1: I came to another country. Everything is strange to me here. Apparently, I will never be able to adapt.	
Option 2: I am responsible for my own life. There are many opportunities for self-development and self-realization. I'll be sure to figure out how to use them.	

Instructions: participants must check the appropriate option for them. As a result, if option 1 predominates - the participant is prone to reactive behavior, option 2 - to proactive.

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

2 Techniek «Ta-Da»	
Leerdoel:	• In staat zijn (collectief) om een plan op te stellen voor een gemeenschapsactiviteit en dit plan succesvol uit te voeren • In staat zijn tot pro actief gedrag • In staat zijn om doelen te stellen en prioriteiten vast te stellen • In staat zijn om een plan te maken voor een bedrijfsmatig project • In staat zijn om een probleem op te lossen
Duur:	2 uur
Beschrijving:	Individueel werk, brainstormen, groepsdiscussie. Instructie. 1. De coach vraagt de deelnemers om meer specifiek het idee om een eigen bedrijf te starten uit te werken en een mini plan uit te werken. 2. The coach legt aan de deelnemers uit dat volgens de “Ta-Da” techniek de planning moet plaatsvinden volgens het volgende schema: T - Denken A - Vragen D – Beslissen A – Handelen 3. Hierna deelt de coach de juiste formulieren uit aan de deelnemers. Deze moeten met de klok mee invullen. 4. Na de oefening is er een groepsgewijze discussie over de resultaten. Deelnemers delen hun impressies en zeggen tegen welke moeilijkheden ze aanliepen tijdens de oefening. De coach vraagt ook welke andere acties ondernomen zouden kunnen worden om het doel

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	zo goed mogelijk te bereiken. Deelnemers wisselen onderling aanbevelingen uit.
Ondersteunende materialen (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, Video's, PowerPoint, etc.)	Papier, pennen, formulier voor "Ta-Da" techniek. Bijlage II.

Bijlage II. Formulier voor "Ta-Da" oefening

Waar moet je zeker aan denken?	Termen	Wat moet ik vragen en aan wie?	Termen
1.		1.	
2.		2.	
3.		3.	
4.		4.	
5.		5.	
Wat is belangrijk om te doen?	Termen	Wat is belangrijk om te durven?	Termen
1.		1.	
2.		2.	

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

3.		3.	
4.		4.	
5.		5.	

3 «LEGO»	
Leerdoel:	• In staat zijn tot pro actief gedrag • In staat zijn tot het managen van hulpbronnen en een team • In staat zijn om problemen op te lossen
Duur:	1 uur
Beschrijving:	Team management. Instructie. 1. De coach verdeelt de deelnemers over kleine groepjes van 2 of meer personen en wijst een leider aan die van geen enkel team lid is. 2. De coach bouwt met legoblokjes binnen 10 minuten een willekeurig bouwsel. 3. Hierna krijgen de teams precies 15 minuten om dit bouwsel precies na te bouwen. Maar slechts 1 teamlid kan het originele bouwsel zien. Zij moet zo exact mogelijk het originele bouwsel beschrijven. 4. Na afronding van de oefening vraagt de trainer het volgende: - Waardoor kon je de taak afronden? - Aan welke communicatievorm had je het meest: verbaal of non-verbaal? - Hoe belangrijk is volgens jou teamwork?

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



	- Hoe belangrijk is het volgens jou dat een teamleider kan communiceren met de teamleden? Waarom denk je dat? Door deze oefening zullen deelnemers het belang van effectieve informatie uitwisseling begrijpen.
Ondersteunende materialen (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, Video's, PowerPoint, etc.)	Legoblokjes

4 "SMART doelen"	
Leerdoel:	• In staat zijn (collectief) om een plan op te stellen voor een gemeenschapsactiviteit en dit plan succesvol uit te voeren • In staat zijn tot pro actief gedrag • In staat zijn om doelen te stellen en prioriteiten vast te stellen • In staat zijn om een plan te maken voor een bedrijfsmatig project • In staat zijn om een probleem op te lossen
Duur:	3 uur
Beschrijving:	Individueel werk, brainstormen, collectieve discussie. Instructie. 1. De coach legt aan de deelnemers uit dat het zeer belangrijk is om de juiste doelen te stellen voor hun bedrijf. Hiervoor kan de "SMART doelen" methode worden gebruikt.

2. De coach benadrukt dat als je de SMART methode gebruikt het belangrijk is om de juiste vragen aan jezelf te stellen:

A) Het doel moet duidelijk zijn. De specifieke kenmerken van de markt moeten in aanmerking worden genomen.

Vraag:

A. Wat wil ik precies bereiken/verbeteren/veranderen? Voorbeeld: verkoop van gebakjes aan de inwoners van dit gedeelte van de stad en investering terugverdienen in de nabije toekomst.

B) het doel moet meetbaar zijn (in absolute aantallen of percentages)

Vraag: Bij welk resultaat is het doel bereikt?

Voorbeeld: verkoop voor 3.000 – 4.000 euro per maand.

C) De doelen moeten zowel haalbaar als ambitieus zijn. Tegelijkertijd is het belangrijk om goed zicht te hebben op de beschikbare bronnen.

Vraag: Is mijn doel niet te moeilijk of te eenvoudig? Waardoor zou ik het niet kunnen halen, of waardoor juist wel?

Voorbeeld: Een bakkerij naast mij heeft haar producten al tien jaar verkocht en heeft veel reguliere klanten. Ik kan een beter resultaat behalen door te focussen op veganistische producten.

D) het doel moet in overeenstemming zijn met de beschikbare bronnen (financieel, arbeidskrachten) en zo realistisch mogelijk zijn.

Vraag: Waarom wil ik dit doel bereiken? Wat heb ik waardoor ik het doel zal bereiken?

Voorbeeld: Ik kan goed koken en ik heb een team van gelijkgestemden die zeer goed zijn in hun vak en een niet standaard benadering tot hun werk hebben.

E) Er moet een deadline zijn voor een tussentijds resultaat en voor de uiteindelijke resultaten. Hierna moet het duidelijk zijn in welke mate het doel is bereikt.

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



	Vraag: Hoe lang duurt het om resultaat te behalen? Wanneer zal het geplande resultaat zijn behaald. Voorbeeld: 2 jaren. 3. Nu vraagt de coach aan de deelnemers om hun eigen doel te formuleren en het zelfstandig te bekijken volgens de SMART-methode. 4. Nu presenteren deelnemers het resultaat van hun werk aan alle andere deelnemers om van hen feedback te krijgen. Belangrijk: Iedere deelnemer is in staat om te luisteren naar de suggesties van de andere deelnemers en formuleringen van de doelen aanpassen. De coach ziet er op toe dat de suggesties van de andere deelnemers constructief zijn..
Ondersteunende materialen (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, Video's, PowerPoint, etc.)	Papier, pennen.

5 Eisenhower Matrix	
Leerdoel:	• In staat zijn om doelen te formuleren en prioriteiten vast te stellen • In staat zijn om een bedrijfsmatig plan te maken. • In staat zijn om problemen op te lossen
Duur:	2 uur
Beschrijving:	Instructie. 1. De coach legt uit dat het zeer belangrijk is om juiste prioriteiten te kunnen stellen bij bedrijfsmatige processen.



	2. De coach legt uit dat de Eisenhower-matrix is om van een specifieke taak de urgentie vast te stellen en een to-do lijst samen te stellen. De matrix is een uit vier blokken bestaand vierkant. Ieder blok heeft een andere kleur. Ieder kwadrant heeft haar eigen ratio van belangrijkheid en urgentie. 3. Hierna legt de coach het principe van de oefening uit en deelt papier en pennen uit aan de deelnemers. 4. Na het uitvoeren van de oefening vat de coach het geheel samen door de volgende vragen te stellen: - Was het moeilijk om de oefening uit te voeren? - Kun je het bereiken van doelen voor je toekomstige bedrijf door deze oefening beter plannen? Hoe precies? Kun je deze oefening in je dagelijkse leven gebruiken?
Ondersteunende materialen (Literatuurverwijzingen, bruikbare links, Video's, PowerPoint, etc.)	Papier, pennen. Bijlage III.



Bijlage III. Methoden om de oefening uit te voeren



Source: <https://www.the1thing.com/blog/time-management/manage-your-time-with-the-eisenhower-matrix/>

INZICHT IN DE KLANT

Vanuit een theoretisch oogpunt leidt beter inzicht in de klant tot een beter begrip van de klant. Dit is nodig om in staat te zijn een geschikter product of dienst te ontwerpen die beter tegemoet komt aan de wensen van de klant. Dit zal leiden tot betere verkoop. Maar een marketing en verkoop module past niet bij de doelen van de doelgroep van dit project: laag geschoolde migranten vrouwen. Daarom focust deze module op de organisatie van een evenement voor de mensen die wonen in de omgeving waar vrouwen leven. Een stimulerend event organiseren waardoor vrouwen vaardigheden kunnen aanleren die ze ook nodig hebben in het integratieproces. Je klant kennen kan dan gelezen worden als: ken je omgeving, ken de plaats waar het evenement gaat plaatsvinden. Wie wonen daar (waar komen zij vandaan, hoe oud zijn ze, hebben ze kinderen?) wat voor werk doen deze mensen? Welke diensten zijn er in de gemeenschap? Wat doen mensen in hun vrije tijd? Een beter zicht op de mensen en het aanbod in de gemeenschap zal de vrouwelijke migrant helpen om te bepalen welke activiteit in dit gebied het best kan worden ondernomen. Deze module helpt om keuzes te maken omtrent doelgroep en opzet van de activiteit. En wellicht nog belangrijker hoe een dergelijke activiteit bijdraagt aan de sociale cohesie in het gebied. De theoretische introductie is bedoeld om de coach wat inzicht te geven in de achtergrond van sociale cohesie en uit te leggen waarom de oefeningen zijn gekozen. Tegelijkertijd geeft het wat inzicht in de groepsprocessen bij de migranten vrouwen als zij activiteiten plannen voor het event. De oefeningen dragen bij aan de ontwikkeling van de belangrijkste leerdoelen.

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Algemene leeropbrengst van de cursus waar deze module een onderdeel van is.

- In staat om gezamenlijk een voor de gemeenschap bedoelde activiteit te plannen en te organiseren en daarbij gebruik te maken van de aanwezige kennis en ervaringen.

Belangrijkste leerdoelen

- Vrouwelijke migranten zijn zich bewust van wie er in hun omgeving woont
- Vrouwelijke migranten weten wat de behoeften van hun buurtgenoten zijn.
- Vrouwelijke migranten weten wat het aanbod is in hun buurt en wat zij gezamenlijk kunnen toevoegen.
- Vrouwelijke migranten weten hoe hun eigen ervaringen kunnen voorzien in lokale behoeften.
- Vrouwelijke migranten kennen verschillende methoden om hun idee in de buurt bekend te maken

Verkregen kennis

- Kennis over beroepen (arbeidsmarkt) en de reguliere activiteiten van mensen
- Kennis over de aanwezige diensten in de buurt en de behoeften van mensen in de gemeenschap

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Vaardigheden

- Kennis over verschillende manieren van communiceren.

- In staat zijn om op eigen kracht en ambitie te werken aan een specifiek plan
- In staat om in een team te werken
- In staat om communicatiemiddelen in te zetten
- In staat om bedrijfsmatige activiteit te koppelen aan eigen carrière pad

Competenties

- Zelfbewustzijn
- Beoordelen van ideeën
- Zien van kansen
- Samenwerken

THEORIE

SOCIALE COHESIE EN DE ROL HIERVAN IN DE GEMEENSCHAP

Een van de redenen om een activiteit in de buurt te organiseren is dat een dergelijk event kan bijdragen aan het gevoel erbij te horen en aan het welzijn. In de literatuur (Fonseca et al, 2018) wordt dit aangeduid als een deel van het proces van het creëren van sociale samenhang. Wat betekent “sociale samenhang” en nog belangrijker: waarom is dit concept zo relevant? Een definitie van sociale samenhang luidt: “De wil van leden van een gemeenschap om samen te werken om zo te overleven en op te bloeien” (Stanley, D, 2003).

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

De Europese Commissie beschouwt sociale samenhang als 1 van de belangrijkste resultaten van hun subsidie programma's waarmee ze:

- Werken aan het welzijn van al haar burgers
- Strijden tegen uitsluiting en marginalisering
- Een gevoel van er bij horen creëren
- Vertrouwen promoten
- Hun burgers kansen bieden tot opwaartse mobiliteit (opklimmen van een lagere naar een hogere sociale klasse)

Sociale samenhang wordt beschouwd als een belangrijke drijfveer voor lange termijn welzijn en concurrentievermogen omdat het waarden als wederkerigheid, loyaliteit en solidariteit bevordert. Om te komen tot sociale samenhang moeten er voor personen redenen zijn om tot een groep/buurt te willen behoren. En deze redenen moeten aansluiten op hun normen en waarden. Dit verklaart waarom de Europese commissie is gefocust op het bereiken van inclusie door haar politiek om alle burgers in gelijke mate te laten meedelen in welvaart, kennis, vaardigheden en competenties. Een individu kan zich alleen thuis voelen in een groep en hierin participeren als in de groep aansprekende normen en waarden bestaan. "Zij zijn niet zo anders als ik". Om iets dergelijks te bereiken kan het zinvol zijn om een activiteit voor die groep te organiseren. Dit helpt om een beter begrip te krijgen van normen en waarden, het helpt om te gaan met waargenomen verschillen, het helpt om in te zien dat uiteindelijk de lokale bevolking niet zoveel anders is dan jij en je ziet dat je inzet wordt gewaardeerd door de lokale gemeenschap. Op deze manier kan sociale samenhang integratie en actief burgerschap bevorderen. En tegelijkertijd een bijdrage leveren aan de samenhang in de buurt.

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

OPBOUWEN VAN SOCIALE COHESIE

Het concept van sociale cohesie of samenhang kan op drie niveaus worden beschouwd:

1. Niveau van de gemeenschap
2. Niveau van instituties
3. Niveau van het individu

Vaak wordt sociale samenhang gelijk gesteld aan samenhang in een groep. Alleen de schaal is verschillend.

Sociale samenhang heeft drie belangrijke componenten (Bolt, Torrance , 2005):

1. Sociale participatie, dit betekent actief deelnemen in een gemeenschap
2. Gedeelde normen en waarden
3. Identificatie met/ verbonden aan de gemeenschap

Vertaald naar de lokale gemeenschap kunnen deze componenten worden samengevat op de volgende manier: Creëer een gevoel van gezamenlijke identiteit en onderlinge steun. Hieronder valt het opbouwen van een lokale identiteit, sociale netwerken en een veilige ruimte; promotie van lokale cultureel erfgoed en aanmoedigen van culturele diversiteit door bevorderen van tolerantie en de bereidheid om andere culturen te accepteren. (zie OECD, 2011).

OM JE KLANT TE KENNEN MOET JE JE OMGEVING KENNEN

In marketing theorieën is het gebruikelijk dat een goede productintroductie samenhangt met kennis van de markt/je type klanten. Welke gevolgen heeft ons

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

begrip van het concept van sociale samenhang voor het opzetten van een activiteit in de buurt? Als het doel is om een activiteit te organiseren die bijdraagt aan de sociale samenhang in de buurt dat moet je het volgende weten:

1. Op welke wijze kunnen burgers actief zijn in de buurt (sociale participatie)
2. Wat hebben de mensen in de buurt voor normen en waarden (en niet waarom/hoe verschillend zijn ze/gedeelde normen en waarden).
3. Hoe dragen activiteiten in de buurt bij aan de levenskwaliteit?

Om het simpel te stellen betekent het dat je moet weten wat voor soort mensen er in de buurt wonen, wat hun behoeften zijn en wat zij gemeenschappelijk hebben. Om relevante input te verzamelen om een activiteit te organiseren worden de volgende stappen benoemd in al het marktonderzoek (zie: www.hotjar.com; Zaltman, G., 1997):

1. Definieer de vraag die je beantwoord wilt hebben
2. Zorg ervoor dat je je vragen beantwoord krijgt (via interview of enquête)
3. Verzamel informatie
4. Bewerk informatie
5. Trek conclusies/ neem besluiten

Momenteel zijn er goede mogelijkheden om veel data te verzamelen over klanten. Digitale vragenlijsten zoals SurveyMonkey helpen je om vragenlijsten aan een grote groep mensen voor te leggen. Dit gaat echter voor deze cursus te ver. Op lokaal niveau kunnen marketing vragen worden omgezet in een paar simpele acties die kunnen worden meegenomen:

- Bezoek het buurthuis voor informatie;
- check artikelen en advertenties in lokale kranten;

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



- check artikelen en advertenties in lokale periodieken/folders
- zoek informatie op het gemeentehuis / bij het VVV
- check culturele centra voor informatie

Over het definiëren van de vraag:

- Wilt u tegemoet komen aan lokale behoeften? Welke diensten zijn dan nodig? Heeft u interesse in het promoten van gelijkheid? Welke gemeenschappelijke interesses hebben we?
- Heeft u interesse in het promoten van de culturele rijkdom van je gebied? Hoe kunnen we de culturele rijkdom van de verschillende mensen in de buurt bevorderen?

Met de oefeningen in deze module willen we proberen meer begrip te krijgen van sociale samenhang en ook met het kiezen van een goede activiteit.

OEFENINGEN

1	Wat gebeurt er bij mij in de buurt? Bezoek een lokale activiteit
Leerdoel	• vrouwelijke migranten weten wie er in de buurt wonen • vrouwelijke migranten weten wat de mensen in de buurt voor behoeften hebben en activiteiten willen • vrouwelijke migranten weten hoe hun eigen ervaringen een bijdrage kunnen leveren aan het voorzien in lokale behoeften
Beschrijving:	Voorbereiding: Coach verzamelt enige lokale folders/nieuwsbrieven waarin buurtactiviteiten staan aangekondigd. Coach een buurtactiviteit uitzoeken die ze gezamenlijk gaan bezoeken. • Coach verdeelt de deelnemers in kleine groepjes van 3 of vier personen. • Coach verdeelt de folders onder de deelnemers. • Coach legt uit wat buurtactiviteiten zijn . Er worden voorbeelden gegeven. • Iedere groep leest folders en zoekt hierin de buurtactiviteiten • Iedere groep kiest een activiteit uit die ze willen bezoeken en geeft aan waarom ze voor deze activiteit kiezen. Tijd: 30 minuten

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	• Plenair vervolg • Coach maakt een inventarisatie van de gevonden activiteiten • Coach vraagt aan de deelnemers hoe zij een keuze kunnen maken uit de genoemde items • Coach geeft de tijd voor kort overleg in de groep over de manier waarop ze gaan beslissen • Als dit niet genoemd is dan brengt de coach de mogelijkheid in om op democratische wijze te beslissen: bij meerderheid van stemmen. • Per item worden handen opgestoken door hen die voor zijn. • De activiteit die de meeste stemmen krijgt wordt bezocht Tijd: 20 minuten • Coach vraagt de deelnemers waarom deze activiteit de voorkeur heeft (mogelijke vragen zijn: ben je eerder bij een dergelijke activiteit geweest, zou je zoiets zelf ook willen doen? Etc.). Coach geeft extra aandacht aan hen die niet voor deze activiteit hebben gestemd: wat waren hun redenen hiervoor? • Coach herhaalt de datum en aanvangstijd van de activiteit • Coach legt de route naar de locatie uit en hoe daar te komen. Reistijd en ontmoetingsplek worden afgesproken. • Coach sluit de oefening af met een reflectieve vraag: Wat heb je geleerd over je buurt door deze les?
--	--

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	Tijd: 30 minuten
Ondersteunende materialen:	• Folders, nieuwsbrieven etc. gewijd aan wat er in de buurt gebeurt. • White board • Markers
Duur:	1 uur, 30 minuten (exclusief reistijd naar en van de locatie waar de activiteit is en de tijd om de activiteit bij te wonen) De ervaringen van de deelnemers worden geëvalueerd en gebruikt in oefening 3.

Oefening	
2	Bezoeken van een buurthuis (alternatief: openbare bibliotheek of cultureel centrum) Bezoek, presentatie, discussie
Leerdoel:	• Vrouwelijke migranten weten wie er in hun buurt woont. • vrouwelijke migranten weten wat de mensen in de buurt voor behoeften hebben en activiteiten willen
Beschrijving:	Vorbereiding: een afspraak met een buurthuis om hen hun doel en activiteiten aan de deelnemers te laten uit leggen. Afspraken over de reis en de bijeenkomst

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	• Coach stelt medewerker van het buurthuis aan de deelnemers voor. • Medewerker stelt zich kort voor. • Deelnemers stellen zich kort voor. • Medewerker geeft uitleg over de doelen, doelgroepen en activiteiten van het buurthuis. • Ruimte voor vragen en antwoorden. Tijd: 30 minuten • Een korte rondgang door het wijkcentrum • Vragen en antwoorden tijdens de rondgang. Tijd: 20 minuten • Coach vraagt aan de deelnemers wat hen het meest bevalt en waarom. • Groepsdiscussie over wat zij kunnen aanbieden aan het centrum. Tijd: 20 minuten • Coach evalueert: Wat heb je geleerd over wat er gebeurt in je buurt? Tijd: 10 minuten
Ondersteunende materialen:	• Check de beschikbare ruimtes in het centrum • Folders van actuele en reeds eerder plaatsgevonden activiteiten in het centrum (om na afloop van het bezoek uit te delen)
Duur:	1 uur, 30 minuten (exclusief reistijd naar en van het centrum)

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Oefening	
3	Ik kan dat ook! Groepsdiscussie, werken in kleine groepen
Leerdoel:	• Vrouwelijke migranten weten wie er in hun buurt woont. • vrouwelijke migranten weten wat de mensen in de buurt voor behoeften hebben en activiteiten willen • vrouwelijke migranten weten hoe hun eigen ervaringen een bijdrage kunnen leveren aan het voorzien in lokale behoeften
Beschrijving:	Vorbereiding: • Coach legt het doel van vandaag uit: zoeken naar de overeenkomsten tussen de buurtactiviteit en hun eigen uitdaging: een bedrijfsmatig event organiseren. • Coach brengt het bezoek aan de buurtactiviteit in herinnering • Coach verdeelt de deelnemers in kleine groepjes van 3 of 4 deelnemers • Deelnemers moeten discussiëren over de volgende vragen: 1. Evaluatie van de activiteit: Vonden mensen het leuk? Wie organiseerde de activiteit? Waarom werd de activiteit georganiseerd? Wie heeft er baat bij deze activiteit? Ondersteunende vragen: Was het een professional of een vrijwilliger? Wat was de motivatie voor mensen om de activiteit te

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	bezoeken? Hoe reageerden zij? Besteed aandacht aan het verschil in verwachtingen als het gaat om een professionele activiteit of een amateur activiteit. Afhankelijk van het niveau van de deelnemers kan de coach dit gesprek verder uitdiepen. 2: Kan jij ook zoiets organiseren (Wat zou jij anders doen?) Tijd: 30 minuten • Plenaire sessie. • Coach vraagt aan iedere groep om kort hun antwoorden op beide vragen te presenteren. • Coach maakt op het bord 2 kolommen. Voor iedere vraag 1. • Coach schrijft de gegeven antwoorden op het bord Tijd: 20 minuten • Coach vat de rode lijn in de antwoorden samen: waarom komen mensen naar zo'n bijeenkomst? Wie biedt een dergelijke activiteit aan en waarom? (omdat ze iets meer ervaring hebben dan de gemiddelde buurtbewoner, omdat mensen nieuwsgierig zijn en iets nieuws willen zien, omdat men ervaringen wil delen) • Coach vraagt de deelnemers waar zij ervaring mee hebben en vraagt hen deze te delen. • Coach verzamelt suggesties op het bord • Coach dan aan de deelnemers welke activiteit ze het liefst mee organiseren. Tijd: 25 minuten
--	--

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	Coach kijkt terug op de les: wat heb je geleerd aangaande datgene wat jij te bieden hebt aan de buurt?
Ondersteunende materialen	- Bord - Stiften
Duur:	1 uur, 30 minuten

Oefening 4	Hoe kunnen we PR maken voor onze activiteit in onze buurt?
Leerdoel:	- Vrouwelijke migranten weten wie er in hun buurt woont. - vrouwelijke migranten weten wat de mensen in de buurt voor behoeften hebben en activiteiten willen - vrouwelijke migranten weten hoe hun eigen ervaringen een bijdrage kunnen leveren aan het voorzien in lokale behoeften - vrouwelijke migranten weten dat er verschillende mogelijkheden zijn om over hun idee te communiceren in hun buurt.
Beschrijving:	- Coach legt het doel van deze module uit: hoe kunnen we PR maken voor onze bedrijfsmatige activiteit in de buurt? - Coach verdeelt de deelnemers in kleine groepen van 3 à 4 personen.

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	• In iedere groep houden de deelnemers een brainstorm over de vraag hoe zij de buurtgenoten kunnen informeren over hun activiteit Duur: 15 minuten • Coach schrijft de antwoorden op het bord en vat de belangrijkste ideeën samen. • Coach informeert de deelnemers over de mediakanalen die het meest worden gebruikt in de buurt en laat voorbeelden zien van aankondigingen van activiteiten in de buurt. • Gezamenlijk wordt er een keuze gemaakt (minimaal 2, bijvoorbeeld een poster en een aankondiging in een lokale krant) Duur: 20 minuten • Coach vormt voor ieder gekozen kanaal een groep deelnemers. • Coach legt de volgende stap uit: bepaal welke informatie moet worden gepresenteerd; verdeel de rollen bij het maken van de communicatie: wie is verantwoordelijk voor de tekst, voor de lay-out en voor de verspreiding? Duur: 30 minuten • Plenaire sessie • Iedere communicatievorm wordt bediscussieerd en afgerond qua tekst. Coach geeft zorgvuldig aandacht aan de planning van de communicatie: wanneer gaat deze van start. Deadlines worden vastgesteld. Duur: 30 minuten
--	--

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	• Coach vat samen wat er is gedaan en wat er nog moet worden gedaan om de poster af te ronden, de advertentie, de aankondiging, artikel etc. Coach checkt of alle deelnemers hun rol begrijpen, of de deadlines duidelijk zijn en er vervolgspraken zijn gemaakt. Duur: 25 minuten Afhankelijk van het niveau van beheersing van de taal van de deelnemers wordt er een plan voor extra ondersteuning voor iedere groep gemaakt.
Ondersteunende materialen:	• Bord • Stiften • Voorbeeld posters, flyers, lokale kranten etc.
Duur:	2 uur

Oefening 5	Wat hebben we geleerd? Evaluatie van de georganiseerde activiteit
Leerdoel:	• vrouwelijke migranten weten wat de mensen in de buurt voor behoeften hebben en activiteiten willen • vrouwelijke migranten weten hoe hun eigen ervaringen een bijdrage kunnen leveren aan het voorzien in lokale behoeften

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	vrouwelijke migranten weten dat er verschillende mogelijkheden zijn om over hun idee te communiceren in hun buurt
Beschrijving	- Coach legt de doelen van de module van vandaag uit: evaluatie van de activiteit (vanuit het perspectief van de buurtbewoners en ook vanuit het perspectief van de deelnemers) - In een plenaire sessie vraagt de coach aan de deelnemers om terug te kijken op het evenement en hun mening te geven: wat waren je verwachtingen, voldeed het aan je eigen verwachtingen? Op welke wijze? Duur: 20 minuten - Coach vraagt aan de deelnemers of zij denken dat ze aan de verwachtingen van de buurtbewoners hebben voldaan en waarom zij denken dat dit zo is/niet zo is. Afhankelijk van de beheersing van de taal kan dit onderdeel ook in kleine groepen worden gedaan. - Coach vraagt aan de deelnemers wat zij bij een volgend event zouden veranderen om meer impact te hebben bij de buurtbewoners.? Duur: 30 minuten - Coach vraagt de deelnemers wat zij hebben geleerd tijdens het proces van planning en organiseren van het evenement. Coach haalt hoogtepunten naar voren en geeft samenvatting: hij benadrukt uitkomsten behaald bij de planning, in het samen werken, in de taaltraining etc. - Coach vraagt de deelnemers wat zij hebben geleerd van de buurtbewoners die participeerden

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	• Coach geeft opnieuw aan dat het belangrijk is om samen iets nieuws te organiseren en dat dit helpt om barrières te slechten en elkaar beter te begrijpen. • Coach let er op dat alle deelnemers betrokken zijn Duur: 30 minuten • Coach vat samen en vraagt deelnemers of ze als hen dit gevraagd zou worden opnieuw iets soortgelijks mee zouden organiseren. Duur: 10 minuten Afhankelijk van de kennis van de taal kan de coach er voor kiezen om een korte vragenlijst op te stellen en te gebruiken om na te gaan hoe de activiteit is gevallen bij de buurtbewoners. In een van de lessen kan worden stilgestaan bij de resultaten van deze vragenlijst en bij de geleerde zaken.
Ondersteunende materialen:	Als er gewerkt wordt in kleine groepen: • Papier • Pennen
Duur:	1 uur en 30 minuten

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

REFERENTIES

1. Daniel Linman, 2011. Essential Zelfmanagement Skills for Employees: How to Be Productive at Workplace. ([Zelfmanagement Skills for Employees to Be Productive at Workplace \(mymanagementguide.com\)](https://mymanagementguide.com)) (accessed December 7, 2020).
2. Greene, P. G., Hart, M. M., Gatewood, E. J., Brush, C. G., & Carter, N. M. (2003). Women entrepreneurs: Moving front and center: An overview of research and theory. Coleman White Paper Series, 3(1), 1-47.
3. [Managing Oneself \(hbr.org\)](https://hbr.org) (Managing oneself).
4. N., Pam M.S., "ZELFMANAGEMENT," in <https://psychologydictionary.org/zelfmanagement/> (accessed December 7, 2020).
5. H., Qusay 2007. Cognitive Networks: Towards Self-Aware Networks Mahmoud, Wiley-Interscience, ISBN: 9780470061961 (available at [The Vision and Challenges of Zelfmanagement - Cognitive Networks: Towards Self-Aware Networks \[Book\] \(oreilly.com\)](https://oreilly.com)).
6. [Zelfmanagement Skills | List, Definition, Tips & Techniques \(businessphrases.net\)](https://businessphrases.net) Business Phrases.Net, Powerfully Effective Business Skills and Software that Make a Difference.
7. [Zelfmanagement: a vision of the future? - part one - People Puzzles Ltd \(People Puzzles\)](https://peoplepuzzles.com).
8. [What is Personal Effectiveness & Zelfmanagement? \(habitsforwellbeing.com\)](https://habitsforwellbeing.com) (Habits for Wellbeing).
9. ZELFMANAGEMENT: Modern Positive Psychology & Ancient Wisdom by Swami Sarvapriyanandaji (<https://youtu.be/5aSK5PdETAI>).
10. Five Key Processes of Zelfmanagement (<https://youtu.be/7iu8ECL8n48>).
11. The Secret to Self-control | Jonathan Bricker | TEDxRainier (<https://youtu.be/tTb3d5cjSFI>).
12. Let's Talk about Zelfmanagement (<https://youtu.be/XjdvqFZkdMM>).
13. Strategic Career Zelfmanagement (<https://www.coursera.org/learn/strategic-career-zelfmanagement>).

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



14. "Freedom from Anxious Thoughts and Feelings: A Two-Step Mindfulness Approach for Moving Beyond Fear and Worry" by Scott Symington, PhD.
15. "Option B: Facing Adversity, Building Resilience, and Finding Joy" by Sheryl Sandberg and Adam Grant.
16. "How to Change Your Mind: What the New Science of Psychedelics Teaches Us About Consciousness, Dying, Addiction, Depression, and Transcendence" by Michael Pollan.
17. "Beauty in the Broken Places: A Memoir of Love, Faith, and Resilience" by Allison Pataki.
18. "Resilience: The Biology of Stress & The Science of Scope" (<https://kpjrfilms.co/resilience/>)
19. The Three Secrets of Resilient People | Lucy Hone | TEDxChristchurch (<https://youtu.be/NWH8N-BvhAw>)
20. Sh*t Happens. 8 Lessons in Resilience | Dr Fiona Starr & Dr Mike Solomon | TEDxKingAlfredSchool. (<https://youtu.be/Jba4XDnDXuY>)
21. The Power of Resilience: Sam Goldstein, Ph.D. at TEDxRockCreekPark. (<https://youtu.be/isfw8JJ-eWM>)
22. The Superpower of Resilience | Sule Kutlay Gandur | TEDxBerlin. (<https://youtu.be/tP4qKqvB8pc>)
23. From Stress to Resilience | Raphael Rose | TEDxManhattanBeach. (<https://youtu.be/Q7vYuKvpneM>)
24. Teaching Grit Cultivates Resilience and Perseverance. (https://www.youtube.com/watch?v=F0qrtsYg6kl&feature=emb_title)
25. Dr. Michael Ungar: What is Resilience (<https://www.youtube.com/watch?v=15D1QuNLH0c>)
26. Resilience Skills in a Time of Uncertainty (<https://www.coursera.org/learn/resilience-uncertainty>)
27. Positive Psychology: Resilience Skills (<https://www.coursera.org/learn/positive-psychology-resilience>)
28. Build Personal Resilience (<https://www.coursera.org/learn/build-personal-resilience>)
29. Creativity and Entrepreneurship Course. URL: <https://www.coursera.org/learn/creativity-entrepreneurship>.
30. Design news and articles related to design management, design thinking and user experience design. URL: <https://www.designorate.com/disneys-creative-strategy/>

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



31. Online Mind Mapping. URL: <https://www.mindmeister.com/>.
32. 40 books to unlock your creativity and get you started on your life's best work. URL: <https://www.canva.com/learn/40-books-unlock-creativity-start-lifes-best-work/>.
33. A blog that highlights promising new ideas around the world. URL: <http://www.coolbusinessideas.com/>.
34. How Local Marketing Bolsters Business In the Community, by Laura Lake, Updated January 21, 2020 <https://www.thebalancesmb.com/what-is-local-marketing-4056069>
35. PUT ON YOUR MARKETING HAT, by Linda Coss
<http://www.plumtreemarketinginc.com/applying-marketing-to-everyday-life/>
36. 5 Essential Marketing Concepts You Should Know, By Cydney Hatch, April 24, 2020 <https://www.disruptiveadvertising.com/marketing/marketing-concepts/>
37. <https://www.martechadvisor.com/articles/marketing-analytics/top-5-tips-of-market-research-how-to-attract-more-clients-to-your-website/>
38. <https://positivepsychology.com/communication-exercises-for-work/>
communication theories and exercises
39. ** 49 Communication Activities, Exercises, and Games
(positivepsychology.com)
40. <https://www.sltinfo.com/communication-theory/>
41. communication theories
42. *** <https://www.healthknowledge.org.uk/public-health-textbook/organisation-management/5a-understanding-itd/effective-communication>
43. Lassell's and 5Ws communication skills theories and models
44. <https://www.huntersandmakers.com/en/roos-van-leary/#:~:text=The%20Rose%20of%20Leary%20is,fact%20that%20behavior%20evokes%20behavior>.
45. Rose of Leary theory of communication
46. <https://www.managementstudyguide.com/communication-models.htm> 5
different models of communication, useful in the workplace
47. <http://positivepsychology.org.uk/self-esteem-theory/>
48. <https://positivepsychology.com/self-confidence/>
49. <https://neilpatel.com/blog/boost-confidence-8-simple-exercises/>

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



50. <https://zenhabits.net/25-killer-actions-to-boost-your-self-confidence/>
51. <https://www.skillsyouneed.com/ps/confidence.html>
52. Brilliant Self Confidence, 2nd Edition by Released February 2013
Publisher(s): Pearson International ISBN: 9780273778325
53. Using a science simulation-based learning tool to develop students' active learning, self-confidence and critical thinking in academic writing. (2020).
Education in Practice, 47 doi:
<http://dx.doi.org.ezproxy.its.uu.se/10.1016/j.nepr.2020.102839>
54. How to Be Proactive and Take Initiative, By Leyla Beriker. Business Technology Analyst Consulting
<https://www2.deloitte.com/ca/en/pages/careers/articles/how-to-be-proactive-and-take-initiative.html>
55. Initiative: A Proven Method to Bring Your Passions to Life (and Work). May 21, 2019 by Joshua Spodek
56. The Initiative: In Harm's Way (2015) by Bruce Fottler
57. Indicators of Immigrant Integration 2015 Settling In. Published on July 02, 2015. OECD
58. Empowering women and girls https://ec.europa.eu/international-partnerships/topics/empowering-women-and-girls_en
59. Parsons, F., "Choosing a vocation"; a trait and factor theory, London (1909)
60. Holland, J. L. "Making Vocational Choices: A Theory of Careers". Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1997.
61. Rogers, C. Client Centered Therapy, its current practice, implications and theory (1951)
62. Krumboltz, J. D. (1996). A learning theory of career counseling. In M. L. Savickas & W. B. Walsh (Eds.), Handbook of career counseling theory and practice (p. 55–80). Davies-Black Publishing.
63. Video on creation of gender:
<https://www.youtube.com/watch?v=nWu44AqF0il>
64. Fausto-Sterling, A. (2000). Sexing the body: Gender politics and the construction of sexuality. New York: Basic Books.
65. Halberstam, J. (1998). Female masculinity. Durham, NC: Duke University Press.

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

66. Kimmel, M., & Aronson, A. (Eds.). (2010). The gendered society reader (4th ed.). New York: Oxford University Press.
67. Bolt, G., Torrance, M., Stedelijke herstructurering en Sociale Cohesie, A-D Druk, Zeist, 2005.
68. Council of Europe. 2008. Report of High Level Task Force on Social Cohesion: Towards an active, Fair and Socially Cohesive Europe, GoogleScholar.
69. Fonseca, X, Lukosch, S., Brazier, F.: "Social Cohesion revisited: a new definition and how to characterize it", The European Journal of Social Science Research, pages 231-253, July 2018.
70. Maclaran, P., Saren, M., The Sage Handbook of Marketing Theory, Sage, London, 2010.
71. Stanley, D, "What do we know about social cohesion: the research perspective of Federal governments Social Cohesion Network", in: The Canadian Journal of Sociology, vol 28,1, pages 5-17, 2003.
72. OECD, "Perspectives on global development", OECD Publishing, 2011.
73. Zaltman, G. "Rethinking market Research: putting people Back in'", in Journal of Marketing Research, November 1, 1997.
74. <https://www.youtube.com/watch?v=pKnQ8Zil-oo>
75. <https://www.youtube.com/watch?v=HY5zfUfP3GU>

Project number 2019-1-SE01-KA2045-060421

This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.