

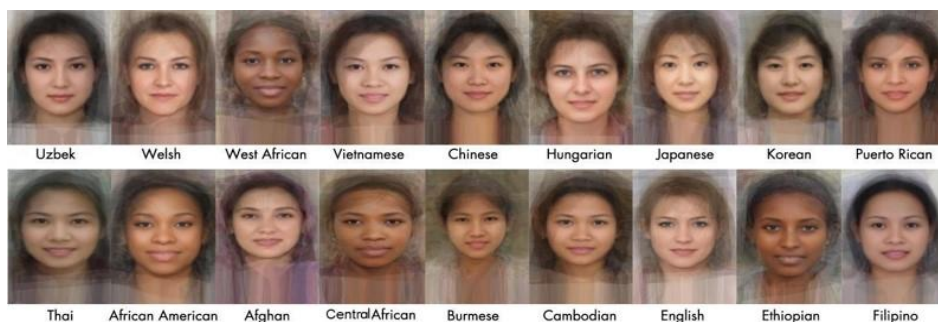


Erasmus+

Att främja integrering av nyanlända
invandrarkvinnor genom entreprenörskap



Utbildningsmaterial



Immateriellt resultat	IO2
Datum för senaste modifiering	Mars 2021

Utvecklare



Friskrivningsklausul

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

INNEHÅLL

Inledning.....	5
Sammanfattning av läroplanen	6
Moduler.....	7
1. Självförvaltning/vision.....	7
1.1. Teori	9
1.2. Övningar	19
2. Kreativitet	24
2.1. Teori	25
2.2. Övningar	28
3. Kulturell medvetenhet	39
3.1. Teori	41
3.2. Övningar	45
4. Initiativtagande	50
4.1. Teori	52
4.2. Övningar	56
5. Karriärmedvetenhet för kvinnor (med fokus på jämlikhet mellan könen)	69
5.1. Teori	71
5.2. Övningar	75
6. Självförtroende	85
6.1. Teori	85
6.2. Övningar	91
7. Digitala färdigheter	98
7.1. Teori	100
7.2. Övningar	102
8. Marknadsföring	106
8.1. Teori	108
8.2. Övningar	113
9. Kommunikation	120
9.1. Teori	122
9.2. Övningar	128
10. Elasticitet	136
10.1. Teori	138
10.2. Övningar	148
11. Planering/Förvaltning	152
11.1. Teori	153

11.2. Övningar	157
12. Kundinsikt	166
12.1. Teori	168
12.2. Övningar	172
Referenser	181

INLEDNING

Partnerskapet WeCan har arbetat med grupper av nyanlända immigranter, däribland lågutbildade kvinnor, under många år inom ramverk för olika initiativ. De sammantagna erfarenheterna och resultaten hjälpte till att förbereda grunderna för att utveckla och utarbeta utbildningsmaterial i entreprenörskap för kvinnor. Innan materialet utvecklades, studerades och analyserades målgruppens främsta behov noggrant. Enligt resultaten av forskning, intervjuer och seminarier med invandrarkvinnor, samt resultaten av tidigare projekt rörande immigranternas integration och underlättandet av invandrarkvinnors inkludering på arbetsmarknaden, drog vi flera slutsatser. Dessa inkluderar att praktiska aktiviteter och konkreta uppgifter, framförallt i form av omfattande projekt med ständigt stöd från en samordnare, är de mest effektiva verktygen för att utveckla och förändra deltagarnas attityder. Dessutom fastslogs, utifrån forskningsresultat, de teman för icke-formell inlärning som är mest relevanta för målgruppen.

Ämnen för utbildningsmoduler utvecklades utifrån:

- resultat av seminarier och intervjuer med invandrarkvinnor inom ramen för WeCan IO1-aktiviteter
- den europeiska modellen för entreprenörsanda
- resultat av partnerskapets tidigare projekt (igma femina, ARISE, SEESI, ARIVE)

Syftet med utbildningsmaterialet är att utveckla entreprenörsanda, mjuka färdigheter och initiativ för invandrarkvinnor. Materialet som utvecklades består av teoretisk information och praktiska övningar. Det rekommenderas att arbeta med utbildningsmaterialet under ledning av utbildare. Materialet gjordes flexibelt och många övningar är även möjliga att genomföra digitalt.

[illegible]

MODULER

1. SJÄLVFÖRVALTNING/VISION

Centrala lärandemål

- Att gemensamt kunna komma på affärsidéer som är relevanta och som inte bara stödjer lokalsamhället utan också invandrarkvinnorna, och att undersöka deras potential.
- Att gemensamt kunna ordna resurserna som krävs för den samhällsbaserade aktiviteten och att genomföra den framgångsrikt.
- Att gemensamt kunna utvärdera och ta lärdom av varje steg i processen samt av resultatet av den planerade samhällsbaserade aktiviteten.
- Att utveckla en större känsla av integritet och styrka för att sätta upp och uppfylla mål och prioriteringar.

Förvärvad kunskap

- Att förstå konceptet och betydelsen av planering och att sätta upp smarta mål i livet och i entreprenörskap.
- Att förstå de grundläggande färdigheterna för självförvaltning.
- Att få kunskap om grundläggande metoder och verktyg för att lösa problem inom projekthantering och i deras liv i allmänhet.

Färdigheter

- Tillämpa organisatoriska färdigheter på tid, fysiskt utrymme, energi och mentala förmågor för att upprätthålla ordning och noggrannhet samt för att förbättra funktionalitet.
- Tillämpa olika verktyg och metoder för att hantera sin stress när de försöker klara tidsfristen och uthärda svåra situationer.
- Tillämpa olika metoder för självmotivation
- Utvärdera sina framsteg.

Kompetenser

- Värdera idéer.
- Ha motivation och uthållighet.
- Vara självmedveten.
- Mobilisera resurser och tillgångar.
- Hantera risker.
- Ta initiativ.
- Planera/förvalta.
- Samarbeta med andra.

”Självförvaltning” hänvisar till förmågan att maximera din produktivitet, förbättra din arbetsprestation och att effektivt uppnå yrkesmål. Att förbättra självförvaltningsfärdigheter kan hjälpa invandrarkvinnor att förbättra sin anställningsbarhet och bättre förvalta sina karriärmöjligheter, som resultaten av den sekundära forskningen och seminarierna har visat.

Att arbeta med ett företagsprojekt kräver att invandrarkvinnor har självförvaltningsfärdigheter, vilket innebär att ha förmågor som gör det möjligt för dem att kontrollera sina tankar, känslor och handlingar. Om dessa kvinnor har självförvaltningsfärdigheter kommer de själva kunna sätta upp mål och ta initiativet för att uppnå dem. Meningsfull självförvaltning kan hjälpa dem att styra riktningen för deras karriärbanor och försäkra att de söker efter möjligheter som kommer att ta dem närmare sina mål.

Det här utbildningsmaterialet kommer att fokusera på utvecklingen av grundläggande självförvaltningsfärdigheter.

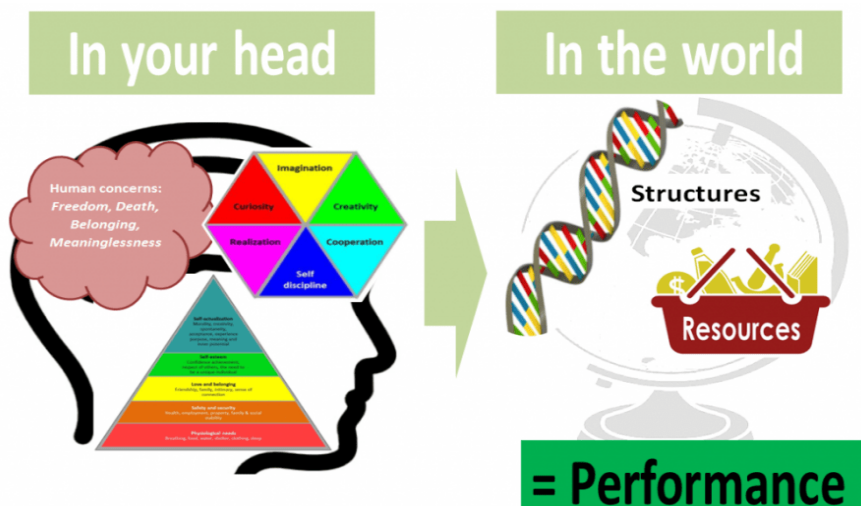
1.1. TEORI

”Framgång i en kunskapsbaserad ekonomi kommer till de som känner sig själva – sina styrkor, sina värderingar och hur de bäst presterar”.

Peter F. Drucker

Vad är självförvaltning?

När vi hör ordet ”självförvaltning” tänker vi ofta på självdisciplin och hanterande av alla våra inre egenskaper för att hantera en svår situation och bli elastiska. Men vad betyder egentligen självförvaltning och på vilka sätt kan vi uppnå det?



Den här bilden av en okänd upphovsmakare är licensierad under Creative Commons-licensen erkännande, icke-kommersiell, dela lika (CC BY-SA-NC).

”Självförvaltning” är förmågan att maximera din produktivitet, förbättra din arbetsprestation och effektivt uppnå yrkesmål.

Att förbättra självförvaltningsfärdigheter kan:

- Hjälpa någon att höja sin anställningsbarhet och bättre värna om sina karriärmöjligheter.
- Tillåta någon att styra sina tankar, känslor och handlingar.
- Göra det möjligt för någon att sätta upp mål självständigt och ta initiativet för att uppnå dem.

- Relatera till sättet på vilket någon styr sitt beteende.
- Hjälpa någons karriärutveckling.
- Försäkra att någon söker efter möjligheter som leder honom/henne närmare sina mål.

Varför är självförvaltning viktigt?

Självförvaltningsfärdigheter spelar en viktig roll i en individs privatliv och yrkesliv eftersom att:

- Allting handlar om att fatta rätt beslut – oavsett om det är ett känslomässigt eller yrkesmässigt beslut som personen står inför. Om du kan bemästra självförvaltningsfärdigheterna kan du enkelt bli din egen chef.
- De hjälper dig att ta ansvar för dina handlingar och att utföra ditt jobb mot alla odds.
- Det är en kombination av alla sorters mjuka färdigheter, och det beror på att självkännedom ger dig styrkan av det egna jaget med vilken du kan förvärva och förfina alla de andra nödvändiga färdigheterna.
- De är livsnödvändiga i alla delar av livet



Teorier

Konceptet "självförvaltning" refererar implicit till autonomi och självförmåga, inte bara i privatlivet utan även i yrkeslivet. Självförvaltning kan vara ett kraftfullt verktyg för att uppnå bemyndigande, och därför kan det här konceptet ha stor betydelse i förhållande till syftet att bidra till främjandet av autonomi och bemyndigandet av utsatta grupper, däribland invandrarkvinnor.

I yrkeslivet är självförvaltning en av de viktigaste beståndsdelarna, framförallt för personer som tillhör utsatta grupper och som vill starta en verksamhet eller ett företag. Dess inverkan beror på involverade kompetenser såsom känslomässig självkontroll, förstått som inneslutning av skadliga impulser och negativa känslor; transparens eller integritet när man agerar konsekvent i fråga om sina egna värderingar; anpassningsbarhet eller flexibilitet i förhållande till förändringar; bedrifter, förstått som impulsen att tillfredsställa och förbättra målen för perfektion; initiativ, förstått som villigheten att agera utifrån möjligheterna som ges, samt optimism, förstått som kapaciteten att insistera på sin egen vision och sina mål.

Självförvaltning anknyter till flera olika strategier, såsom självbelöning, självbesträffning och självövervakning, som en person använder för att påverka och förbättra sitt eget beteende genom att identifiera personliga mål och prioriteringar och genom att övervaka sitt eget beteende och dess konsekvenser¹. Enligt självförvaltningsteorin anses ledare vara framgångsrika när de lyckas balansera mellan olika roller och beteenden genom att sätta upp mål, utvärdera och prioritera.

Tre självförvaltningsteorier:

Teorin om självreglering (SRC) eller sunt förnuft-modellen; teorin om social inlärning (SCT); och teorin om planerat beteende (TPB).

1. Teorin om självreglering (SRC) eller sunt förnuft-modellen (CSM)

Självregleringsmodellen, även känd som sunt förnuft-modellen (CSM), beskriver hur en individ blir medveten om sina svagheter och hur han/hon utvecklar överlevnadsstrategier för att övervinna svåra situationer. Enligt den här teorin agerar personen som en "aktiv problemlösare" och betonar betydelsen av både kognitiva och känslomässiga processer för att påverka uppfattningar och överlevnadsstrategier, däribland självförvaltningsbeteenden. Sunt förnuft-modellen (CSM) omnämner tre faser: representation, uthärdande och uppskattning.

2. Teorin om social inlärning (SCT)

Teorin om social inlärning (SCT)² stödjer att beteende är direkt påverkat av mål och förväntningar på självförmåga, och indirekt påverkat av självförmåga, förväntningar på resultat och socio-strukturella faktorer. Teorin skiljer mellan olika typer av resultatförväntningar. Sociala resultatförväntningar kan innefatta förväntat godkännande eller ogillande från sin partner, medan självbedömande resultatförväntningar hänvisar till förväntade känslor som uppstår ur interna standarder såsom stolthet i att ha lyckats genomföra en förändring i sitt eget beteende. Enligt Bandura (1997) finns det flera sätt att förbättra självförmåga på. Dessa omfattar: bemästrandeerfarenheter, där personen får ökat självförtroende genom att uppnå ett blygsamt mål; observation av någon lik en själv som framgångsrikt uppvisar ett visst beteende, även känt som modellering eller ställföreträdande inlärning; och verbal övertalning.

¹ Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2013). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. *Journal of small business and enterprise development*.

² Bandura, A. (1986) *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

3. Teorin om planerat beteende (TPB):

Enligt teorin om planerat beteende (TPB) avgörs sättet som en person agerar på av hans/hennes viljestyrka att uppvisa det beteendet och den procentuella andelen kontroll som en person har över att uppvisa beteendet. Uppfattad beteendekontroll, liknande Banduras föreställning om självförmåga, hänvisar till personens uppfattningar om sin förmåga att uppvisa beteendet och antas reflektera faktisk beteendekontroll mer eller mindre korrekt³. En persons viljestyrka beror på tre faktorer: hans/hennes attityd gentemot beteendet, det vill säga, hans/hennes övergripande bedömning av att uppvisa beteendet; hans/hennes subjektiva norm, det vill säga, i vilken utsträckning han/hon tror att andra, viktiga personer skulle vilja att han/hon uppvisar beteendet; och deras uppfattade beteendekontroll. Attityd, subjektiv norm och uppfattad beteendekontroll anses bero på kluster av framträdande (även kallade tillgängliga) övertygelser om beteendet, det vill säga, övertygelser som är "top of the mind" och mest troliga att framkallas som svar på öppna frågor, såsom "vad är fördelarna för dig med att uppvisa beteende X?"

På det hela taget identifierar beteendeteorier de faktorer som behöver förändras för att skapa en önskvärd beteendeförändring.

Kom ihåg

Älska dig själv, för ingen annan kommer att göra det istället för dig. Gör övningar, träna, är hälsosam kost och, naturligtvis, sov alla 8 timmar. Om du lever i harmoni med dig själv kommer allting negativt att framstå som bagateller.

³ Bandura, A. (1986) Social foundations of thought and action: a social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

De viktigaste självförvaltningsfärdigheterna

- Organisatoriska färdigheter som rör tid, fysiskt utrymme och energi.
- Mentala förmågor att upprätthålla ordning och noggrannhet samt att förbättra funktionalitet.
- Självmotivation.
- Utvärdering av framsteg.
- Självbemyndigande.
- Stresshantering.
- Tidsplanering.
- Problemlösning.
- Beslutsfattande.
- Självförtroende.
- Självförsvar.

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

Självförvaltningstekniker

1. Reflektion

Positivt självprat är användbart för att motarbeta interna utlösare, såsom en tendens att älta negativa tankar.

Några vanliga misstag:

- När vi börjar reflektera över våra tidigare handlingar fokuserar vi ofta på negativa aspekter och på misstagen som vi har gjort och inte på att hitta sätt för förbättringar.
- När vi reflekterar över våra tidigare handlingar fokuserar vi ofta på negativa aspekter och inte på vad vi har gjort på ett effektivt och verkningsfullt sätt.
- När vi reflekterar över våra tidigare handlingar fokuserar vi ofta på känslorna som vi kände och inte på hur vi kan utvärdera de handlingarna för att undvika att göra samma misstag i framtiden.

Några tips för att övervinna hinder och motgångar:

Du kan använda försiktiga, snälla ord för att uppmuntra dig själv och för att motverka negativa tankemönster såsom dessa:

- "Allt eller inget"-tankar: Där du ser en situation som ett totalt misslyckande om det är allt annat än perfekt. Ett symptom är att använda "alltid"- och "aldrig"-påståenden.
- "Borde"-påståenden: Där du plågar dig själv med skuldbeläggande och bakåtblickande tankar.
- Personifiering och skuld: Där du orättvist skuldbelägger dig själv eller andra för problematiska situationer.

2. Ögonöppnare

Du kan ge dig själv en ögonöppnare. Det här innefattar att kringgå din spontana känslomässiga reaktion och istället anta ett mer hjälpsamt perspektiv på problem. Det kan anta olika former, beroende på din känsla.

Några vanliga misstag:

- Oftast ser vi situationer enbart från vårt eget perspektiv.
- Vanligtvis vidkänner vi inte våra känslor och dess orsaker.
- Vanligtvis tar vi inte itu med problem på deras riktiga grund.

Några tips för att övervinna hinder:

- Omformning är användbart för att bekämpa ilska. Det är här du försöker se situationen från ett annat perspektiv.
- Att använda logik är användbart för att bekämpa överdriven oro. Du motverkar irrationella, oroliga tankar genom att vara realistisk och inte bara anta att dina värsta farhågor faktiskt kommer att besannas.
- Att söka efter andra perspektiv är användbart för att bekämpa ledsamhet och sorg. Du försöker se situationen i ett nytt, mer positivt ljus genom att, till exempel, fråga dig själv vad du tjänade på besvikelsen eller förlusten.

3. Miljöombyte/Aktivitetsförändring

Det är viktigt för ditt mentala och fysiska välmående att du har en balans av spännande och avslappnande aktiviteter. Variation hjälper till att motverka stress och förhindrar känslomässiga sammanbrott. Vissa känslor kräver specifika typer av aktiviteter för att "bekämpa" dem. Ilska kräver lugnande, avslappnande aktiviteter, medan sorg och nedstämdhet kräver mer energiska aktiviteter.

Några vanliga misstag:

- Vi hakar ofta upp oss på någonting även när vi känner att det inte finns någon lösning på pronomenet.
- Vi agerar ofta när vi är arga, och på det här sättet hamnar vi i trubbel.
- Vi överöser ofta oss själva med åtaganden, utan att ta hänsyn till vårt behov av att lugna ner oss eller slappna av.

Några tips för att övervinna hinder:

Hitta tid till dig själv. Du kan:

- Titta på en rolig film eller läsa en inspirerande bok.
- Spendera tid med en vän som får dig att skratta.
- Få motion genom att gå och dansa, utöva en sport eller gå på en promenad.
- Spendera tid i ett område med naturlig skönhet.
- Lyssna på musik.
- Börja med en hobby.
- Gör någonting kreativt.

4. Avslöjande

När någon har gjort dig upprörd kan det hjälpa att rensa luften och uttrycka dina känslor istället för att försöka undertrycka dem. Dock bör du vara försiktig med hur du går tillväga för att göra detta, så att du inte säger någonting som du senare kommer att få ångra.

Några vanliga misstag:

- När vi känner oss arga tillåter vi inte oss själva tid för att varva ner.
- När vi känner oss ledsna eller arga brukar vi inte vidkänna våra känslor och deras orsaker.
- När vi står inför en svårighet är vi oftast inte rustade för att hantera situationen.
- Ibland uttrycker vi våra känslor för personer som inte är våra vänner.

Några tips för att övervinna hinder:

- Om du känner dig arg, tillåt dig själv tid för att varva ner, så att du kan tänka klart när du pratar med den andra personen.
- Skriv ett brev där du detaljerat beskriver dina sorger och bekymmer, men skicka det inte. Att helt enkelt uttrycka vad du känner kan ge en känsla av lättnad.
- Spela upp händelsen i form av ett rollspel tillsammans med en vän för att ta reda på hur du skulle kunna hantera situationen när du väl står inför den.
- Gräv inte ner dig för djupt i dina känslor när du pratar med den andra personen. Detta kan vara olämpligt på arbetsplatsen.

5. Användning av humor

Skratt kan hjälpa till att mota bort negativa känslor såsom ångest, sorg eller ilska. Men akta dig för att använda humor på ett olämpligt sätt, vilket kan göra saker värre.

Några vanliga misstag:

Att använda olämplig humor, dvs. humor som:

- Nedvärderar eller förlöjligar andra människor.
- Är cynisk, bitande, aggressiv eller sarkastisk.
- Används för att dölja riktiga känslor.
- Skapar slitningar mellan människor.
- Försvagar förhållanden.

Några tips för att övervinna hinder:

Att använda lämplig humor, dvs. humor som:

- Lättar upp stämningen.
- Inte förolämpar någon.
- Sätter saker och ting i perspektiv.
- Hjälper dig att lufta dåliga situationer.
- Förenar människor.
- Stärker förhållanden.
- Slätar över skillnader.

Tips på effektiv självförvaltning från Daniel Linman (2011)

- **Skriv en att göra-lista** – Du kan inte planera effektivt för någonting om du inte har en att göra-lista att tillgå. Först måste du göra en lista med uppgifter och specificera de viktigaste uppgifterna för att utveckla självförvaltningsfärdigheter. Använd en uppgiftshanteringsmjukvara för att skapa och förvalta dina uppgifter.
- **Prioritera uppgifter** – Din att göra-lista kan ha många punkter. Men vilka uppgifter ska du slutföra först? För att besvara den frågan behöver du ha hänsyn till alla uppgifter på din att göra-lista, och sedan upprätta de rätta prioriteringarna på ditt kontor eller på din avgränsade arbetsplats. Genom att prioritera bland uppgifterna kan du bestämma vilka självförvaltningsfärdigheter du behöver utveckla först (utifrån dina nuvarande behov och anställningskrav).
- **Schemalägg uppgifter** – schemaläggning tillåter dig att sätta upp slutdatum och tidsramar för dina uppgifter. Använd en uppgiftshanteringsmjukvara för att utarbeta scheman och sätta upp slutdatum för uppgifter som anknyter till att utveckla självförvaltningsfärdigheter.
- **Var flexibel** – oavsett dina intentioner och önskningsar, kommer det komma dagar (orsakade av sjukdom, ledighet, semester osv.) när omvärlden inte tillåter dig att utveckla dina projektledningsförmågor.
- **Hitta tid till dig själv.**
- **Fortsätt att vara positiv.**

1.2. ÖVNINGAR

Övning 1 Namn/Typ av övning: <i>Videogranskning</i>	
Lärandemål:	Att förstå konceptet "självförvaltning" via ett audiovisuellt medium.
Varaktighet:	1-2 timmar.
Beskrivning av proceduren:	Eleven väljer ett eller flera videoklipp som finns att se på YouTube från en lista med föreslagna titlar och går vidare med att titta på det/dem och reflektera över det/dem.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Titlar på utvalda videoklipp och relevanta länkar för eleven att välja och titta på: • SELF-MANAGEMENT: Modern Positive Psychology & Ancient Wisdom av Swami Sarvapriyanandaji (https://youtu.be/5aSK5PdETAI). • Five Key Processes of Self-management (https://youtu.be/7iu8ECL8n48). • The Secret to Self-control Jonathan Bricker TEDxRainier (https://youtu.be/tTb3d5cjSFI). • Let's Talk about Self-Management (https://youtu.be/XjdvqFZkdMM). • Andra.

Övning 2 Namn/Typ av övning: <i>Litteraturanalys</i>	
Lärandemål:	Att ta reda på mer om konceptet "självförvaltning".
Varaktighet:	8-40 timmar (beroende på antalet böcker).
Beskrivning av proceduren:	Eleven väljer en eller flera böcker från en lista med föreslagna boktitlar för att utöka sin kunskap om konceptet "självförvaltning". Han/hon behöver hyra, köpa böckerna eller hitta dem på internet och studera konceptet mer ingående.

Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Titlar på utvalda böcker för eleven att välja och läsa: • Daniel Linman, 2011. Essential Self-Management Färdigheter for Employees: How to Be Productive at Workplace. (Self-Management Skills for Employees to Be Productive at Workplace (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 Teori. Coleman White Paper Series, 3(1), 1-47. • Managing Oneself (hbr.org) (Managing oneself). • N., Pam M.S., "SELF-MANAGEMENT," in https://psychologydictionary.org/self-management/ (accessed December 7, 2020). • H., Qusay 2007. Cognitive Networks: Towards Self-Aware Networks Mahmoud, Wiley-Interscience, ISBN: 9780470061961 (available at The Vision and Challenges of Self-Management - Cognitive Networks: Towards Self-Aware Networks [Book] (oreilly.com)). • Self-Management Färdigheter List, Definition, Tips & Techniques (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 (People Puzzles). • What is Personal Effectiveness & Self-Management? (habitsforwellbeing.com) (Habits for Wellbeing). • Andra.
---	--

Övning 3	Namn/Typ av övning: <i>Fallstudie</i>
Lärandemål:	Att finslipa sin självmedvetenhet och tillämpa nyckelstrategier för att hantera känslor som, utöver eleven, kan hjälpa hela hans/hennes grupp
Varaktighet:	1 timme.

Beskrivning av proceduren:	Eleven ställs inför en utmaning (se nedan). Han/hon behöver diskutera med personen bredvid sig eller anteckna (om han/hon är ensam): • Vad han/hon skulle ha gjort annorlunda • Hur självmedvetenhet skulle kunna förebygga problemet • Vilka problem som uppstår på grund av bristen på självmedvetenhet • Hur bristen på självmedvetenhet kan påverka en grupp. Utmaningen: Ett stort fel uppstod med ett väldigt omfattande projekt. Chefen är rasande och tillrättavisar den ansvariga anställda framför hela arbetsgruppen. Chefens besvikelse och ilska är berättigad med tanke på situationen. Men vad chefen inte inser är att hans/hennes beteende och handlingar inte bara påverkar den anställda som han/hon konfronterade; det får en negativ ringar-på-vattnet-effekt som påverkar alla som bevittnade konfrontationen. Vidare anser chefen att en offentlig reprimand till den anställda kommer förmedla ett budskap till andra för att "skrämma dem till rätta" och på så sätt höja den övergripande produktiviteten.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Lösningen: Den här situationen "skriker" efter mer självmedvetenhet, framförallt för självmedvetenhetsstrategin "observera ringar-på-vattnet-effekten på dina känslor". Känslor är kraftfulla och kan snabbt påverka vårt humör och människor i vår närhet. Det är nödvändigt att vi kontrollerar våra känslor genom att uppmärksamma deras effekt, speciellt när man ingår i en arbetsgrupp. I stressiga situationer, såsom den ovan, kan självmedvetenhet inte underskattas. Att använda känslor är naturligt och användbart; våra känslor förmedlar viktiga budskap. Men om vi tillåter våra känslor att övermanna oss, påverkar de effektiviteten av hur vi förmedlar ett budskap. Ingen känner sig bekväm med att bevittna hur en annan gruppmedlem bli förödmjukad, och inte heller vill någon bli chefens nästa måltavla. På grund av hur den här situationen utspelar sig, finns det en risk för att, om någonting går fel med nästa projekt, de

	anställda istället för att vara proaktiva, inte kommer att ta initiativ och göra mindre istället för mer för att "ta det säkra före det osäkra". När det här händer, får det inte din arbetsgrupp att känna trygghet; det får en negativ inverkan på moral och övergripande produktivitet. Individer uppmuntras till att uppmärksamma sina känslomässiga reaktioner – ringar-på-vattnet- effekten – och att arbeta för att förena dem med alternativa sätt att kommunicera på och leverera positiva resultat för alla. Att förstå på vilka sätt våra känslor påverkar vår arbetsgrupp kommer att förbättra moralen och produktiviteten markant, och det kommer räcka långt för att skapa en förlitande gruppmiljö. Källa: https://www.marshallconnects.com/site/corporate-growth-news/2017/02/10/case-study-2-self-awareness-observing-ripple-effect.
--	---

Övning 4		Namn/Typ av övning: <i>Meditation med användning av din egen kropp</i>
Lärandemål:	Att sluta tänka och sluta göra under en tidsperiod för att lyssna på och förstå ditt inre.	
Varaktighet:	1-30 minuter varje dag (eleven kan lägga till mer tid dag för dag).	
Beskrivning av proceduren:	Meditation: Sökandet efter självmedvetenhet kräver att du slutar tänka och slutar göra under en tidsperiod för att lyssna på och förstå ditt inre. I och med det hektiska tempot i det moderna samhället upplever många människor stress och trötthet, vilket leder till frustration. Detta kan ha en negativ effekt på den allmänna hälsan. Meditation är den perfekta aktiviteten för att hjälpa eleven att lugna sitt sinne och bli mer fokuserad. Meditation kan också hjälpa eleven att förstå sitt sinne och lära sig hur han/han kan omvandla sina negativa tankar till positiva. Att motverka negativa tankar och omvandla dem till konstruktiva idéer är i fokus i meditation. Den här aktiviteten kan hjälpa eleven att	

	njuta av hela sin dag, inte bara de få minuter han/hon ägnar åt att meditera. Hur man gör: Se avsnittet nedan.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Länk till tips för meditation: https://www.rabbitair.com/blogs/air-purifier/14845977-getting-started-with-meditation?msclkid=00d46891d8c71e4ead208a7c5fa75ad&utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=Search%20-%20Dynamic%20-%20US%20CAD&utm_term=rabbitair&utm_content=All%20Webpages. Länkar till vägleda meditationsfilmer: • 1 minut: https://www.youtube.com/watch?v=F7PxEy5lyV4. • 5 minuter: https://www.youtube.com/watch?v=inpok4MKVLM. • 10 minuter: https://www.youtube.com/watch?v=ez3GgRqhNvA. • 20 minuter: https://www.youtube.com/watch?v=-2zdUXve6fQ. • 30 minuter: https://www.youtube.com/watch?v=l7h2H16nvYQ.

Övning 5		Namn/Typ av övning: <i>Gör ett psykometritest/personlighetstest</i>
Lärandemål:	Att lära sig mer om sig själv.	
Varaktighet:	5-20 minuter (för att fylla i enkäten).	
Beskrivning av proceduren:	Eleven besvarar 60 frågor som anknyter till hans/hennes personlighet. I slutet av testet kommer resultaten att visa hans/hennes olika personlighetsdrag.	
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Länk till testet: https://similarminds.com/jung.html.	

2. KREATIVITET

Centrala lärandemål (*upp till 5*)

- Att gemensamt kunna komma på idéer som är relevanta/stödjer lokalsamhället och att undersöka deras potential
- Förmågan att generera ovanliga idéer, avvika från traditionellt tänkande
- Förmågan till individuellt och gemensamt kreativt tänkande
- Förmågan till aktivt tänkande
- Förmågan att hitta lösningar på svåra situationer

Förvärvade kunskaper (2-4)

- Förstå hur kreativt tänkande fungerar
- Förstå vad barriärer till kreativitet är, hur man kan omvandla kaotiska idéer till produktiva idéer
- Förstå hur verktyg för kreativitetsutveckling fungerar i praktiken

Färdigheter (2-4)

- Generera ett maximalt antal unika idéer
- Uppvisa färdigheter för att generera idéer både självständigt och i grupper
- Realisera kreativitet när du arbetar med entreprenörsprojekt, i vardagslivet och när du löser svåra situationer och problem i världandet

Kompetenser (2-4)

- Värdera idéer
- Kritiskt och hållbart tänkande
- samarbeta med andra

2.1. TEORI



Kreativitet är helt enkelt att sammankoppla saker. När du frågar kreativa människor hur de gjorde någonting, känner de sig lite skyldiga eftersom att de egentligen inte gjorde det, de bara såg någonting. Det verkade självklart för dem efter ett tag. Det beror på att de hade förmågan att sammankoppla tidigare erfarenheter och att sammanföra nya saker.

KREATIVITET ÄR:

- ✓ En av 2000-talets nyckelkompetenser
- ✓ Att skapa nya saker utifrån någonting som redan finns
- ✓ Att lösa problem på ett helt nytt och extraordinärt sätt
- ✓ Avfärdande av stereotypiskt tänkande
- ✓ Flexibilitet och originellt tänkande

**CREATIVITY IS THE ART
OF THE IMPOSSIBLE**

BEN OKRI

KREATIVITET INNEFATTAR:

Kommunikation
Elasticitet
Effektivitet
Aktivt tänkande
Envishet
Innovation
Klarsynthet
Inspiration
Samarbete
Originalitet



KREATIVA MÄNNISKORS FRÄMSTA EGENSKAPER:

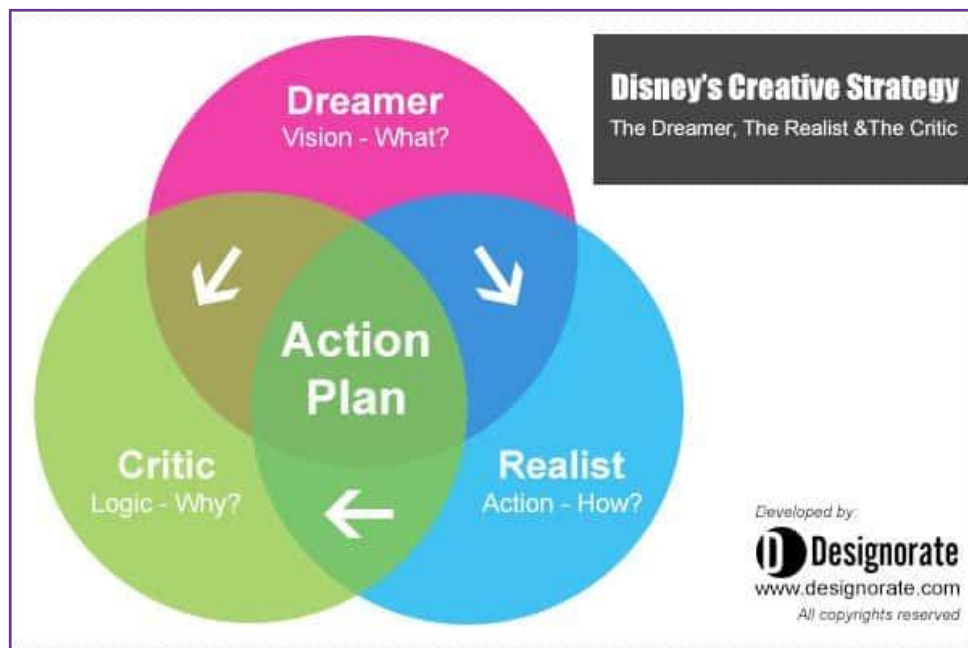
- De drömmer
- De samlar ständigt in information från omvärlden
- De arbetar när de vill
- De drar nytta av svåra situationer
- De är intresserade av allting som är nytt
- De är ihärdiga
- De är inte rädda för att ta risker
- De ser sina liv som en möjlighet att uttrycka sig själva
- De följer sina drömmar
- De är inte rädda för att frånga sitt vanliga beteende
- De omger sig själva med skönhet
- De kan se helheten av det önskvärda resultatet
- De försöker undvika monotona aktiviteter



DE MEST KÄNDA VERKTYGEN FÖR KREATIVT TÄNKANDE:

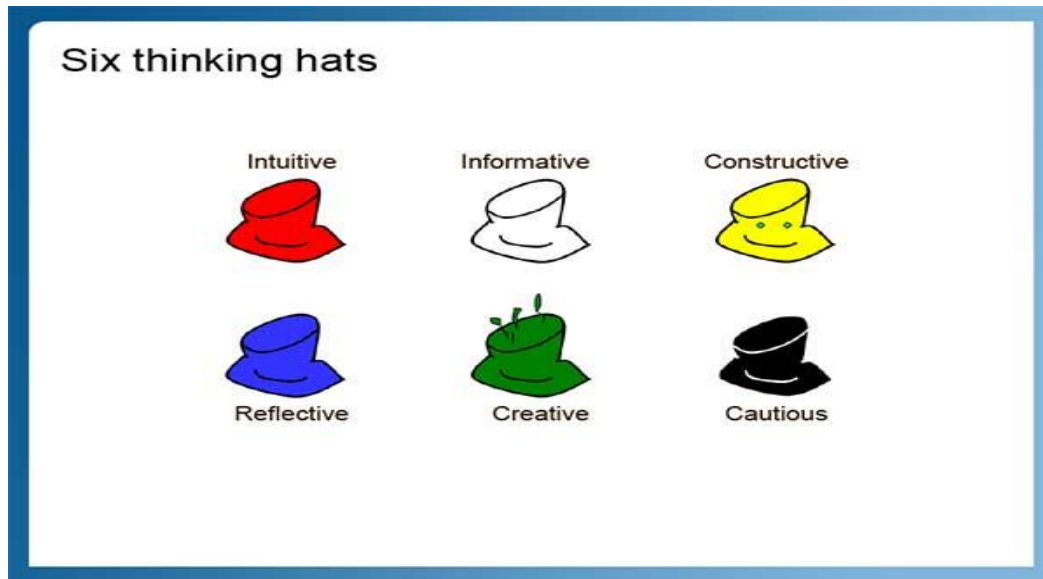
1. Disneys kreativa strategi

Walt Disneys strategi belystes och modellerades 1994 av Robert Dilts, expert i neurolingvistisk programmering (NLP). Han definierade tekniken som Disneys metod för att förvandla sin dröm till verklighet. Det här är en metod där gruppen av människor använder ett specifikt tankeflöde som ger upphov till parallellt tänkande som kan användas för att generera, värdera och kritisera idéer samt för att lösa problem (Designorate.com).



2. De sex tänkarhattarna

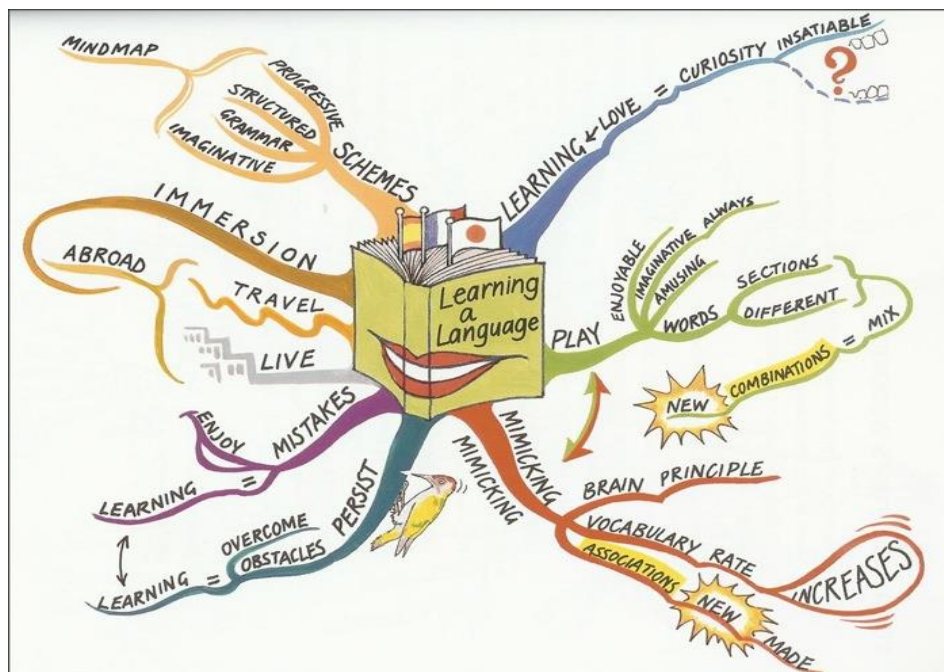
Det här verktyget utvecklades av Edward de Bono, en brittisk psykolog, kreativt tänkande-konsult och författare. De sex tänkarhattarna är ett väldigt enkelt och praktiskt sätt att övervinna tre fundamentala svårigheter som är förknippade med stereotypiskt tänkande, nämligen känsla, hjälplöshet och förvirring. Metoden gör det möjligt att dela upp tänkande i sex typer, eller tänkesätt, som var och en motsvarar en metaforiskt färgad "hatt".



De Bonos sex tänkarhattar (Källa: Microsoft)

3. Tony Buzas tankekartametod

En tankekarta är en kraftfull grafisk teknik som tillhandahåller en universell nyckel för att låsa upp hjärnans potential. Den utnyttjar den fulla vidden av kortikala (i hjärnbarken) färdigheter – ord, bilder, siffror, logik, rytm, färger och spatial medvetenhet – på ett enda, unikt kraftfullt sätt. På det sättet har du friheten att ströva omkring bland de oändliga vidderna av din hjärna (tonybuzan.edu.sg).

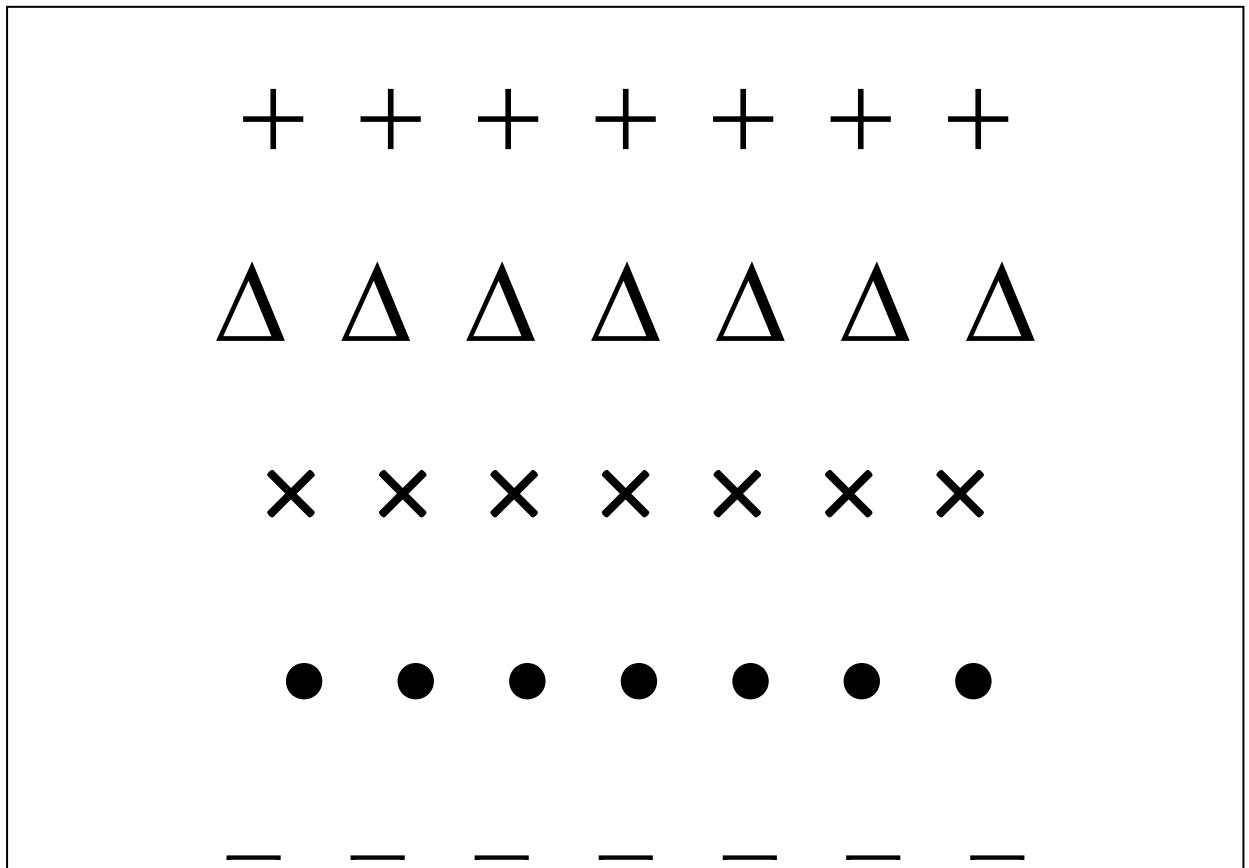


Tankekartan (Källa: tonybuzan.edu.sg)

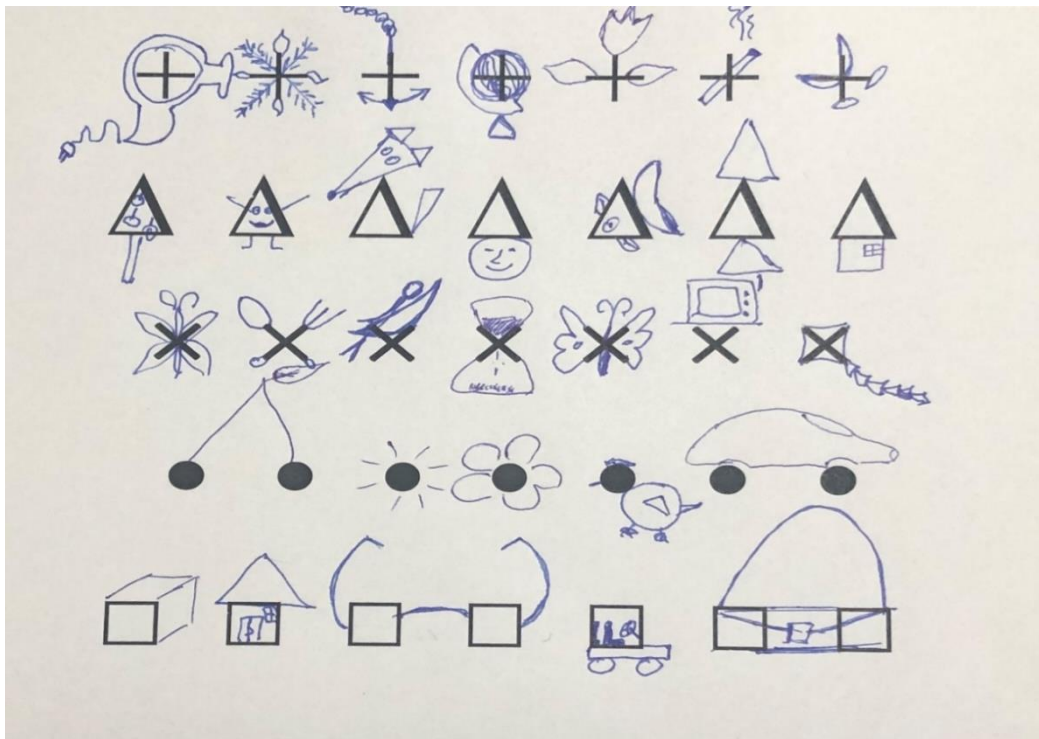
2.2. ÖVNINGAR

Övning 1		Namn/Typ av övning: <i>Kreativitetstest</i>
Lärandemål:	- Förmågan att generera ovanliga idéer, avvika från traditionellt tänkande - Förmågan till individuellt och gemensamt kreativt tänkande - Förmågan till aktivt tänkande	
Varaktighet:	1 timme	
Beskrivning av proceduren:	Instruktioner: - Utbildaren delar ut de förberedda A4-arken till deltagarna. - Sedan uppmanar utbildaren deltagarna att ställa in den kreativa frekvensen, fatta pennan och förvandla de föreslagna figurerna till bilder och små skisser (30 minuter). - I slutet erbjuder sig utbildaren att titta på bilderna och välja ut de mest lyckade bilderna som avslöjar deltagarnas kreativa potential. Sedan följer en gruppdiskussion om den möjliga tillämpningen av övningens resultat (30 minuter). Som resultat tillåter den här övningen deltagarna att generera idéer utan att stanna där. Ju mer deltagarna tränar sina hjärnor, utvecklar fantasi och kreativitet, desto mer intressanta idéer och lösningar kommer att komma till dem medan de förverkligar sina planer.	
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Förberedda pappersark med geometriska former, pennor. Bilaga I.	

Bilaga I. Arbetsblad för kreativitetstestet



Ett exempel:



Övning 2 Namn/Typ av övning: <i>Idéernas pyramid</i>	
Lärandemål:	• Att gemensamt kunna komma på idéer som är relevanta/stödjer lokalsamhället och att undersöka deras potential • Förmågan till individuellt och gemensamt kreativt tänkande • Förmågan till aktivt tänkande • Förmågan att hitta lösningar på svåra situationer
Varaktighet:	1 timme
Beskrivning av proceduren:	Idékläckning, grupparbete, problemlösning. Instruktioner: 1. Utbildaren läser upp problemet som deltagarna borde arbeta med. 2. Var och en av deltagarna antecknar 2-3 svar. 3. Sedan delas deltagarna in i par, presenterar sina svar för varandra och väljer ut de två mest lämpliga svaren. 4. Därefter delas paren in i grupper om 4 och väljer två svar till diskussionsfrågan. 5. De flera stora grupperna väljer två svar på frågorna och antecknar dem på korten. 6. Nästa steg är redovisningen av de mottagna svaren från varje grupp och framröstningen av den bästa idéen. Som resultat kommer deltagarna att få en rangordnad lista med idéer och förslag som stöds av gruppen. Den här metoden kommer göra det lättare att snabbt komma överens om idéer och mål i en stor grupp.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Kort, pennor.

Övning 3

Namn/Typ av övning: *Disneys kreativa strategi*

Lärandemål:

- Att gemensamt kunna komma på idéer som är relevanta/stödjer lokalsamhället och att undersöka deras potential
- Förmågan till individuellt och gemensamt kreativt tänkande
- Förmågan att hitta lösningar på svåra situationer

Varaktighet:

2 timmar

Beskrivning av proceduren:

Idékläckning, grupparbete, rollspel, problemlösning.
Instruktioner:

1. Utbildaren förklarar för deltagarna att Walt Disney-metoden är en metod för att utveckla kreativitet, som innefattar ett rollspel i vilket deltagarna beaktar uppgiften från tre olika perspektiv: kreativt, realistiskt och kritiskt.
2. Först ber utbildaren deltagarna att ta bordet "Drömmare". De kan presentera de mest fantastiska idéerna för att starta sitt eget företag. Deltagarna tillåts att vända allting uppochner, säga absurda saker och kombinera det till synes oförenliga. Utbildaren behöver uppmuntra deltagarna att skapa den mest fantastiska och attraktiva drömmen för deras eget företag. Idéer borde skrivas ner på papper.
3. Därefter ber utbildaren deltagarna att ta bordet "Realist". I det här stadiet borde deltagarna använda sitt sunda förnuft – "landa" galna idéer och försöka hitta nya rationella beslut som kommer att framstå som så realistiska som möjligt. I det här momentet borde deltagarna dela med sig av sina tankar om vad som behöver göras för att uppnå drömmen. Idéer borde åter igen antecknas på papper.
4. Därefter borde deltagarna ta bordet "Kritisk". Vid det här bordet borde deltagarna utsätta alla tidigare uttryckta idéer för hänsynslös kritik och fråga sig själva diverse frågor: Finns det någonting värdefullt i de föreslagna idéerna? Kan de användas i dagens verklighet? Kommer

	dessa idéer att vara användbara för framtida konsumenter? Finns alla nödvändiga resurser och tillgångar för att förverkliga de föreslagna idéerna? 5. Sedan ber utbildaren deltagarna att återvända till bordet "Drömmare", men den här gången måste de samtidigt omforma sin dröm genom att ta hänsyn till realistiska och kritiska kommentarer. Viktigt: Deltagarna borde fortsätta röra sig mellan borden tills det finns kritiska kommentarer till den valda idéen. Den här övningen kan utföras både för individuella deltagare och för mindre grupper. Den här metoden hjälper till att generera nya idéer, söka efter okonventionella beslut, utveckla kreativt och kritiskt tänkande samt att stärka gruppsammanhållningen.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Anteckningar, pennor, bordskort "Drömmare", "Realist" och "Kritiker". Bilaga II.

Bilaga II. Utrymmeshantering för övning 3





Övning 4	Namn/Typ av övning: <i>De sex hattarna</i>
Lärandemål:	• Att gemensamt kunna komma på idéer som är relevanta/stödjer lokalsamhället och att undersöka deras potential • Förmågan att generera ovanliga idéer, avvika från traditionellt tänkande • Förmågan till individuellt och gemensamt kreativt tänkande
Varaktighet:	2 timmar
Beskrivning av proceduren:	Idékläckning, gruppdiskussion, beslutsfattande, rollspel. Instruktioner: 1. Utbildaren beskriver metodens huvuddrag: Metoden med "sex hattar" är ett psykologiskt rollspel. En hatt med en viss färg symboliserar ett visst tänkesätt, och genom att bära hatten anammar en person det här tänkesättet. Det här är nödvändigt för att skapa en holistisk bild av problemet, eftersom att, som nämns ovan, vi ofta tänker rationellt, vilket inte bidrar till bildens helhet. Dessutom tillåter de Bono-tekniken gruppens medlemmar att övervinna konfrontationer och dispyter, och att etablera kommunikation. Utbildaren betonar att förmågan att betrakta ämnet från olika perspektiv är utmärkande för en framgångsrik talare. Tekniken i sig kräver fokus på olika aspekter, och utvecklar därför koncentrationsförmågan. 2. Figurativ tillämpning av metoden med de sex hattarna kan representeras som en teckning med färgade pennor. En färggrann bild framträder bara när du använder hela spektrumet av färger. Och i fallet med de Bono-metoden framträder en komplett bild av situationen först efter att alla sex hattar har satts på i tur och ordning: Vit hatt: När vi provar den här hatten fokuserar vi på de tillgängliga uppgifterna. Vi försöker förstå vilken information som saknas, var vi kan hitta den samt hur vi kan använda redan kända faktauppgifter och slutsatser för att lösa problemet.

Röd hatt: Genom att bära den inkluderar vi intuition och känslor. Vad säger din inre röst dig? Intuitiva antaganden och känslor i det här stadiet är väldigt viktiga eftersom att de tillåter dig att bedöma den känslomässiga bakgrunden och attityden till problemet genom prismet av mänskliga känslor. Om diskussionen är gemensam är det viktigt att försöka förstå andra människors svar, drivkrafterna och grunden för deras föreslagna lösningar. Därför måste alla deltagare vara sanningsenliga och uppriktiga, och inte dölja sina sanna känslor och erfarenheter.

Svart hatt: Genom att bära den måste du vara pessimistisk, men med en hälsosam mängd kritik. De föreslagna lösningarna på problemet bedöms för potentiella risker i framtiden, den fortsatta utvecklingen av svåra och oförutsedda situationer. Försök att hitta svagheter i varje idé och ägna särskild uppmärksamhet åt dem.

Gul hatt: Den är raka motsatsen till den svarta hatten, och antyder en optimistisk, positiv syn på problemet. Betona styrkorna och fördelarna med varje lösning. Det här är särskilt viktigt om alla alternativ verkar ganska dystra.

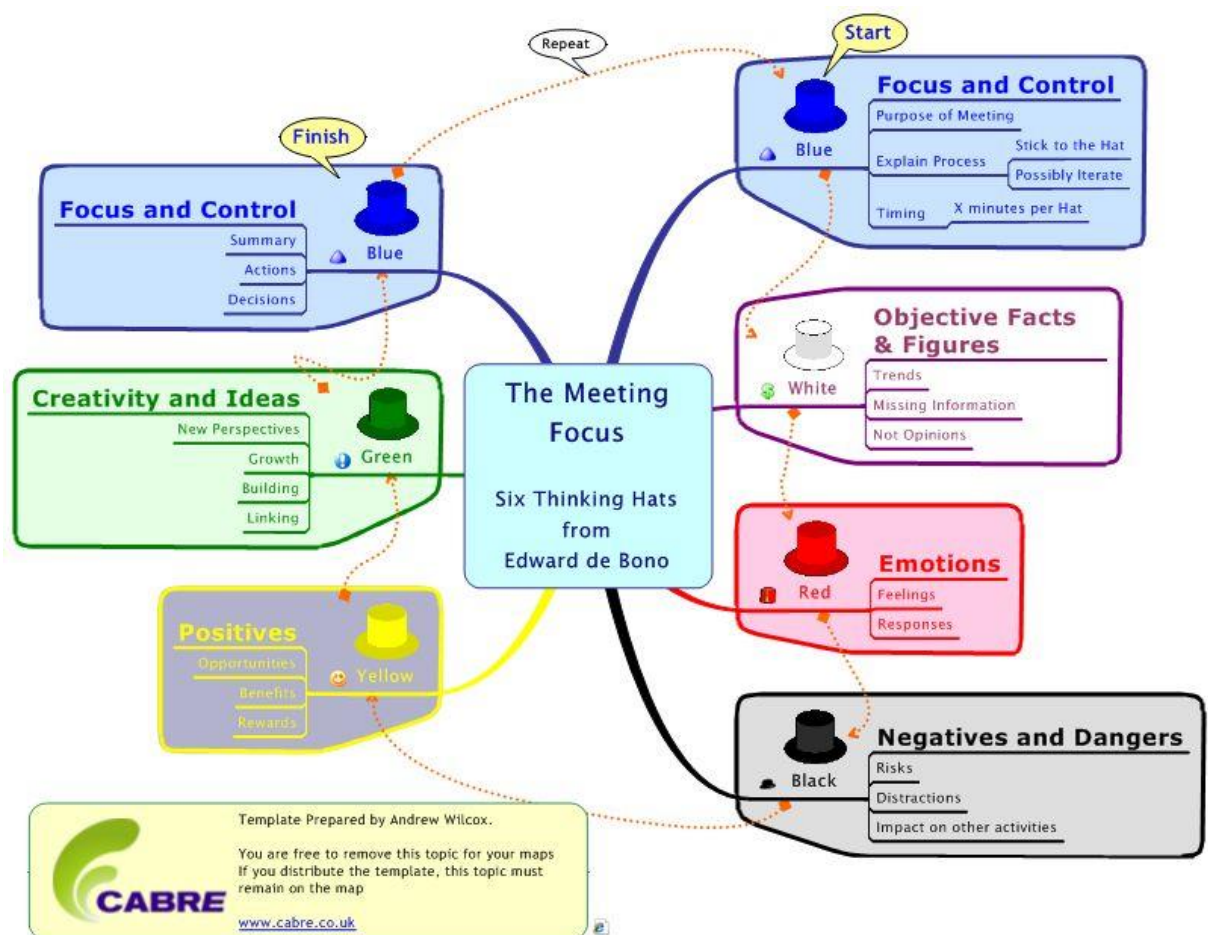
Grön hatt: Den representerar kreativitet, sökandet efter ovanliga idéer och extraordinära perspektiv. Inga bedömningar av tidigare föreslagna lösningar, utan endast deras fortsatta utveckling med alla tillgängliga medel (mentala kartor, associationer och andra verktyg för att förhöja kreativt tänkande).

Blå hatt: Den jämför målen i början och resultaten i slutet. Den formar slutgiltiga slutsatser.

3. Fall: Förflyttade kvinnor (vidarebosatta kvinnor) bestämde sig för att öppna sin egen "Blomsteraffär"-verksamhet. Kvinnorna beslöt sig för att analysera den här idén med användning av de sex hattarna-metoden. Utbildaren borde föreslå en lösning på det här fallet, att

	i tur och ordning "ta på" hattarna. Det är rekommenderat att avbilda hattarna på en affisch i A1-format, och sedan turas om att fylla i dessa hattars innehåll. För att utföra övningen är deltagarna antingen indelade i mindre grupper (4-6 personer) eller så genomför de övningen gemensamt, det väljer utbildaren.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Pappersark i A1-format, märkpennor. Bilaga III.

Bilaga III. Schema för övningen "De sex hattarna"



Övning 5	Namn/Typ av övning: <i>Tankekartan</i>
Lärandemål:	• Förmågan att generera ovanliga idéer, avvika från traditionellt tänkande • Förmågan till individuellt och gemensamt kreativt tänkande
Varaktighet:	2 timmar
Beskrivning av proceduren:	Idékläckning, gruppdiskussion, diskussion om idéer för det framtida projektet. Instruktioner: 1. Deltagarna delas in i mindre grupper (4-6 personer). 2. Utbildaren förklarar metodens huvuddrag: I mitten avbildas idéen för projektet (evenemanget). Det är rekommenderat att påbörja övningen med idékläckning. Ibland är det en slumpmässig idé. När deltagare fångar den, uppstår nya tankar. En intressant idé dyker upp under övningen. Allt det här sker i en lavin, så tankekartan är bra för att utveckla kreativa färdigheter och för att aktivera hjärnan. 3. Utbildaren förklarar att huvudämnena sedan skiljer sig från den centrala bilden i form av grenar. 4. Utbildaren understryker att grenarna som tar formen av tunna linjer är markerade och förklarade med nyckelord eller bilder. Sekundära, tertiära och efterföljande idéer är också avbildade som grenar som tar avstamp från grenar på en högre nivå. 5. Utbildaren sammanfattar att grenarna bildar en sammankopplad nodstruktur, en logisk sekvens som tillåter dig att skissera riktningarna för förverkligandet av den ursprungliga idéen. Den här övningen syftar till att främja skapandet av strukturerade, ovanliga idéer för att starta din egen verksamhet.

Stödmaterial:

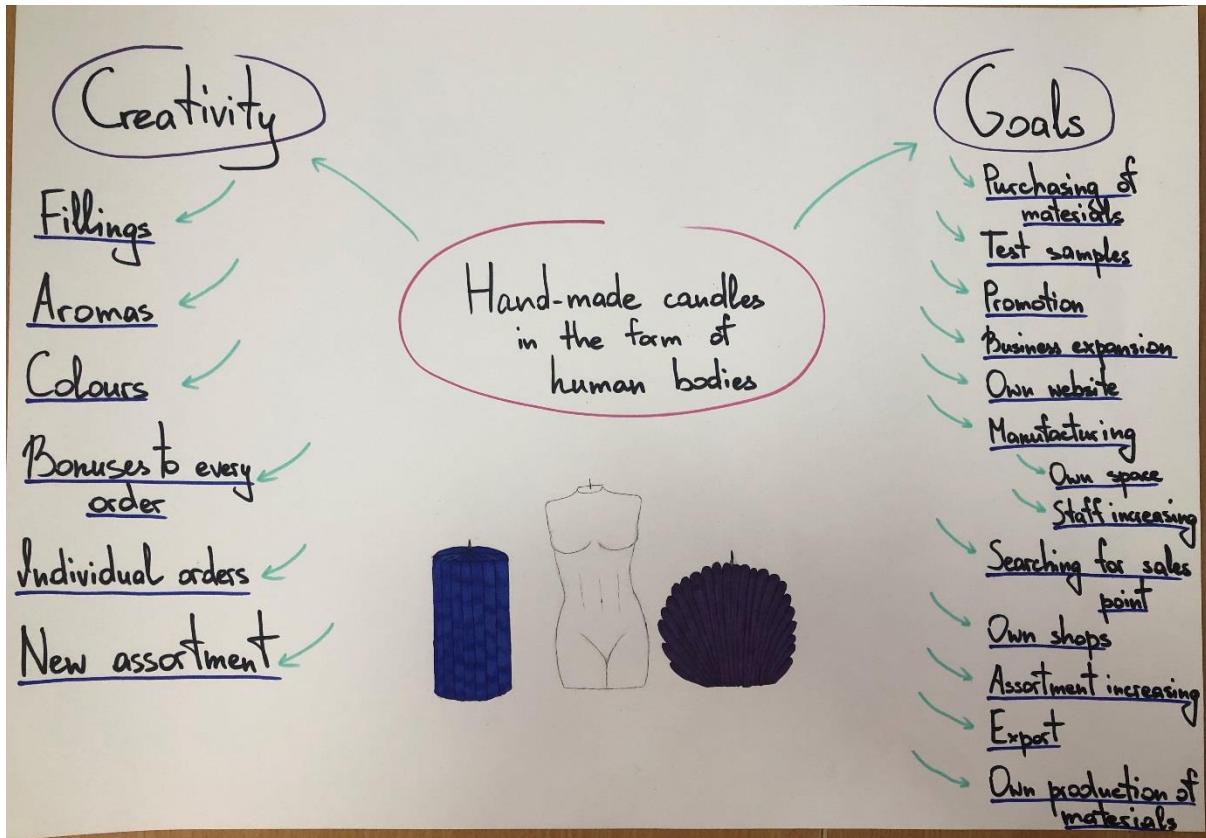
(Litteraturreferenser,
användbara länkar, videor,
PowerPoint-presentationer
osv.)

Pappersark i A1-format, internettjänster,
mobilapplikationer

(<https://www.xmind.net/embed/az9c/>,
<https://www.mindmup.com>,
<https://coggle.it>)

Bilaga IV.

Bilaga IV. Exempel på hur övningen kan genomföras i grupper.



3. KULTURELL MEDVETENHET

Kulturell medvetenhet utgör viktiga kompetenser och färdigheter för alla, eftersom att det gör det möjligt för människor att förstå varandra bättre. I den här modulen kommer vi att fokusera på en grundläggande förståelse för vad vi menar med kulturell medvetenhet och på vilka sätt det kan påverka delar av våra liv. Modulen kommer också att fokusera på hur den här kompetensen kan utvecklas och på vilka sätt invandrarkvinnor kan gynnas av den. Modulen presenterar också aktiviteter som syftar till att befästa och stärka den här kunskapen.

Centrala lärandemål (<i>upp till 5</i>)	• Förmågan att förstå och definiera kultur. • Förmågan att förstå och vidkänna kulturell mångfald. • Förmågan att tolka hur kulturell medvetenhet kan påverka vissa delar av ens liv. • Förmågan att vidkänna kulturella skillnader och likheter mellan hemlandet och värdlandet. • Förmågan att hantera motstridig kultur.
Förvärvade kunskaper (<i>2-4</i>)	• Definiera vad kultur är. • Rada upp olika beståndsdelar av kultur. • Identifiera möjligheter i nya kulturella miljöer.
Färdigheter (<i>2-4</i>)	• Förklara konceptet kultur för andra. • Känna igen olika övertygelser, värderingar, seder, beteenden och etikläror. • Ge exempel på likheter och skillnader mellan värdlandets och hemlandets kulturarv. • Lösa konflikter som grundar sig på kulturella skillnader.
Kompetenser (<i>2-4</i>)	• Leda och delta i en diskussion om kulturella skillnader och likheter. • Strukturera vardagslivet i värdlandet utifrån de tillgängliga resurserna utan att förlora kulturell identitet.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Sammanföra färdigheter och kunskaper för att hantera vardagssituationer där det uppstår en kulturell konflikt. |
|--|--|

3.1. TEORI

Hur definierar vi kultur?

- Den engelska antropologen Sir Edward Taylor (1832-1917) definierade kultur som **kunskapen, övertygelsen, konst, seder, lagar, seder och alla andra färdigheter och vanor** hos en person som en samhällsmedborgare.
- UNESCO (2002) fastslår att det är en **uppsättning distinkt spirituella, materiella, filosofiska och känslomässiga beståndsdelar** av ett samhälle eller en social grupp som innefattar konst, litteratur, levnadssätt, sätt att leva, värderingssystem, traditioner och övertygelser.
- Geert Hofstede (2010) uppfattar kultur som den **gemensamma "programmeringen" av hjärnan** som hjälper till att särskilja en social grupp från en annan.

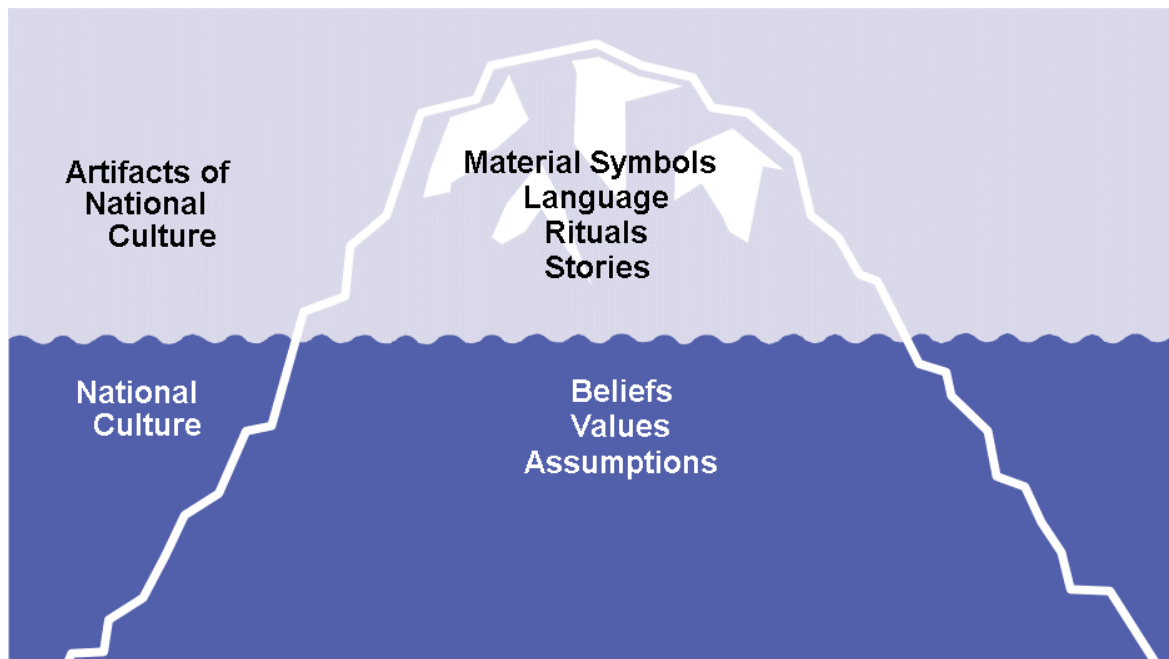
Det kan sägas att kultur förutsätter existensen av allmänna/gemensamma perspektiv på världen. Kultur är någonting som lärs in via **erfarenheter** genom att ingå i en grupp och kan utvecklas i en grupp eller en organisation, som har en viktig historia och ett viktigt förflutet.

Definitionen som vi antar här, för den här modulens syften, är följande:

Kultur är ett system med gemensamma värderingar, trosuppfattningar, attityder, seder och vanor som särskiljer en grupp av människor från en annan vad gäller dess nationella och europeiska kulturarv och dess plats i världen. Kultur speglar hur människor relaterar till en grupp, ett samhälle eller en organisation, hur de beter sig, kommunicerar, tänker, använder konst och uppfattar verkligheten.

För att identifiera en persons eller en social grupps kultur, måste man först identifiera kulturens yttre karakteristika (dvs. språk, kläder, folksägnar, ritualer osv.) som är synliga för utomstående. Men dessa yttre karakteristika varken visar eller förklarar de djupare orsakerna bakom någons beteende. De gömda aspekterna av kulturen är karakteristika, såsom övertygelser och

värderingar. Den här analysen av kulturnivåerna visas i Figur 1 nedan med användning av isbergsmodellen. Figuren nedan visar andelen som är synlig och andelen som är dold:



Figur 1. Isbergsmetaforen

För att sammanfatta: Kultur är en holistisk term som omfamnar alla mänskliga uttryck genom levande och görande. Det innefattar normer, värderingar, seder och språk som utvecklas från födseln och som berikas konstant i och med att vi anpassar oss i förhållande till vår miljö.

Olika teorier om hur kultur kan förvärfvas:

1. Isbergsmodellen av kultur
2. Geert Hofstedes modell av kulturella dimensioner
3. Edward T:s and Mildred Reed Halls beteendemässiga komponenter av kultur
4. Jacques Demorgons och Markus Molzs modell av kultur
5. Milton J Bennetts utvecklingsmodell av interkulturell känslighet

Vad är KULTURELL MEDVETENHET?

En definition av kulturell medvetenhet och kulturellt uttryck är följande:

hanteringen av kulturella skillnader på ett positivt sätt för att undvika konflikter orsakade av missuppfattning, så att människor uppskattar konstverk, attityderna, hur uttryck använder olika medium, andra människor från olika kulturer samt att använda sina egna medfödda färdigheter.

Kulturell medvetenhet uppnås gradvis genom att först förstå kulturen som samma person har och sedan genom att förstå och acceptera logiken bakom andras kulturella kontext och att ha en positiv attityd gentemot olika kulturer.

På liknande sätt, enligt ERF, definieras kulturell medvetenhet och kulturellt uttryck som uppskattning av betydelsen av idéers kreativa uttryck, erfarenheter och känslor i olika medium, däribland musik, att utöva konst, litteratur och visuell konst.

Nödvändiga kunskaper, färdigheter och attityder som anknyter till den här kompetensen kan beskrivas som följande:

Kunskaper

Kulturell kunskap inkluderar en medvetenhet om lokala, nationella och europeiska kulturarv och deras plats i världen. Det omfattar en grundläggande kunskap om stora kulturella verk, däribland samtida populärkultur. Det är viktigt att förstå den kulturella och lingvistiska mångfalden i Europa och i andra regioner i världen, behovet att bevara den och betydelsen av estetiska faktorer i vardagslivet.

Färdigheter

Färdigheter associerar till både uppskattning och uttryck: uppskattningen och njutningen av konstverk och framträdanden samt självuttryck via olika medier genom att använda sina medfödda kapaciteter. Färdigheter omfattar också förmågan att relatera sitt eget kreativa och expressiva perspektiv till andras åsikter och att identifiera sociala och ekonomiska möjligheter i kulturella verksamheter. Kulturellt uttryck är en förutsättning för utvecklingen av kreativa färdigheter, som kan överföras till en mängd olika yrkessammanhang.

Attityder

En gedigen förståelse för sin egen kultur och en känsla av identitet kan utgöra grunden för en öppen attityd gentemot livet och respekt för mångfald av kulturellt uttryck. En positiv attityd omfattar också kreativitet och villigheten att förfina sin estetiska kapacitet genom konstnärligt självuttryck och deltagande i kulturlivet.

Hur kan den här färdigheten utvecklas?

För att en individ ska kunna förvärva eller förfina kulturell medvetenhet och kulturellt uttryck borde han/hon:

1. Förstå sin egen kulturs särdrag

2. Acceptera och förstå att det finns olika kulturella sammanhang bland olika människor, kulturer, samhällen, grupper osv.
3. Vidkänna att det finns specifika stereotyper och fördomar som definierar hur vi uppfattar världen och andra människors beteende.
4. Få kunskap om hur en kultur formades historiskt och hur den ärvdes från generation till generation.
5. Bli medveten om hur andra uppfattar världen.

Varför är kulturell medvetenhet viktigt inom ramen för kvinnliga flyktingar?

När migranter söker asyl i ett annat land är varje dag en ny utmaning mot målet att integreras, allra främst i fråga om att anpassa sig efter en helt ny kultur. Kultur är viktigt inom alla aspekter av våra liv i och med att den påverkar en individs värderingar, åsikter, önskningar och beteenden. Att tillhöra en kultur kan göra det enklare för individer att knyta an till andra som delar samma tänkesätt och värderingar. Alltså håller sig många flyktingar och/eller migranter nära sin samhällsgemenskap eftersom att de känner sig mer bekväma med att interagera med människor som har samma kulturella bakgrund. Så, för att integreras är utvecklingen av interkulturella, interpersonella och sociala färdigheter av stor betydelse, precis som förståelsen för kulturell medvetenhet och kulturellt uttryck; en förståelse för att olika kulturer har olika standarder, eftersom att det kommer underlätta processen att interagera och uttrycka sig själv, att kliva utanför sin bekvämlighetszon.

Förmågan att vara medveten om kulturella likheter och skillnader, att uppskatta andra kulturers originalitet och att interagera effektivt och verkningsfullt med personer från olika bakgrunder, hjälper människor att:

- Delta i 2000-talets värld
- Integreras i sina nya samhällen
- Utveckla framgångsrika personliga och yrkesmässiga relationer
- Bli väl förberedda på att arbeta i olikartade yrkesmiljöer. Därmed anknyter kulturell medvetenhet till anställningsbarhet, yrkesmobilitet och deltagande i det sociala livet, och därför anses det vara en av 2000-talets viktigaste kompetenser.

3.2. ÖVNINGAR

Övning	Namn/Typ av övning
1	Gruppdiskussion: KONTEXT OCH KULTUR
Lärandemål:	- Förmågan att förstå och definiera kultur. - Förmågan att förstå och vidkänna kulturell mångfald. - Förmågan att tolka hur kulturell medvetenhet kan påverka vissa delar av ens liv. - Förmågan att vidkänna kulturella skillnader och likheter mellan hemlandet och värdlandet.
Varaktighet:	60 minuter
Beskrivning av proceduren:	- Tips till utbildaren: Studera Kreitnet, Kinicki (2013) för att få en bättre förståelse för högkontext- och lågkontextkulturer. - Utbildaren börjar med att introducera betydelsen av kontext i utvecklingen av mänskligt beteende. - Utbildaren introducerar ämnet hög- och lågkontext genom att fråga eleverna om de någonsin har hört de två termerna tidigare. - Utbildaren klargör de två termerna med hjälp av bilagan, bildruta nummer 1. Sedan inleder utbildaren en gruppdiskussion om hur eleverna uppfattar kontexten. Utbildaren ber eleverna att läsa instruktionerna i bildruta nummer 3 och svara på frågorna. - Slutligen organiseras en gruppdiskussion som utgår från deltagarnas svar.
Stödmaterial:	PPT-presentation, projektor

Övning	Namn/Typ av övning
2	Gruppaktivitet – LÖKEN AV MÅNGFALD
Lärandemål:	- Förmågan att förstå och definiera kultur. - Förmågan att förstå och vidkänna kulturell mångfald.

	Förmågan att vidkänna kulturella skillnader och likheter mellan hemlandet och värdlandet.
Varaktighet:	60 minuter
Beskrivning av proceduren:	1. Eleverna ombes att bilda en inre och en yttre cirkel. De riktar sig mot varandra i par. 2. Varje par måste (våldigt snabbt) hitta någonting – en vana, aspekt, bakgrund eller attityd – som de har gemensamt 3. När detta väl är gjort förflyttar sig det yttre lökskalet ett steg till höger, och varje nytt par måste hitta en likhet och uttrycka den. 4. Paren kan byta flera gånger tills cirkeln är sluten (beroende på gruppens storlek).
Stödmaterial:	Inget

Övning	Namn/Typ av övning
3	Gruppaktivitet - HITTA STEREOTYPEN
Lärandemål:	- Förmågan att förstå och definiera kultur. - Förmågan att förstå och vidkänna kulturell mångfald. - Förmågan att tolka hur kulturell medvetenhet kan påverka vissa delar av ens liv. - Förmågan att vidkänna kulturella skillnader och likheter mellan hemlandet och värdlandet. - Förmågan att hantera motstridig kultur.
Varaktighet:	60 minuter
Beskrivning av proceduren:	1. Utbildaren introducerar ämnet stereotyper för gruppen. Det är viktigt att utbildaren förklarar för eleverna att alla människor använder stereotyper och att det är bra att identifiera dem, avslöja dem och utvärdera dem. 2. Eleverna delas in i grupper om 4-5 personer. Varje grupp tilldelas tre olika kulturer (t.ex. efter nation). Alla grupper borde ha samma tre kulturer.

	3. Varje grupp uppmanas att hitta minst 5 olika ord som de kommer att tänka på när de tänker på dessa kulturer. 4. Varje grupp ombes att presentera orden som de kom på för resten av klassen för att identifiera stereotypa sammanfallanden (konvergenser) eller avvikelser (divergenser).
Stödmaterial:	Dator, projektor, PPT-presentation

Övning	Namn/Typ av övning
4	Presentation: VÅR ERFARENHET AV ANDRA
Lärandemål:	• Förmågan att förstå och definiera kultur. • Förmågan att förstå och vidkänna kulturell mångfald. • Förmågan att tolka hur kulturell medvetenhet kan påverka vissa delar av ens liv. • Förmågan att vidkänna kulturella skillnader och likheter mellan hemlandet och värdlandet.
Varaktighet:	60 minuter
Beskrivning av proceduren:	1. Eleverna ombes att tänka på en personlig eller yrkesrelaterad erfarenhet som de har haft av en person från en annan kultur. Utbildaren förklarar att de ska välja en erfarenhet som sticker ut. Eleverna får 5-6 minuter för detta. 2. Samtidigt skriver utbildaren följande frågor på klassrumstavlan, som kan användas som uppmaningar till presentationen som följer. Frågorna är: Vilken var min ursprungliga förväntan när jag träffade den här personen? Vad lärde jag mig om den andra personen? På vilket sätt har den här erfarenheten hjälpt mig att bättre förstå den andra personens kultur? Har den här erfarenheten haft någon inverkan på mitt privatliv eller yrkesliv? Har den här erfarenheten haft någon inverkan på min övergripande attityd? 3. När de 5-6 minuterna har gått ber utbildaren varje elev att berätta om sin personliga erfarenhet framför klassen, och

	det med hjälp av frågorna på tavlan. Resten av gruppen uppmanas att ställa följdfrågor om de så önskar.
Stödmaterial:	Whiteboardtavla, penna och papper eller bärbar dator/surfplatta för att ta anteckningar på elevernas historier

Övning	Namn/Typ av övning
5	Rollspel: BLI EN FILMSTJÄRNA FÖR EN DAG
Lärandemål:	• Förmågan att förstå och definiera kultur. • Förmågan att förstå och vidkänna kulturell mångfald. • Förmågan att tolka hur kulturell medvetenhet kan påverka vissa delar av ens liv. • Förmågan att vidkänna kulturella skillnader och likheter mellan hemlandet och värdlandet. • Förmågan att hantera motstridig kultur.
Varaktighet:	120 minuter
Beskrivning av proceduren	1. Utbildaren väljer ut en film som är väldigt populär i värdlandet. Filmen borde ha en kvinnlig skådespelare som huvudkaraktär. Filmen borde helst ta itu med sociala frågor och problem. 2. Titta på filmen med deltagarna. Utbildaren pauser filmen var femtonde minut och ställer allmänna frågor om handlingen för att försäkra att deltagarna förstår handlingen och att de följer med i filmen. Allmänna frågor kan vara: Vilken var den mest intressanta scenen fram tills nu? Varför? Vem är den mest intressanta karaktären såhär långt? Varför? osv. 3. När filmen är slut ställer utbildaren frågor om de specifika karaktärerna och framförallt om den kvinnliga huvudkaraktären, såsom: Vad tycker du om huvudkaraktärerna? Anser du att deras reaktioner var rättfärdigade? Vad hade du gjort annorlunda? 4. Övningen avslutas med att utbildaren delar in deltagarna i mindre grupper och ber dem att förstå sig att de var den kvinnliga huvudkaraktären. Utbildaren ber dem att berätta för resten av klassen vad samma karaktär hade gjort annorlunda om hon kom från deras egen kulturella

	bakgrund, hur det hade påverkat filmen och om det hade resulterat i ett annat slut.
Stödmaterial	Film, penna, papper, projektor

4. INITIATIVTAGANDE

Att uppnå integration och nya möjligheter för utveckling i värdlandet kräver initiativtagande från nyanlända. Enligt resultat från IO1-studien, intervjuer och sekundär forskning, ställs projektets målgrupp – invandrarkvinnor – ofta inför bristande initiativförmåga på grund av kulturell press, familjeansvar eller mönster av uppfostran från barndomen. Att hantera bristen på initiativtagande är ett viktigt steg på vägen mot integration och självutveckling. Naturligtvis är initiativtagande ett ytterst viktigt krav även för framtida potentiella entreprenörer. I vårt utbildningsmaterial kommer vi att fokusera på utvecklingen av initiativtagande på flera nivåer: personlig nivå (kvinnor tar initiativ till sin egen framtid, karriär och sitt sociala liv), gruppnivå (kvinnor kan inleda ett litet gruppprojekt, en gemensam aktivitet i vänskaps- och bekantskapskretsen) och på samhällsnivå (kvinnor förstår betydelsen av initiativtagande i samhället).

Centrala lärandemål (*upp till 5*)

- Förmågan att ta initiativ i olika aktiviteter
- Förmågan att vidta åtgärder för att förverkliga planerade aktiviteter
- Kapacitet att lösa problemet på egen hand eller i grupp
- Förmågan att samordna en grupp för att genomföra en aktivitet
- Förmågan att gemensamt kunna planera, organisera och utföra en samhällsbaserad aktivitet (entreprenörsprojekt)

Förvärvade kunskaper (2-4)

- Förstå och förklara vad det innebär att ta initiativ
- Rada upp situationer där eleven kan uppvisa initiativtagande och beskriva hur det kan yttra sig
- Vidkänna problem som kan lösas med initiativtagande

Färdigheter (2-4)

- Påvisa initiativtagande i arbete i mindre grupper
- Utöva initiativtagande i arbete med egna projekt (antingen i jobbet eller i vardagslivet)
- Utöva initiativtagande i klassrummet, i entreprenörsprojektet och i verkliga livet på vägen mot integration

Kompetenser (2-4)

- Ta initiativ
- Motiverande ihärdighet
- Mobilisera andra
- Mobilisera resurser

4.1. TEORI

Enligt OED är initiativtagande "kraften eller möjligheten att agera eller ta kommando innan andra gör det". Det kan också definieras som att vara först med att ta till handling för att utföra en viss arbetsuppgift eller för att lösa ett problem.

Initiativtagande är baserat på flera grundläggande principer:

- Förmågan att förstå sina egna behov och mål
- Att vidta åtgärder för att uppfylla och förverkliga dem
- Att styra dig själv och andra för att nå målen

Komponenter:

- Visionsutveckling – deltagarna lär sig att specificera sina idéer, beakta mellanliggande mål som de har satt upp och resurserna som de har till sitt förfogande
- Nätverkande – deltagarna utforskar möjligheter att påverka och experimentera med olika typer av relationer för att känna sig mer självsäkra bland olika människor, roller och miljöer. Det är ett nödvändigt verktyg för att skapa tillit med arbetsgruppen, chefer, kunder och kollegor. Kommunikationens effektivitet förbättras genom aktivt lyssnande, kvalitet, korrekt ställda frågor och tydliga budskap.
- Beslutsfattande – deltagarna måste fatta svåra beslut i sina liv och behöver metoder och verktyg som kan hjälpa dem. Förmågan att fatta beslut är nära anknuten till konceptet "problemlösning" och systematiskt tänkande, men övergår till handling när beslutsamhet och ansvar läggs till.
- Utförande/förverkligande/handling – det är viktigt att förstå hur planeringen, kontrollen och organiseringen kan hjälpa eller hindra uppnåendet av målen/resultaten

Idag kräver konceptet initiativtagande bättre lyssnande på dig själv och andra, känslomässig balans, integrering av mångfald, stöd och handledning/vägledning. Via partnerskapet med mentorn/Utbildaren hittar kvinnorna sina egna lösningar, tar ansvar och hittar motivation för att börja realisera dem.

Utveckling av initiativtagande

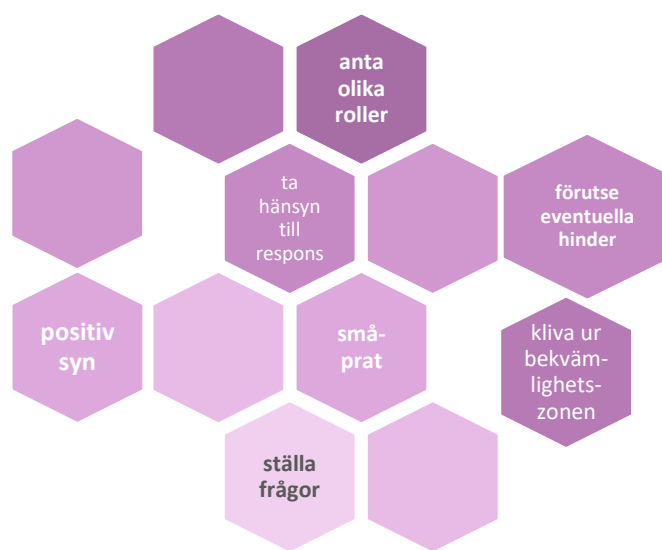
Initiativtagande kan delas in i att ta kontroll över sitt eget liv och att ta kontroll över gruppen. Ofta utvecklas initiativförmågan genom hela livet från tidig barndom till vuxenlivet. Dock finns det effektiva strategier och verktyg för att utveckla initiativ som en personlig färdighet.

De viktigaste stegen i processen för att utveckla initiativförmåga kan definieras som:

1. Att definiera sina egna intressen och prioriteringar
2. Att göra upp en plan för sin egen livsutveckling och karriär

3. Att utveckla självförtroende och en känsla av egenvärde
4. Att lära sig att hitta möjligheter
5. Att utveckla ledarskap och ett oberoende tänkesätt. Att lära sig att inte förvänta sig att andra ska ta hand om ens egna arbetsuppgifter.

Enligt L. Beriker är det viktigaste inslaget i utvecklingen av initiativtagande i grupp att också lyssna på andra gruppmedlemmar och att vara lyhörd och uppmärksam på andras idéer. Att aktivt ställa frågor är också hjälpsamt. Några andra viktiga inslag i utvecklingen av initiativförmågan:



Att ta initiativ i sitt eget liv

På grund av deltagarnas bakgrunder kan det vara svårt för många att inse att de kanske kan ta kontroll över sitt eget liv och göra egna livsval. De många åren av erfarenhet av kulturell, könsrelaterad och social press kan omintetgöra möjligheten att tänka på sina egna intressen, mål och behov.

Hinder som stoppar någon från att ta initiativ kan delas in i tre grupper: personliga faktorer, strukturella faktorer och kompetensfaktorer. De tre typerna av inslag i grundläggande termer:

- ✓ **Strukturella faktorer:** saker som många av oss delar och som vi inte kan förändra individuellt, men som kanske kan förändras över tid med gemensamma handlingar.
- ✓ **Personliga faktorer:** saker som är speciella för vår individuella situation och som vi kan vara kapabla att förändra eller inte. De kan också vara anknutna till strukturella faktorer.

- ✓ **Kompetensfaktorer:** saker som vittnar om vår individuella kunskap, våra förmågor och attityder, och det som vi kan förändra.

Barriärer som kan hindra initiativtagande, framförallt för målgrupperna, kan vara:

- Låg självkänsla
- Tidigare negativa erfarenheter förknippade med initiativtagande
- Giftig miljö
- Svårt intresse för sitt eget liv och framtiden
- Liten möjlighet att prioritera sig själv framför familjen och andra
- Ingen erfarenhet av att förstå sina egna behov och mål

Det här kan hjälpa till att förstå vad alla är kapabla att förändra i sina liv och att ta initiativ till det. Vidare kan det visa vad kvinnor borde kunna förhandla med. Från ett köns- och ett interkulturellt perspektiv läggs särskild betoning på ojämställdhet förknippat med köns- och ursprungsdiskriminering, vilket begränsar kvinnors personliga utvecklingsmöjligheter. Den här analysen är användbar för att bedöma anställningsbarhet, möjligheter och begränsningar i livslångt lärande, personlig utveckling, social integration och en rad olika sammanhang och situationer.

Initiativtagande i mindre grupper

Att ta initiativ i en grupp, framförallt i utbildningen, är en fantastisk erfarenhet för deltagarna. Initiativtagande är nyckeln till framgångsrik integration, även på arbetsmarknaden och för utvecklingen av entreprenörsanda.

De viktigaste komponenterna för att säkerställa det positiva samarbetet i gruppen och varje deltagares initiativtagande innefattar:

- ✓ Aktiv kommunikation
- ✓ En känsla av trygghet och välbefinnande i arbetsgruppen
- ✓ Att tänka som en gruppmedlem
- ✓ Tydlig definition av mål och förväntade resultat av grupparbetet

Utbildaren spelar en viktig roll för att stödja deltagare och försäkra de ovanstående komponenterna under utbildningen. Det här kan uppnås genom att förbättra atmosfären och skapa en vänlig och tolerant miljö.

Initiativtagande som nyckeln till integration

Att ta det första egna steget för att möta världslivet kräver mod. Att vara initiativtagande inom olika områden i livet i ett nytt land kommer bidra positivt till framgångsrik integration. Det kan

vara till hjälp att utveckla för deltagarna inom vilka områden initiativ kan tas och att ge relevanta exempel. Att inkludera alternativ där man kan ta initiativ även utan tillräcklig förståelse för värdlandets språk är viktigt, som exempelvis deltagande i etiska icke-statliga organisationer eller i den lokala samhällsgemenskapen, att hitta nätverk i kommunen samt att förstå orsaker.

4.2. ÖVNINGAR

Övning 1	Namn/Typ av övning <i>Möjlighetscykel / gruppövning</i>
Lärandemål:	Utveckla initiativförmåga Förstå sina egna styrkor och möjligheter Lära sig att samarbeta och vara initiativtagande i en grupp
Varaktighet:	2 timmar
Beskrivning av proceduren:	Utbildaren presenterar möjlighetscykeln för deltagarna att fylla i (Bilaga I) Möjlighetscykeln innehåller följande komponenter: • Mina färdigheter • Mina erfarenheter • Mina intressen • Mina resurser och tillgångar • Mitt nätverk Utbildaren förklarar hur deltagarna fyller i Möjlighetscykeln: • Mina färdigheter – inkluderar mjuka färdigheter (kommunikation, problemlösning osv.) och hårda färdigheter (konkreta uppgifter som att laga mat, sy, ta hand om barn) <i>Jag kan...</i> • Mina erfarenheter (de allra viktigaste och mest utmanande händelserna i det förflutna, som att bli klar med skolan, bli mamma, får ett jobb osv.) <i>Tidigare har jag...</i>

- Mina intressen (vad tycker du om att göra på fritiden, vilka områden är du intresserad av?)

Jag har en passion för ...

Mina resurser och tillgångar (materiella tillgångar som att äga en bil, plats, vissa finansiella tillgångar, tillgång till internet, tekniska resurser som dator eller mobiltelefon)

Det här är tillgängligt för mig...

- Mitt nätverk/Mina kontakter (personliga kontakter, människor från den närmaste kretsen, samhällsgemenskapen, vänner, i vilka områden dessa människor kan vara användbara och tillhandahålla stöd)

Jag känner...

- Utbildaren ger ett exempel på hur man fyller i kartan om det behövs genom att använda sina egna färdigheter, erfarenheter, intressen osv.
- Utbildaren delar in kvinnorna i smågrupper (4-5 personer i varje)
- Varje kvinna utvecklar sin egen cykel
- Utbildaren övervakar och ger stöd om någon hjälp behövs
- Kvinnorna presenterar sina kartor i smågrupper

Den här övningen kommer hjälpa kvinnorna att bli mer medvetna om sina egna styrkor och tillgångar, och hur dessa kan ackumuleras i integration och även i företagsvärlden. Diskussion i smågrupper kan också ge idéer till entreprenörsprojektet.

Stödmaterial:
(Litteraturreferenser,
användbara länkar, videor,
PowerPoint-presentationer
osv.)

Bilaga I

Övning 2	Namn/Typ av övning <i>Möjlighetskartan</i> / gruppövning
Lärandemål:	Utveckla initiativförmåga Förstå sina egna styrkor och möjligheter Lära sig att samarbeta och vara initiativtagande i en grupp
Varaktighet:	2 timmar
Beskrivning av proceduren:	1. Utbildaren presenterar möjlighetskartan för deltagarna att fylla i (Bilaga II) 2. Deltagarna arbetar i samma smågrupper som tidigare. De samlar information från möjlighetscykeln i den första gemensamma kartan. Möjlighetskartan samlar de mest värdefulla tillgångarna, färdigheterna och intressena från varje deltagare i smågrupperna i en gemensam karta. Så i slutet av övningen kommer varje minigrupp att ha en gemensam möjlighetskarta. Möjlighetskartan innehåller följande delar: • Vilka tillgångar och färdigheter har vi? • Vilka intressen har vi? • Vilka problem eller möjligheter i samhället kan vi ta itu med? • Vilka är de möjliga lösningarna på dessa problem? Övningen är idealisk att göra på ett papper. Däremot kan den genomföras på internet. I det här fallet är minst en utbildare per smågrupp rekommenderat för att tillhandahålla mer stöd till varje grupp.

- Utbildaren förklarar hur deltagarna ska fylla i möjlighetskartan.

Steg 1. Vilka tillgångar och färdigheter har vi?

Försök att fokusera på gemensamma områden som är likartade för många av er. Tänk också på vilka färdigheter som verkligen är värdefulla för att kunna starta ett initiativ.

Steg 2. Vilka intressen har vi? Hitta gemensamma intressen.

Steg 3. Vilka problem eller möjligheter i samhället kan vi ta itu med? Fundera på vilka problem det finns i ditt lokalområde eller i din stad. Vilka problem står ditt samhälle inför? Finns det några problem som är kopplade till dina intressen och färdigheter? Definiera de problemen.

Steg 4. Vilka är de möjliga lösningarna på dessa problem? Fundera på hur du kan lösa det ovanstående genom att använda de färdigheter och tillgångar som din grupp har.

Steg 5. Gå tillbaka till det första steget där du beskriver färdigheter och tillgångar, och fundera på om du har missat några värdefulla färdigheter som kan vara viktiga för att lösa just det här problemet.

- Varje minigrupp utvecklar sin egen gemensamma möjlighetskarta genom att kombinera information från deras möjlighetscykel. Utbildaren övervakar och ger stöd om hjälp behövs.
- Kvinnorna presenterar sina möjlighetskartor i smågrupper för Utbildaren.

Den här övningen kommer hjälpa kvinnor att bli mer medvetna om sina egna styrkor och tillgångar, och hur de kan ackumuleras i integration och även

i företagsvärlden. Diskussion i smågrupper kan också ge idéer till entreprenörsprojektet.

Stödmaterial:
(Litteraturreferenser,
användbara länkar, videor,
PowerPoint-presentationer
osv.)

Bilaga II + exempel

Övning

3

Namn/Typ av övning

Initiativkartan

Lärandemål:

- Utveckla initiativförmåga
- Förstå hur man kan utveckla initiativförmåga utifrån sina egna styrkor och möjligheter
- Lära sig att samarbeta och vara initiativtagande i en grupp

Varaktighet:

3 timmar

Beskrivning av proceduren:

- Deltagarna arbetar i samma smågrupper som de har arbetat i under övning 1 och 2.
- De genomför den här övningen efter att ha genomfört övning 1 och delat med sig av möjlighetskartan.
- Utbildaren presenterar och förklarar initiativkartan för deltagarna att fylla i (Bilaga III)
- Initiativkartan föreslår att utveckla den ursprungliga idén utifrån de gemensamma möjligheterna och intressena som deltagarna har upptäckt i övning 1 och 2. Initiativkartan besvarar 3 frågor:
 1. Vilket samhällsproblem kommer det här initiativet att lösa?
 2. Hur kommer det här initiativet att lösa problemet?
 3. Vilka är det här initiativets potentiella kunder?
- Utbildaren förklarar hur deltagarna ska fylla i initiativkartan och stödjer dem under den här processen.

- Utbildaren presenterar ett exempel på hur de ska fylla i kartan om det behövs genom att använda sitt eget exempel.
- Kvinnorna i varje minigrupp (från övning 1) utvecklar sin egen gruppkarta (OBS! 1 grupp = 1 karta).
- Utbildaren övervakar och ger stöd om hjälp behövs.
- Kvinnorna presenterar kartorna i varje minigrupp.

Den här övningen kan skapa idéer för utvecklingen av minievenemanget eller entreprenörskapet längre fram.

Den här övningen kommer hjälpa kvinnorna att bli mer medvetna om hur de kan omvandla sina styrkor och tillgångar till riktiga initiativ. Detta kommer lära dem att se kopplingarna mellan deras tillgångar och problemen som de kan lösa i samhället.

Stödmaterial:
(Litteraturreferenser,
användbara länkar, videor,
PowerPoint-presentationer
osv.)

Bilaga III + exempel

Övning	Namn/Typ av övning
4	<i>Fallscenario / Gruppdiskussion</i>
Lärandemål:	• Förstå den praktiska betydelsen av initiativtagande • Lära sig att presentera och diskutera i grupp
Varaktighet:	2 timmar
Beskrivning av proceduren:	Utbildaren presenterar fallscenariot med en nyanländ invandrarkvinna som var initiativtagande i sitt lokalsamhälle (från svensk forskningsrapport):

Khadija Mansor flyttade från Syrien till Sverige 2016. Kort därefter startade hon en verksamhet för att tillgodose lokala behov. Khadija upptäckte att nyanlända letar efter vissa etniska arabiska varor och kläder som inte finns tillgängliga i Sverige, varpå hon startade företaget "Sahab". I början arbetade hon hemifrån och sålde på internet via Facebook. Med ökad efterfrågan hyrde hon en lokal i Gottsunda Centrum, Uppsala, Sverige, och började sälja barnböcker på arabiska och ett stort antal olika produkter såsom parfymer, kläder och accessoarer. Nu har Khadija flyttat huvudkontoret för att expandera, vilket också har bistått med anställningsmöjligheter för tre andra personer.

Utbildaren kan också välja att presentera ett eget fall från sitt eget land om han/hon vill.

Utbildaren ber om respons från deltagarna genom att fråga:

- Hur visade hon initiativtagande i det här fallet?
- Vilka färdigheter och tillgångar tror du hjälpte henne?
- Trodde du innan att nyanlända personer kan starta framgångsrika företag som det här?
- Har du några egna exempel bland vänner och bekanta som uppvisade initiativtagande för att lösa något problem (även om det inte handlar om att starta ett företag)?

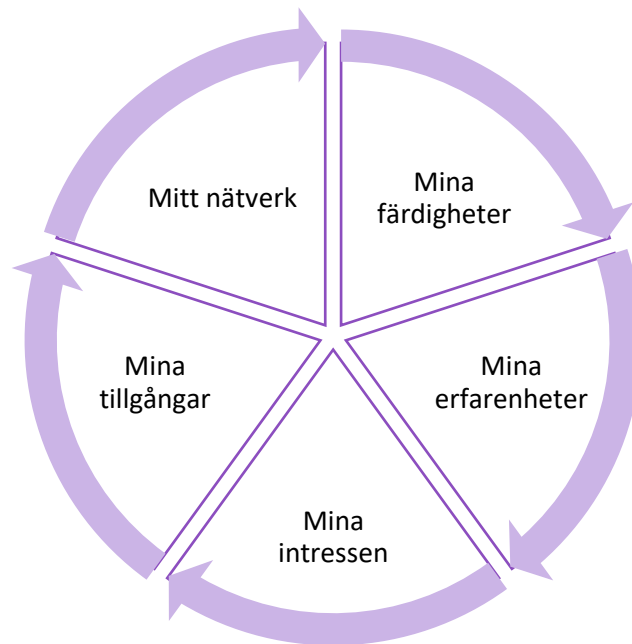
Stödmaterial:

(Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)

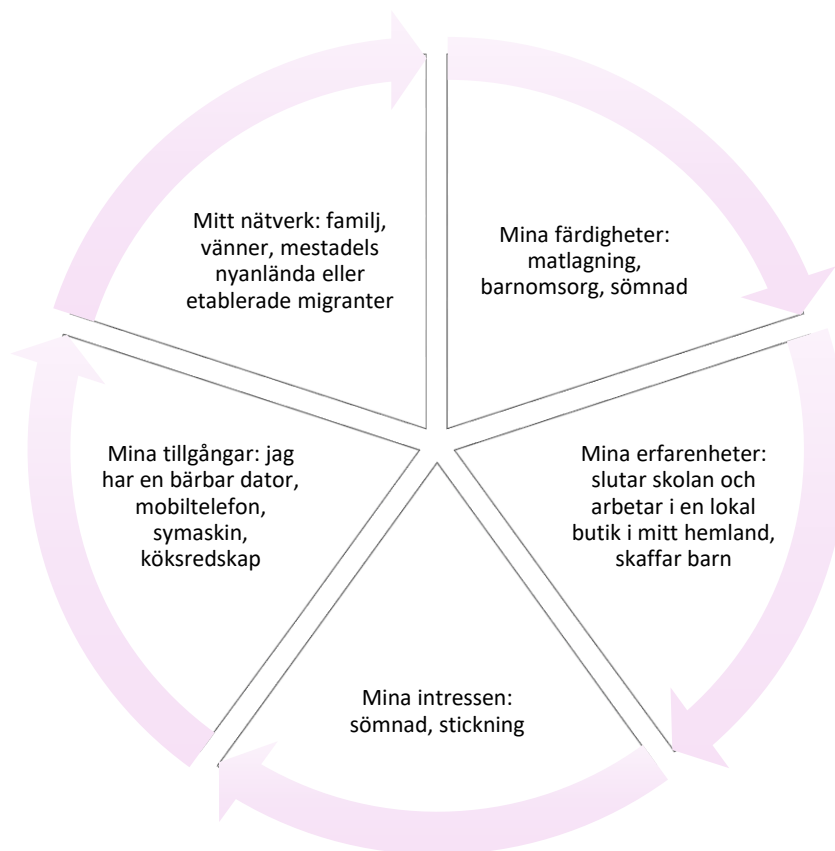
<https://bygg.uppsala.se/contentassets/a88123a480894fee98c6306fcc9b438a/nyhetsbrev-gottsunda-och-valsatra-februari-2020.pdf>

Övning 5	Namn/Typ av övning <i>Egna exempel / gruppdiskussion</i>
Lärandemål:	Förstå den praktiska betydelsen av initiativtagande Lära sig att presentera och diskutera i grupp
Varaktighet:	3 timmar
Beskrivning av proceduren:	1. Utbildaren ber deltagarna att ge exempel på när de själva tog initiativ i sina egna liv, inom områden som utbildning, familj, budget/ekonomi, resande osv. 2. Deltagarna beskriver den egna erfarenheten och ögonblicket i livet när de var initiativtagande nästan i form av att genomföra ett vardagsprojekt. Detta kan t.ex. vara att organisera en familjeres, hitta en skola till barnet i hemlandet eller i värdlandet, eller att förbereda en familjefestival. 3. Utbildaren frågar: - Hur kändes det att ta initiativ och att ansvara för den här specifika arbetsuppgiften? - Vilka färdigheter och kompetenser utvecklade du eller förbättrade (kommunikation, problemlösning, konflikthantering, planering och förvaltning, finansiell planering)? - Visade sig någonting vara som du inte hade förväntat dig? Hur hanterade du det? - Var den här situationen utmanande? På vilket/vilka sätt? 4. Om de vill kan deltagarna fylla i sina erfarenheter i form av en gemensam erfarenhetskarta. Den här övningen ökar medvetenheten om ens egen initiativförmåga, förståelsen för hur livskunskaper utvecklas under genomförandet av olika (även vardagliga) projekt.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Bilaga IV. Att kartlägga erfarenheter

Bilaga I. Möjlighetscykeln



Ett exempel:



Bilaga II. Möjlighetskarta

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?



Ett exempel:

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?



Bilaga III. Initiativkarta

Problem	Lösning	Kund

Ett exempel:

Problem	Lösning	Kund
<i>Det saknas en plats med traditionell arabisk mat i området där vi bor</i>	<i>Öppna en restaurang med traditionell arabisk mat genom att använda tillgångarna som vi diskuterade i övning 1, såsom:</i> <i>• Vi kan laga mat</i> <i>• Vi har ett nätverk</i> <i>• Vi vet hur den traditionella maten måste lagas</i> <i>• Vi kan hitta en lokal</i>	<i>Människor som bor i närområdet</i>

Bilaga IV. Att kartlägga erfarenheter

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?	  	    	  

5. KARRIÄRMEDVETENHET FÖR KVINNOR (MED FOKUS PÅ JÄMLIKHET MELLAN KÖNEN)

Målet är att utforma en modul specifikt för lågutbildade kvinnor som relaterar den faktiska situationen för dessa kvinnor och deras arbete med entreprenörverksamheten till karriärskapande och karriärmedvetenhet, och därmed förbättra syftet och förhöja känslan av att delta i en entreprenörverksamhet. Majoriteten av dessa kvinnor har ingen karriärmedvetenhet eftersom att i deras hemland och kultur (utöver att vara en hemmafru) var att ha en karriär aldrig en riktig möjlighet för dem. Dessutom bidrog inte könsrelaterade frågor till att skapa någon vidare horisont eller ett vidare perspektiv. Därför måste syftet med modulmålen jämföras med situationen och kontexten för dessa kvinnor. Huvudproblem som kommer att beaktas täcker de grundläggande frågorna relaterade till karriärval och karriärskapande: Vem är jag? Vad vill jag göra (vad inspirerar mig)? Vad är jag kapabel till? I slutet av modulen är kvinnorna kapabla att formulera vad de vill göra, ett första steg på deras egen karriärbana. Hela modulen kommer att bestå av sex seminarieliknande övningar som totalt motsvarar en modullängd på 15-20 timmar. Övningarna syftar till att bidra till utvecklingen av de uppsatta lärandemålen.

Allmänna läranderesultat av kursen som den här modulen bidrar till:	Gemensamt kunna planera, organisera, utföra och utvärdera en samhällsbaserad aktivitet med användning av gemensam bakgrund, kunskap och erfarenhet
Centrala lärandemål (<i>upp till 5</i>) som bidrar till det här resultatet:	- Invandrarkvinnorna är medvetna om sina egna kortsiktiga alternativ - Invandrarkvinnorna är medvetna om omfattande könsbarriärer på deras karriärbana - Invandrarkvinnorna har insikt om sina egna önskningar, styrkor och svagheter - Invandrarkvinnorna har tagit ett första steg på deras egna karriärbana (ambition)
Förvärvade kunskaper (<i>2-4</i>)	- Kunskaper om könsperspektiv och könsbarriärer - Kunskap om avvikelsen mellan den nuvarande situationen och framtida ambitioner - Kunskap om hur man hanterar det första karriärsteget
Färdigheter (<i>2-4</i>)	- Kunna formulera sin egen ambition - Kunna arbeta i en grupp - Kunna hålla sig till en plan

	• Kunna använda sina egna styrkor och be om hjälp när man konfronteras med sina egna svagheter
Kompetenser (2-4) (Bortsett från kommunikation, språkrelaterad kompetens)	• Självmedvetenhet • Uppmärksamma möjligheter • Ta initiativ • Motiverande uthållighet

5.1. TEORI

Teoretisk bakgrund om karriärrådgivning och könskonstruktion

Vad är en karriär eller en karriärbana?

Övergripande kan teorierna inom karriärrådgivning delas in i två grupper utifrån två sätt att betrakta karriärer på. Å ena sidan kan man hitta förespråkare för "matchning" som en huvudprocess inom karriärrådgivning. Enligt den här visionen vet vi var individen står (punkt A) och vart vi vill att individen ska gå (punkt B). Den stödjande rådgivningsvägen verkar vara ganska organiserad liksom verktygen som används under rådgivningen. Processen består av standardmetoder (för att kartlägga färdigheter och kompetenser) och standardtjänster för att göra matchningen mellan personen och yrkesutbildningen. Fokus ligger på att hitta matchningen; vi frågar inte huruvida matchningen faktiskt bidrar till en persons välbefinnande, långsiktiga ambitioner osv. Inom karriärteorier är det här ofta refererat till som matchningsteorier (se t.ex. Parsons egenskapsteori från tidigt 1900-tal och Hollands teori om beslutsfattande från 1970-talet). En karriär är ingenting annat än en alternativ ny matchning, och karriärbanan är den efterkommande vägen av att förvärva de yrkesrelaterade färdigheterna och kompetenserna. Det kan uppfattas som metaforen "att gå till doktorn för att få ett recept".

I motsats till dessa teorier finns en vision om karriär och karriärbana som har utvecklats gradvis från det sena 1950-talet och framåt. På grund av influenser från psykologiska och sociologiska teorier lägger dessa nya teorier större vikt på en persons erfarenheter, omgivningar och på personens subjektiva tänkande och troende och hur man hanterar dessa. Karriärval utvecklas som ett resultat av individens uppfattning om det egna jaget, omgivningen, familj, vänner, omständigheter och erfarenheter, personliga övertygelser, motivation samt om att hantera chanser och möjligheter osv. Alla dessa faktorer är beståndsdelar som påverkar en karriärbana. Därför är en karriär sällan en rak linje som styrs av logiska förklaringar. Mål som verkar tydliga i början visar sig vara tvetydiga och nya mål utvecklas och/eller dyker upp konstant. (För mer information, se utvecklingsteorierna, t.ex. Rogers klientcentrerade teori och Krumboltz teori om social inlärning och chansteori).

Med hänsyn till projektets målgrupp kommer de flesta handledarna/stödsamordnarna att känna sig mer förtrogna med den andra metodtypen, även fast deras ingripanden kommer att gynnas av verktyg som har utvecklats inom ramen för den första gruppen av teorier. Eftersom att de flesta kvinnorna i projektets målgrupp knappt har någon arbetslivserfarenhet är de faktiskt i början av vad vi hänvisar till som en karriärbana. Det centrala i en sådan början är att ta ett första steg (ta initiativ) och tillåta att känslor, reflektion, självbild, självförtroende och kunskaper gör sig kännande. Företagsevenemanget kommer att skapa ett sammanhang i vilket detta kommer att ske. Därför kommer modulen att fokusera på utvecklingen av deltagarnas förståelse för de tre grundläggande frågorna som anknyter till att ta det första steget:

- Vem är jag?
- Vad vill jag göra och vad inspirerar mig?
- Vad är jag kapabel till?

Vissa fokuspunkter utifrån Von Krumboltzs (et all) inlärningsteori:

Kritiska kundfärdigheter:

- Nyfikenhet: utforska inlärningsmöjligheter
- Ihärdighet: ett sätt att hantera hinder och motgångar
- Flexibilitet: att lära sig att hantera olika omständigheter och händelser
- Optimism: en positiv attityd när du eftersträvar nya möjligheter
- Risktagande: kan vara nödvändigt under oväntade nya händelser

Karriärmöjligheter utifrån ett genusperspektiv

Kvinnor och män står inför olika villkor när de närmar sig arbetsmarknaden och utbildningssystemet. En nivå av dessa olika villkor är att kvinnor och män är konstruerade som motsatser, som binära positioner, redan från födseln (eller till och med innan om modern har gjort ett ultraljud), vilket påverkar möjliga resultat av rådgivning (liksom andra delar av en persons liv). En BBC-dokumentär illustrerar hur kön skapas från tidig ålder och framåt när föräldrar interagerar med små barn och ger dem leksaker som de tror är de mest lämpliga (för en länk till videoklippen, se referenslistan i slutet av den här delen av kursplanen). Vanliga resultat (av dessa omedvetna processer som sker i fibrerna i vårt samhälle) är att kvinnor och män gör (och förväntas göra) olika saker, dvs. har olika jobb och olika utbildningar, och viktigast av allt, antas vilja ha olika karriärer, yrken och utbildningar. En kvinnas livsbana, och därmed karriär, förväntas kunna innefatta familj och barn, att göra läxor och ta hand om sin man (med heterosexualitet som tas för givet), sina barn och sina föräldrar jämsides med arbetet (om hon måste arbeta).

Hur skapandet av femininitet, maskulinitet och queer sker beskrivs i genusteorier. För de som är intresserade av ämnet som sådant, finns det i slutet av det här avsnittet en lista som innehåller några referenser till genusteori. Termen kön hänvisar till kategorier av den biologiskt observerbara mänskliga kroppen, kvinna, man eller intersex (dvs. natur) medan termen genus hänvisar till kategorierna av sociala förväntningar, roller och beteenden, feminin och maskulin

(dvs. vad som närs). Vissa hävdar, däremot, att även biologiskt kön är socialt konstruerat och att feminint respektive maskulint beteende också kan ha sin grund i psykologi (Halberstam, 1998; Fausto-Sterling, 2000).

Beroende på hur mottagarlandet är könsbestämt, kan invandrarkvinnan få möjligheten att söka ett jobb eller en utbildning. I många västländer finns det en hög andel kvinnor i åldrarna 18-65 som befinner sig i arbete eller utbildning, vilket antyder att kvinnor inte bara är tillåtna att arbeta utan även förväntas göra det, och att de anses kapabla att försörja sig själva och deras eventuella barn. Sättet som kön konstrueras på, däremot, kommer att påverka vilken typ av utbildning och arbetsmarknad dessa kvinnor deltar i. Kärnpunkten är att det finns två (ofta) motsatta processer som sker: å ena sidan processerna för aktivt deltagande av kvinnor i värdlandet, som grundar sig på lika möjligheter, och å andra sidan, processen för könskonstruktion, genom vilken ojämställdhet (fortfarande) är etablerat (kvinnor tar lågbetalda jobb och intar väldigt sällan en ledande position).

Syftet med några av övningarna i den här modulen är att göra deltagarna medvetna om processen för könskonstruktion på ett väldigt grundläggande sätt: Förstår jag att delar av vad jag gör/önskar är bestämda av väldigt diskreta processer; Följer jag mina egna ambitioner eller följer jag vägen som har stakats ut av mina föräldrar och av min kultur? Den här medvetenheten kommer hjälpa deltagarna att fatta egna beslut och ge dem motivationen att följa sina egna vägar.

Könskonstruktion och handledning

Processen för könskonstruktion har också påverkan på handledning och rådgivning. Handledare och rådgivare har ett ansvar att vara medvetna om hur kön påverkar (resultaten av) ett möte/en träff med de ansökande. Eftersom att det finns en djupgående kraftdimension av mötet, är det inte tillräckligt att endast fråga den ansökande vad han/hon skulle vilja. Resultaten av ett möte beror på huruvida rådgivaren/handledaren är villig och kapabel att bortse från sina egna fördomar och antaganden om kön. Både villigheten och möjligheten att göra detta kräver kunskap om hur kön skapas/konstrueras. Vad betyder egentligen könskonstruktion och hur är det applicerbart på en specifik individs beteende, t.ex. handledarens eget? Den här teoretiska inledningen är också tänkt att höja handledarens, utbildarens och rådgivarens medvetenhet om den här frågan.

Att gå bortom kön är att fråga sig själv vad som tas för givet när man möter en annan människa. Om ansvar för familj eller havandeskap tas för givet, då är kön skapat/konstruerat. Om barn anses vara ett hinder i vissa utbildningar, anställningar eller praktikplatser på ett företag, då är kön skapat/konstruerat (eftersom att väldigt få skulle anse att faderskap är ett hinder för en specifik utbildning medan moderskap kan vara det). Om vissa yrken inte föreslås på grund av förklaringar av fysisk styrka eller av arbetets natur (såsom brandbekämpning men även

barnomsorg), då är kön skapat/konstruerat. Det väldigt enkla faktum att stöd för integration minskar i fall där maken redan har ett jobb är en del av könskonstruktion.

Det behöver finnas en medvetenhet om ens eget agerande, om situationens krav, om den ansökandes agerande och hur dessa handlingar leder till ett visst resultat, för att kunna förändra den här ordningen.

5.2. ÖVNINGAR

Övning	Namn/Typ av övning
1	<i>Mina egna styrkor</i> Gruppdiskussion, arbete i smågrupper
Lärandemål:	• Invandrarkvinnorna har insikt om sina egna önskningar, styrkor och svagheter • Invandrarkvinnorna är medvetna om sina egna kortsiktiga alternativ
Beskrivning av proceduren:	• Utbildaren delar in deltagarna i smågrupper om 3-4 personer • I varje grupp diskuterar deltagarna vad de är bra på och vad de skulle vilja bli ännu bättre på • Utbildaren stimulerar deltagarna att uttrycka sina egna idéer gällande de andra som en del av diskussionen • Deltagarna anger hur de vet att de är bra på det/deras erfarenheter Tid: 20 minuter • Utbildaren tar emot respons och skriver ner på whiteboardtavlan för samtliga deltagare: styrkor, erfarenheter och område för förbättring Tid: 25 minuter • Utbildaren skapar nya smågrupper • Utbildaren ber deltagarna att beskriva på vilket sätt företagsevenemanget hjälper dem att använda sina styrkor/ jobba på förbättringar Tid: 20 minuter • Utbildaren samlar in individuell respons från alla deltagare och skriver ner det som tillägg på whiteboardtavlan

	• Utbildaren fotograferar den insamlade informationen (sparar den till utvärderingsmomentet i slutet av cykeln av att organisera företagsevenemanget) • Utbildaren sammanfattar genom att beskriva hur organiseringen och drivandet av företagsevenemanget bidrar till samtliga kvinnors utveckling Tid: 25 minuter
Stödmaterial:	• Whiteboardtavla • Märkpennor
Varaktighet:	1,5 timmar

Övning	Namn/Typ av övning
2	Mitt jobb Skapandet av ett kollage och gruppdiskussion
Lärandemål:	• Invandrarkvinnorna har insikt om sina egna önskningar, styrkor och svagheter • Invandrarkvinnorna är medvetna om sina egna kortsiktiga alternativ
Beskrivning av proceduren:	• Utbildaren förklarar uppgiften: deltagarna ombes att välja och klippa ut från tidningarna de bilder som representerar ett jobb/flera jobb/arbetsuppgifter som de skulle vilja (ha förmågan att) utföra • Bilderna klistras fast på A3-ark, och texter kan läggas till • Utbildaren delar ut materialet till alla deltagare • Under den här övningen ber utbildaren deltagarna att fungera på vad de verkligen tycker om och varför

	• Deltagarna arbetar självständigt även om de kan sitta tillsammans om de vill Tid: 30 minuter • Helklassundervisning • Utbildaren ber varje deltagare att presentera kollaget och utveckla vad som har porträtterats, vad han/hon tycker särskilt mycket om och varför han/tycker om det • Utbildaren ställer reflekterande frågor ifall att vidareutvecklingen är otydlig • Varje kollage tejpas upp på väggen Tid: 45 minuter Rast: 15 minuter • Utbildaren delar in deltagarna i mindre grupper (3-4 i varje grupp) och förklarar uppgiften • Vad behöver man vara bra på för att kunna utgöra det här jobbet, de här jobben eller arbetsuppgifterna; vilka är ens egna nuvarande svagheter? Tid: 30 minuter • Helklassundervisning • Utbildaren listar deltagarnas "bra på"-punkter; samma sak för svagheter • Utbildaren frågar deltagarna vilka "bra på"-punkter som också är inslag i företagsevenemanget • Utbildaren frågar deltagarna vilka svagheter som kan förbättras i och med företagsevenemanget • Utbildaren ber deltagarna att ange vilka andra färdigheter som utvecklas i företagsevenemanget; utbildaren
--	--

	hjälper till när det behövs genom att ge några exempel • (Spara listorna för att använda under utvärderingen) Tid: 30 minuter • Utbildaren avslutar övningen med en reflekterande fråga: Använder ni era styrkor? Om inte, vad hindrar er? Tid: 15 minuter
Stödmaterial:	• En hög med tidningar som innehåller mängder av bilder • Saxar • Lim • Pappersark i A3-format • Tejp • Whiteboardtavla • Märkpenna
Varaktighet:	2-3 timmar Övningarna kan delas upp (tid före och efter rasten) och kan genomföras under två separata lektioner.

Övning	Namn/Typ av övning
3	<i>Vem är jag?</i> Individuell presentation och gruppdiskussioner
Lärandemål:	• Invandrarkvinnorna har insikt om sina egna önskningar, styrkor och svagheter • Invandrarkvinnorna är medvetna om sina egna kortsiktiga alternativ
Beskrivning av proceduren:	Den här övningen kräver vissa förberedelser av samtliga deltagare. Idealet vore att den här förberedande utgiften förklaras i slutet av föregående övning.

	Deltagarna ombes att välja ett föremål hemifrån som representerar vem de är och att ta med sig det till den aktuella lektionen. Alternativ uppgift (beroende på nivå): gör en kortfilm med en mobiltelefon om vem du är. • Utbildaren välkomnar deltagarna och ber var och en av dem att presentera sitt föremål eller sin film • Utbildaren frågar om det här verkligen är vem de vill vara. Tid: 30 minuter • Utbildaren bildar smågrupper om 3-4 deltagare • Utbildaren förklarar uppgiften: diskutera hur du blev den du är. Vilka är de viktigaste händelserna i ditt liv? Vad var du själv ansvarig för, och vad gjordes/beslutades av andra? • Förbered för korta individuella presentationer Tid: 45 minuter Rast: 15 minuter • Helklassundervisning • Utbildaren ber deltagarna att kort presentera de viktigaste händelserna i deras liv • Utbildaren listar nämnda händelser på whiteboardtavlan; markerar den egna huvudrollen och andras huvudroller Tid: 45 minuter
--	--

	• Diskussion: vad säger den här överblicken om vår egen roll i att bli vem vi är? • Utbildaren förklarar konceptet lika möjligheter • Utbildaren frågar deltagarna huruvida en sådan rättighet skulle vara till hjälp för att bli den du är? På vilket/vilka sätt? • Diskussion om upplevda hinder och barriärer • Vilka nya möjligheter ger planeringen av företagsevenemanget dig? Tid: 30 minuter • Utbildaren utvärderar lektionen kortfattat: vad har du lärt dig av den här övningen?
Stödmaterial:	• Bord (att lägga föremålen på) • Whiteboardtavla • Märkpennor • Projektor, skärm, dator
Varaktighet:	2-3 timmar (Övningen kan delas upp i två delar och genomföras under två påföljande lektioner)

Övning	Namn/Typ av övning
4	<i>Leva som en kvinna?</i> Videoklipp och gruppdiskussion
Lärandemål:	• Invandrarkvinnorna har insikt om sina egna önskningar, styrkor och svagheter • Invandrarkvinnorna är medvetna om sina egna kortsiktiga alternativ
Beskrivning av proceduren:	• Utbildaren introducerar övningen och det relaterade videoklippet • Utbildaren spelar upp videoklippet

	Tid: 15 minuter • Utbildaren ser till att alla förstod vad som visades i klippet • Utbildaren ber om deltagarnas åsikter: är vi pojkar och flickor eller skapas vi till att bli pojkar och flickor? • Gruppdiskussion: vad har du för idéer och vad känner du efter att ha sett den här videofilmen? Utbildaren ber om exempel från deras egen ungdom • Utbildaren försäkrar att alla bidrar till diskussionen • Utbildaren sammanfattar, frågar vad deltagarna har lärt sig och avslutar övningen.
Stödmaterial:	https://www.youtube.com/watch?v=nWu44AqFOil • Projektor • Bärbar dator
Varaktighet:	1,5 timme

Övning	Namn/Typ av övning
5	<i>Typiskt kvinnligt arbete</i> Kollage, gruppdiskussion
Lärandemål:	• Invandrarkvinnorna är medvetna om omfattande könsbarriärer på deras karriärbana • Invandrarkvinnorna har insikt om sina egna önskningar, styrkor och svagheter
Beskrivning av proceduren:	• Förberedelse: utbildaren behöver kolla upp exempelyrken som anses tillhöra "den traditionella kvinnodomänen" i värdlandet men som utövas av män. • Utbildaren förklarar uppgiften: deltagarna uppmanas att välja och klippa ut från tidningar bilder som de anser representerar typiskt kvinnligt arbete • Bilderna limmas fast på A3-ark, texter kan läggas till • Utbildaren delar ut materialen till alla deltagare

	• Under den här övningen ber utbildaren deltagarna att fundera på varför de anser att det här är kvinnoarbete • Deltagarna arbetar självständigt även om de kan sitta tillsammans om de vill Tid: 30 minuter • Helklassundervisning • Utbildaren ber samtliga deltagare att presentera kollaget och utveckla vad som har porträtterats och varför det är "typiskt kvinnligt" • Utbildaren ställer reflekterande frågor i fall att utvecklingen är otydlig • Varje kollage tejpas upp på väggen • Utbildaren skriver upp alla orsaker som nämndes av deltagarna på whiteboardtavlan • Utbildaren kan välja att begränsa presentationerna och endast fråga om de har synpunkter/anledningar som ännu inte har nämnts) Tid: 30-45 minuter • Utbildaren går igenom argumenten och frågar om dessa är idéer eller faktum? För att illustrera presenterar utbildaren några exempel där män utför vad som kallas traditionella kvinnojobb och tvärtom. Vad visar det här? • Utbildaren frågar deltagarna vad de har lärt sig den av den här övningen Tid: 30 minuter
Stödmaterial:	• Högar med tidningar som innehåller mängder av bilder • Saxar • Lim • Pappersark i A3-format • Tejp • Whiteboardtavla • Märkpennor
Varaktighet:	1 timme, 30 minuter

Övning	Namn/Typ av övning
6	<i>Att korsa könsbarriärer</i>
Lärandemål:	• Invandrarkvinnorna är medvetna om omfattande könsbarriärer på deras karriärbenor • Invandrarkvinnorna har insikt om sina egna önskningar, styrkor och svagheter • Invandrarkvinnorna har tagit ett första steg på deras egna karriärbenor (ambition)
Beskrivning av proceduren:	• Utbildaren förklarar syftet och målet med dagens övning: att utforska sätt att övervinna ett traditionellt sätt att organisera och planera ditt liv på • Utbildaren gör en snabb inventering av nuvarande karriärpositioner: vad kvinnorna egentligen gör (majoriteten av dem är antagligen hemmafruar/tar hand om familjen). Valfritt: lägg till önskvärd position • Utbildaren skriver upp informationen på whiteboardtavlan Tid: 20 minuter • Utbildaren delar in deltagarna i smågrupper (3-4) • Utbildaren förklarar uppgiften. Gör först en inventering av vilka barriärer som hindrar dig från att ändra din nuvarande ställning. • Diskussion i smågrupper. När det behövs underlättar utbildaren varje Gruppdiskussion genom att ställa enkla frågor, såsom: har du tillräckligt med tid? Är vad du vill göra accepterat? Tid: 30 minuter • Varje grupp presenterar kortfattat vad de har kommit fram till • Utbildaren gör en inventering av nämnda barriärer på whiteboardtavlan (valfritt: utbildaren frågar vilka av dessa barriärer som är anknutna till kön) • Därefter inleder utbildaren en diskussion om vad deltagarna skulle kunna göra för att övervinna/förminska

	dessa barriärer: eftersom att familj och traditionella roller utgör den största delen av hindren som nämnts, kan diskussionen riktas mot att gemensamt leta efter argument som kvinnorna själva kan använda för att göra sina män medvetna om deras behov samt hur de kan framföra det här budskapet på ett korrekt sätt • Utbildaren sammanfattar argumenten • Utbildaren avslutar lektionen och ber deltagarna att reflektera över vad de har lärt sig Tid: 40 minuter
Stödmaterial:	• Whiteboardtavla • Märkpenna
Varaktighet:	1 timme, 30 minuter

6. SJÄLVFÖRTROENDE

6.1. TEORI



Termerna **självförmåga**, **självförtroende** och **självkänsla** används ofta synonymt. I psykologiska kretsar pågår fortfarande en debatt om vad respektive term betyder, och eventuella skillnader mellan dem.

Självförmåga är ofta definierat som en persons övertygelse om sin kapacitet att påverka händelser i sitt liv (A Bandura, 1977). Detta är ofta citerat i relation till framtida händelser och är alltså en förutseende strategi.

Definitioner av **självförtroende** innefattar "att tro på sig själv" (Benabou & Tirole, 2002 Positive Psychology), "en individs förväntningar på prestationer och självbedömningar av förmågor och tidigare prestationer" (Lenney 1977, Positive Psychology), och "en individs tilltro till sina egna förmågor, kapaciteter och sitt eget omdöme, eller övertygelsen att han/hon framgångsrikt kan möta vardagliga utmaningar och krav" (Psychology Dictionary Online, Positive Psychology).

Självförtroende fokuserar på framtida prestationer men grundar sig också på tidigare prestationer i dåtiden. Det används ofta för att definiera ett bredare, mer stabilt karaktärsdrag, snarare än ett fokus på en individuell arbetsuppgift. Självförtroende och att känna sig tillfreds med sina förmågor kan göra oss lyckligare (delvis för att vi lyckas oftare) och motiverade att agera och arbeta mot uppsatta mål.

Självkänsla definierades av Morris Rosenberg (1965) som en övertygelse om sitt övergripande egenvärde som är relativt stabilt. Han hävdade att det är påverkat av många olika faktorer och att det är relativt svårt att förändra.

Nathaniel Branden anser att självkänsla består av två olika komponenter: dels tilltron som vi har till vår förmåga att uthärda och hantera utmaningar, och dels övertygelsen att vi förtjänar lycka, kärlek och respekt (1969, Positive Psychology).

Självförtroende/självkänsla är väldigt viktigt, både som en faktor för att stödja framgång och för att främja välmående och lycka. En realistisk men positiv syn på det egna jaget är oftast idealet.

Abraham Maslow identifierar självförtroende/självkänsla som en av de grundläggande mänskliga motivationerna i hans hierarki av behov. För att vi ska kunna utvecklas och lyckas måste vi speglas av andra på ett positivt sätt, och samtidigt utveckla en inre respekt.

Självförtroende är ett grundläggande mänskligt behov som är nödvändigt för vår överlevnad och hälsosamma utveckling.



Det finns en rad olika underkategorier av självförtroende/självkänsla som innefattar:

- Global självkänsla: det här refererar till den allmänna uppfattningen som man har om sig själv vid en viss tidpunkt, med hänsyn till alla de olika faktorer som spelar in. Det mäts på en skala mellan negativ och positiv (Harter, 1993, p.88 som citeras i Kling et al., 1999).
- Domänspecifik självkänsla: detta refererar till ens självkänsla i relation till ett visst område eller en viss aktivitet, såsom ens fysiska utseende eller sportutövande.
- Egenskapssjälvkänsla: den här typen av självkänsla är anknuten till en känsla av att vara eftertraktad och tillhörande, och utgår ifrån en persons livslånga uppfattning om social inkludering och exkludering (Leary, Tambor, Terdal & Downs, 1995).
- Statussjälvkänsla: det här kommer från en persons känsla av förändring i sin nivå av inkludering i en viss situation eller miljö.
- Stabil självkänsla: är när en individ kan hantera hot mot sitt ego, t.ex. genom oenigheter, förlust osv., utan att det ger upphov till väldigt starka känslomässiga reaktioner.
- Sann eller autentisk självkänsla: stark självkänsla som är stabil

Så tidigt som 1890 skapade William James en formel för självkänsla, som fortfarande är väldigt respekterad. Han hävdade att känslan av att vara trygg i sig själv hur bra vi faktiskt presterar är oupplösligt förenat, men att vi kan trivas bättre med oss själva både genom att lyckas i världen och genom att variera graderna av våra förhoppningar och förväntningar.

Idag anser psykologer att vårt självförtroende/vår självkänsla utvecklas under tidig barndom. Om vi har en grund av tillit, ovillkorlig kärlek och trygghet så är vi mer benägna att utveckla självförtroende. Stanley Coopersmith mätte barns självkänsla år 1967, och han tittade på föräldraskap i samma grupp. Han drog slutsatsen att grunden för starkare självkänsla ligger i tydliga regler och gränser uppsatta av föräldrarna. Nathaniel Branden (1969) argumenterade att de allra flesta känslomässiga svårigheterna som människor ställs inför kan spåras tillbaka till låg självkänsla.

Teorier om självförtroende och dess funktion

Maslows behovstrappa

Maslow (1943) hävdade att det finns ett antal behov som människor behöver tillgodose för att bli uppfyllda, och att de mer grundläggande behoven (fysiologiska behov såsom mat, sömn, och kläder; trygghetsbehov såsom anställning, boende och personlig trygghet) måste uppfyllas innan mer komplexa behov ens kan övervägas och sedan uppfyllas. I hans pyramidformade behovshierarki (hans behovstrappa) är de mest grundläggande behoven längst ner, medan självförtroende/självkänsla (att återfå respekt, status, erkännande) är väldigt nära toppen, precis under självaktualisering. Han hävdade också att det finns två nivåer av självkänsla: den lägre kommer från respekten från andra, medan den högre kommer från insidan. Även om Maslows hierarkiska struktur har visat sig inte alltid representera en strikt teori om utveckling för alla människor, används den fortfarande som en mer allmän förklaring till vikten av att tillgodose grundläggande behov innan mer komplexa behov kan övervägas.

Självbestämmandeteorin (SDT)

Den här teorin hävdar att bortom yttre påverkan är vi alla födda med en naturlig motivation att utforska och bemästra vår omgivning. När sociala förutsättningar innebär att vi kan komma ifrån vår egen interna inneboende motivation, en känsla av släktskap, autonomi och kompetens genereras, skapar det självförtroende (Deci and Ryan 1995).

Terrorhanteringsteorin (TMT)

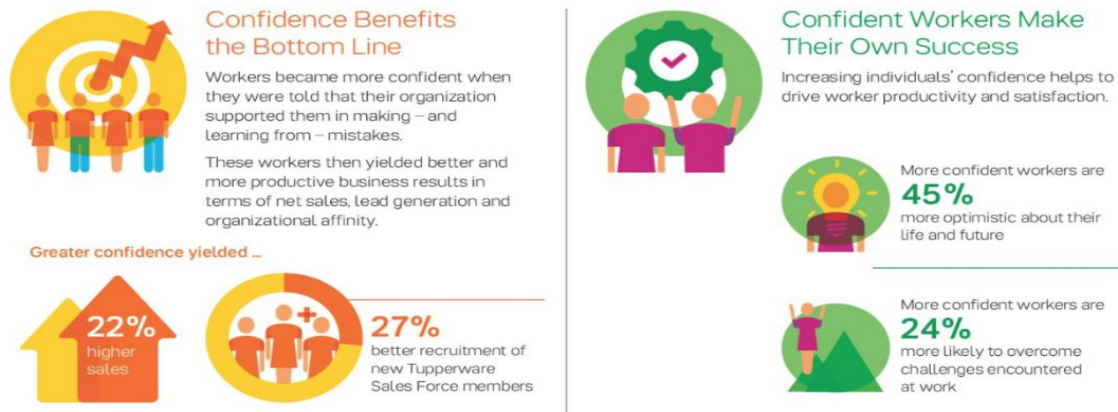
Den här teorin bygger på idén att självkänsla/självförtroende är en kulturellt baserad konstruktion som utgår från att godkänna och sedan försöka vara effektiva inom de värderingar som samhället främjar för att motverka vår ångest, främst i relation till vår kunskap om att vi alla någon gång kommer att dö. Vårt självförtroende och vår övertygelse om vår förmåga blir sedan en buffert mot den här ångesten, och därför strävar vi efter det (Greenberg & Arndt, 2011).

Vissa forskare förslår en integrering mellan anknytningsteorin och terrorhanteringsteorin (Mikulincer, Florian, & Hirschberger, 2003) , och hävdar att självkänsla utvecklas när ett barn inser att när dess behov tillgodoses av dess vårdnadshavare minskar dess ångest, och därmed utvecklas ett samband mellan självförtroende och bra relationer.

Sociometerteorin

Den här teorin grundar sig på idén att självkänsla/självförtroende utvecklas i förhållande till en individs erfarenheter av social acceptans och fränstötande. Det är en invärtes mätare av i vilken grad en person känner sig inkluderad eller inte (Leary 2006).

Vikten av självförtroende



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

Hur vi än tror att vi utvecklar och bibehåller vårt självförtroende, är forskare i allmänhet överens om att gott självförtroende är en värdefull och viktig tillgång i livet. Det får oss inte bara att känna oss trygga med oss själva, utan det medför också andra fördelar:

- Starkt självförtroende är förknippat med bättre hälsa, bättre sociala liv, skydd mot psykisk ohälsa och sociala problem, hälsosam hantering och psykiskt välmående (Mann, Hosman, Schaalma, & de Vries, 2004).
- Barn med starkt självförtroende presterar bättre i skolan, och, senare i livet, känner högre jobbtillfredsställelse i medelåldern.
- Självkänsla är också starkt förknippat med lycka, med högre nivåer av självkänsla som förutser högre nivåer av lycka.
- Starkt självförtroende har även visat sig öka chanserna till överlevnad efter ett allvarligt kirurgiskt ingrepp (Mann et al., 2004).
- Förbättrad prestation på jobbet med en bättre förmåga att koncentrera sig och ett stort engagemang för att utföra arbetsuppgifter (Hawbaker, Ray 2017)

[What is Self-Confidence? + 9 Ways to Increase It \[2019 Update\] \(positivepsychology.com\)](#)

Det har också bedrivits mycket forskning som sammankopplar självförtroende med framgång i livet. Den här framgången anses delvis bero på den positiva psykiska hälsa som människor med självförtroende i allmänhet uppskattar. Forskning (Atherton et al., 2016; Clark & Gakuru, 2014 and T C North) visar 12 fördelar som kommer av att höja självförtroendet:

- En starkare känsla av egenvärde
- Större njutning i livet i och i aktiviteter
- Avsaknad av självtvivel
- Avsaknad av rädsla och ångest, avsaknad av social ångest och mindre stress
- Mer energi och motivation att agera
- Mer tillfredsställande tid i interaktion med andra vid sociala tillställningar. När du är avslappnad och självsäker känner sig andra bekväma runt dig.
- Bättre förmåga att påverka och övertala andra
- Mer ledarskapsnärvaro
- Ökad positiv attityd
- Att uppfattas som mer attraktiv
- Färre negativa tankar
- Höjda nivåer av lycka

Det finns många fördelar med självförtroende på arbetsplatsen, inte bara bland ledare utan på alla ansvarsnivåer. Dessa omfattar:

- Att sätta tydliga gränser, med förmågan att hantera sin egen arbetsbörda och ha en starkare känsla av autonomi
- Förmågan att hålla möten effektivt och självsäkert
- Mer effektiv delegering
- Goda kommunikationsfärdigheter, en rak och tydlig kommunikationsstil
- Det har också visats leda till fler befordringar, högre ställningar, högre lön och mer förekommande löneökningar

Dock är det viktigt att notera att det inte alltid är helt hjälpsamt att skapa en miljö där människor aldrig misslyckas och där de ständigt hyllas. Orealistiska förväntningar och en brist på motståndskraft mot misslyckade, samt ökad narcissism, kan också tillskrivas extremt positiva miljöer.

Hur yttrar sig självförtroende?

Några gemensamma personlighetsdrag hos självsäkra människor är:

- Förmågan att erkänna när de har gjort ett misstag, kunna lära sig från sina misstag och också att kunna erkänna när de har fel
- En villighet att ta risker och verkligen satsa på vad de vill ha
- En villighet att göra vad de tror är rätt, även om det innebär att de måste stå ensamma eller blir kritiserade för det

- Förmågan att acceptera komplimanger och verkligen höra och ta till sig dem
- En villighet att vara sårbara och be om saker från andra, att uttrycka sina behov
- Förmågan att lämna ohälsosamma eller begränsande situationer, däribland jobb och relationer osv.
- Att de sällan skyller på sig själva när någonting går fel
- Själsäkerhet gällande beslutsfattande
- En benägenhet ta ansvar för sina handlingar

Att praktisera självförtroende

Det är bra att komma ihåg att det finns saker som vi kan göra för att utveckla och stödja vårt självförtroende. Vi kan förändra hur vi uppfattar oss själva och vad vi tror att vi kan uppnå. Positivt och produktivt beteende kan leda till en förändring i vår självbild över tid.

- Tänk på och påminn dig själv om allting som du redan har uppnått
- Skriv en lista och påminn dig själv om dina styrkor
- Kom ihåg dina mål och varför du vill uppnå dem
- Fokusera på ditt tänkande, notera när du talar negativt till dig själv och sluta med det! Utmana din inre kritiker!
- Uppmana dig själv att tänka positivt – kanske genom att skriva bekräftelser
- Sätt upp små mål för dig själv och verkligen uppmärksamma och hylla dem när du uppnår dem
- "Låtsas tills du lyckas". Agera som om du är självsäker även när du inte är det
- Kroppsspråk – att anta en självsäker kroppshållning (upp med huvudet, håll ögonkontakt och bak med axlarna osv) kan få dig att känna dig mer självsäker
- Ägna dig mer åt de saker som du uppskattar och som du är bra på
- Jobba på att ha tydliga gränser, att säga nej till saker som du inte vill
- Var sann mot dig själv, följ dina egna övertygelser och ditt eget etos

6.2. ÖVNINGAR

Övning 1	Bekräftelser
Lärandemål:	• Förmågan att arbeta med tänkande för att utveckla självförtroende • Vidkännande av sina egna positiva egenskaper och attribut • Kunskap om användbara verktyg för att stödja och förbättra självförtroende • Förmågan att arbeta med tänkande för att utveckla positivitet • Förmågan att använda tidigare erfarenheter för att utveckla självförtroende • Motiverande uthållighet • Självmedvetenhet
Varaktighet:	90 minuter
Beskrivning av proceduren:	Aktivitet: positivt självprat • Deltagarna delas in i par och Utbildaren läser upp de 5 påståendena på det bifogade pappersarket, och ger plats för varje person i paret att avsluta varje påstående. • Sedan pratar paret tillsammans om hur det kändes att säga positiva saker om sig själva • I helklass diskuterar gruppen hur det kändes att säga positiva saker om sig själv • Utbildaren introducerade negativt och positivt tänkande, och konceptet bekräftelser Aktivitet: att göra ett bekräftelsebokmärke • Deltagarna delas in i par och tillsammans kommer de på 5 bekräftelser som kommer att stödja dem för tillfället och utmana deras negativa tänkande. • Varje deltagare kommer att använda papper, pennor osv. för att skapa sitt eget bokmärke, och de kommer att använda de användbara bekräftelserna som de har fastställt
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor,	Kartong, saxar, färgpennor https://www.rebeccalucyh.com/31-affirmations-to-increase-confidence https://www.lifesorted.com/positive-affirmations-for-confidence/

PowerPoint-presentationer osv.)

<https://www.developgoodhabits.com/affirmations-self-esteem-confidence/>

Övning 2

Namn: *Att hantera nya situationer*

Lärandemål:

- Förmågan att vidkänna och tillgodose behov
- Att hantera nya och obekanta situationer
- Kunskap om användbara verktyg för att stödja och skapa självförtroende
- Förståelse för vikten av att tillgodose våra behov
- Att använda flertalet olika tekniker för att hantera nya och okända situationer
- Självmedvetenhet
- Initiativtagande
- Riskhantering

Varaktighet:

90 minuter

Beskrivning av proceduren:

Aktivitet: Vad som är nytt

- Gruppen sitter på stolar i en cirkel, och i cirkeln berättar deltagarna vad de har gjort idag som är helt nytt och okänt för dem. Efter att några personer har talat tar några andra vid och berättar vad de har gjort den här veckan, och sedan vad de har gjort den här månaden och slutligen vad de har gjort det här året. Sedan ber Utbildaren dem att dela med sig av hur det känns att göra nya saker.
- Klassdiskussion: Hur är det att göra nya saker? Hur känns det? Utbildaren introducerar ämnet att hantera nya saker – att hantera övergångar, att vara nybörjare, att ställas inför det okända, att hantera rädsla, upprymdhet, rädsla för att misslyckas etc.

Aktivitet: scenarier

- Klassen delas in i smågrupper och tittar på olika scenarier för nya situationer (se arbetsblad) och funderar på vad de skulle kunna göra för att förbereda sig på situationen för att hjälpa dem att känna sig självsäkra.

	Klassdiskussion om varje scenario där varje grupp delar med sig till resten av klassen. Utbildaren betonar praktiska såväl som psykologiska/känslomässiga åtgärder som kan vidtas för att lättare kunna hantera nya situationer
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Papper och pennor 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

Övning 3

Namn: *Jag är självsäker*

Lärandemål:	- Förmågan att arbeta med tänkande för att utveckla självförtroende - Vidkännande av sina egna positiva egenskaper och attribut - Förmågan att vidkänna och tillgodose behov - Kunna hantera nya och okända situationer - Kunskap om användbara verktyg för att stödja och förbättra självförtroende - Kunna använda olika tekniker för att hantera nya och okända situationer - Kunna ta risker i kommunikation för att uttrycka vad vi tror och vill - Vision - Motiverande uthållighet - Initiativtagande - Riskhantering
--------------------	--

Varaktighet:	120 minuter
Beskrivning av proceduren:	Aktivitet: saker som gör mig självsäker • Utbildaren introducerar ämnet självförtroende och hur man kan förbättra det genom att fokusera på det positiva. Utbildaren går en runda i klassen och ber varje person att nämna en positiv egenskap hos sig själv som börjar med den första bokstaven i hans/hennes förnamn (t.ex. briljanta Bob, fantastiska Frida). Om det går bra kan övningen genomföras en gång till. • Utbildaren ber deltagarna att uppge saker som hjälper till att förbättra deras positivitet och självförtroende och att säga varför: ○ En sång ○ En bok ○ En film ○ En känd person Aktivitet: Gruppdiskussion – hur självförtroende manifesterar sig • Klassen delas in i grupper om 3 eller 4. I varje grupp diskuterar deltagarna vilka de tycker framstår som självsäkra (det kan vara personer i deras liv eller kända personer i filmer/på TV). Vad tycker de att självförtroende låter och ser ut som? Varje grupp får respons och därefter följer en diskussion i helklass. Aktivitet: Rollspel om självförtroende • Kvar i sina smågrupper utvecklar varje deltagare en karaktär (ett alter ego) som är väldigt självsäker. De turas om att berätta för varandra om sina karaktärer (namn, utseende, vilket jobb de har, hur de pratar osv.). • Sedan turas deltagarna om i sina grupper att spela upp olika scenarier i sina karaktärer. Scenarier kan vara: ○ Att klaga på en defekt vara som de köpte i en affär ○ Att be om löneförhöjning på jobbet ○ Att säga "nej" när en vän frågar om du kan låna henne/honom pengar

	Diskussion i helklass om att agera självsäker i rollspel och hur de kan använda det här i sina liv
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Papper och pennor https://www.youtube.com/watch?v=J3clmcSxbNO https://blogs.shu.ac.uk/shutel/2014/07/04/role-play-an-approach-to-teaching-and-learning/

Övning 4

Namn: *Att hylla sig själv*

Lärandemål:	- Vidkännande av sina egna positiva egenskaper och attribut - Att hantera nya och okända situationer - Att använda flera olika tekniker för att hantera nya och okända situationer - Förmågan att arbeta med tänkande för att utveckla positivitet - Förmågan att använda tidigare erfarenheter för att utveckla självförtroende - Vision - Självmedvetenhet - Initiativtagande - Riskhantering
Varaktighet:	120 minuter
Beskrivning av proceduren:	- Utbildaren börjar med att introducera fördelarna med att fokusera på det positiva och att lägga märke till våra bedrifter och goda egenskaper. Aktivitet: Att skapa en profil - Klassen delas in i grupper om 3-4 personer. Varje grupp har till uppgift att titta på frågorna (se arbetsblad) och sedan hjälpa varandra att komma på positiva svar på frågorna för att skapa en kortfattad profil. - Därefter föreslår Utbildaren att alla gör en kort presentation om sig själva, med betoning på det positiva.

	Aktivitet: Diskussion i helklass om hur man gör en bra presentation - I samma smågrupper ska sedan deltagarna öva på att hålla en kort redovisning (5 minuter) där de pratar om sig själva utifrån ett positivt perspektiv. De andra medlemmarna i gruppen ger respons på presentationen. Aktivitet: Att presentera mig själv och mina styrkor inför klassen - Hela klassen turas om att hålla en 5 minuter lång presentation om sig själva, ståendes framför klassen. Utbildaren försäkrar att klassen lyssnar och ger positiv respons till alla som presenterar (t.ex. applåderar, ställer följdfrågor osv.). Aktivitet: Diskussion i helklass - Hur kändes det att göra presentationen? Stärkte den ditt självförtroende? Hjälper det att tänka på de positiva aspekterna i ditt liv?
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	https://www.uopeople.edu/blog/presentation-tips-for-students/ https://ethos3.com/2018/01/7-presentation-tips-for-students/

Övning 5 Namn: <i>Debatten</i>	
Lärandemål:	- Självmedvetenhet - Initiativtagande - Riskhantering
Varaktighet:	2 timmar
Beskrivning av proceduren:	Aktivitet: diskussion i helklass om att debattera Utbildaren introducerar ämnet diskussioner och debatterande (där du kan argumentera för någonting även

	om du inte håller med om det). Sedan följer en klassdiskussion om varför det kan vara viktigt att debattera (t.ex. att lära sig att tala offentligt och att vara oense i en fråga, hjälpsamt att ta reda på vad vi tycker och att uttrycka den här åsikten, dvs. bra för att stärka självförtroendet) Aktivitet: Debatterande • Klassen delas in i grupper/lag om 4. Varje grupp får påståenden (se arbetsblad) och hälften av lagen måste komma på argument för att hålla med påståendena och den andra hälften måste komma på argument som är emot (Utbildaren bestämmer vilka grupper som är för respektive emot) • Två grupper i taget kommer att debattera om ett påstående medan resten av klassen tittar på – varje grupp får 5-10 minuter för att lägga fram sina argument och alla i gruppen måste delta och säga någonting. I slutet av debatten kommer publiken att rösta på det lag som de anser lade fram de starkaste argumenten. • Diskussion i helklass om hur de upplevde övningen, vad som var hjälpsamt och inte.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Papper och pennor, arbetsblad med påståenden https://sites.google.com/a/baliis.net/approaches-to-learning/home/communication/debating-Färdigheter https://virtualspeech.com/blog/guide-to-debating https://www.sfu.ca/cmns/130d1/HOWTODEBATE.htm

7. DIGITALA FÄRDIGHETER

Digital kompetens anses vara extremt viktigt i dagens värld. I den här modulen kommer vi att lära vad vi menar med digitala färdigheter, deras olika typer och anledningarna till att de anses vara värdefulla. Aktiviteterna som följer den teoretiska delen syftar till att hjälpa deltagare att utveckla sina grundläggande digitala färdigheter och använda olika teknologier för olika syften (t.ex. informationssökning, nätverkande, transaktioner) på ett effektivt och säkert sätt.

Centrala lärandemål (<i>upp till 5</i>)	• Förmågan att använda olika digitala enheter och att hantera information • Förmågan att skapa och redigera dokument, kalkylblad osv. • Förmågan att kommunicera med andra genom att använda digitala verktyg • Förmågan att genomföra transaktioner • Förmågan att surfa säkert och ansvarsfullt på internet
Förvärvade kunskaper (<i>2-4</i>)	• Förklara den grundläggande användningen av en PC (enheter, knappar, funktioner) • Förklara den grundläggande styrningen av en mobiltelefon eller surfplatta och hur de kan användas för kommunikation (samtal, sms, bilder, videor) • Surfa säkert på internet • Identifiera sätt att göra transaktioner på internet
Färdigheter (<i>2-4</i>)	• Att på ett korrekt sätt använda de olika digitala enheterna för att kommunicera med andra. • Använda Office-program (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Outlook) • Använda internetbanktjänster (transaktioner på internet)
Kompetenser (<i>2-4</i>)	• Manövrera digitala funktioner för vardagliga sysslor/krav

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Sammanföra färdigheter och kunskaper för att på ett korrekt sätt använda digitala färdigheter för att förbättra driftsmöjligheter |
|--|---|

7.1. TEORI

Vad menar vi med digitala färdigheter?

Den finns en rad olika definitioner av begreppet "Digitala färdigheter". För syftet med det här dokumentet antar vi UNESCO:s definition:

"Digitala färdigheter definieras som en rad olika förmågor att använda digitala enheter, kommunikationssystem och nätverk för att få åtkomst till och hantera information. De gör det möjligt för människor att skapa och sprida digitalt innehåll, kommunicera och samarbeta, samt att lösa problem för effektivt och kreativt självförverkligande i livet, lärandet, arbetet och i sociala aktiviteter i stort".

Med andra ord innefattar digitala färdigheter förmågan att använda, få åtkomst till, filtrera, bedöma, skapa program och dela (sprida) digitalt innehåll. Användning av digitala teknologier och digitalt innehåll kräver en reflekterande och kritisk – men samtidigt nyfiken, öppensinnad och framåtblickande – inställning till deras utveckling. Det kräver också en etisk, säker och ansvarstagande metod för användningen av dessa verktyg.

Varför är digitala färdigheter viktiga?

- Teknologi förändrar arbetsmarknaden. Nya jobb uppkommer och traditionella jobb förändras.
- Teknologi hjälper människor att utforska arbetsmarknadslandskapet, bli medvetna om möjligheterna som finns tillgängliga, ansöka om ett nytt jobb och göra bra karriärval.
- Teknologi förändrar hur vi lär oss. Det finns mängder av resurser på internet som är tillgängliga dygnet runt och som är gratis att använda.
- Teknologi hjälper människor att hitta gemenskaper på internet och att förenas med andra människor, både privat och yrkesmässigt. Medlemmar i sådana virtuella gemenskaper hjälper varandra att lära sig nya saker, utvidga sina nätverk och bredda sina horisonter.
- Teknologi hjälper människor att engagera sig i distansutbildning. Det här blir allt mer viktigt nuförtiden, i och med att COVID-19-pandemin har gjort arbete hemifrån och distansundervisning mer relevant än någonsin. Teknologi hjälper människor att studera för en ny karriär.

Med hänsyn till definitionen av digitala färdigheter, hur kan invandrarkvinnor gynnas av att ha grundläggande digitala färdigheter?

Teknologi möjliggör deltagande i samhället, enklare och snabbare integration och underlättar anställningsbarhet och social inkludering. Det här gör digital kompetens till en viktig färdighet

för invandrarkvinnor att ha i kunskapssamhället. Risker, trygghet när de använder teknologi, tillgång till trovärdig information, att sköta sin privata och yrkesmässiga ekonomi, ansöka om jobb, upprätta ett e-postkonto kopplat till arbetet osv.

Problemet med den digitala klyftan

Det är viktigt att vi tar itu med problemet med den digitala klyftan. Termen "Digital klyfta" hänvisar till klyftan mellan personer som är kapabla att använda digitala verktyg och de som inte är det. Det här når bortom att ha tillgång till olika verktyg. Att ha färdigheterna för att effektivt kunna använda olika typer av teknologiska hjälpmedel är också viktigt. Att överbrygga den digitala klyftan kommer möjliggöra ett mer demokratiskt samhälle, där alla kommer att ta tillgång till utbildnings- och anställningsmöjligheter.

Två typer av digitala färdigheter

Enligt UNESCO delas digitala färdigheter in ytterligare i två underkategorier, nämligen nybörjarnivå och avancerad nivå. Den tidigare omfattar framförallt grundläggande användning av elektroniska hjälpmedel och medier, medan den senare hänvisar till "färdigheter på en högre nivå som gör det möjligt för användare att använda digitala teknologier på bemyndigande och transformerande sätt". Den här modulen fokusera på digitala färdigheter på nybörjarnivå.

YTTERLIGARE LÄSNING

[The Digital Competence Framework 2.0 | EU Science Hub \(europa.eu\)](https://european-council.europa.eu/media/40084/p1/Document/EU-Digital-Competence-Framework-2020.pdf)

[Digital Skills critical for jobs and social inclusion \(unesco.org\)](https://unesco.org/en/digital-skills-critical-for-jobs-and-social-inclusion)

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

7.2. ÖVNINGAR

Övning	Namn/Typ av övning
1	Gruppaktivitet och presentation: <i>Att använda sökmotorer</i>
Lärandemål:	Förmågan att använda olika digitala enheter och hantera information
Varaktighet:	60 Minuter
Beskrivning av proceduren:	- Utbildaren frågar eleverna om de vet vad en sökmotor är. Fokus för den här aktiviteten är Google och eleverna informeras om att de kommer att använda den här sökmotorn för att hitta ett jobb. - I par ombes eleverna att gå till Google.com och söka efter jobbsökarsidor. Utbildaren ber varje par att hitta tre sådana webbsidor. - Varje par presenterar webbsidorna som de har fått tillgång till. Utbildaren lägger till andra relevanta webbsidor som kan vara användbara för jobbsökarsyften.
Stödmaterial:	En dator per två elever, en dator ansluten till en projektor

Övning	Namn/Typ av övning
2	Gruppaktivitet och presentation: <i>Att använda ordtillämpning för ett jobb på internet</i> (Den här aktiviteten borde med fördel följa den föregående aktiviteten)
Lärandemål:	Förmågan att skapa och redigera dokument, kalkylblad osv.
Varaktighet:	120 Minuter
Beskrivning av proceduren:	- Utbildaren ber eleverna att besöka en av jobbsökarsidorna som nämnes i den föregående aktiviteten och välja en slumpmässig jobbannons. - Utbildaren förklarar att de ska skriva ett CV som passar den jobbannons som de har valt.

	3. I par ombes eleverna att öppna ett Word-dokument. Utbildaren kan använda följande resurs om eleverna så önskar: How to Use Microsoft Word (with Pictures) - wikiHow. Utbildaren förklarar stegen. 4. Eleverna ombes att skriva ett kort CV som svar på jobbannonsen. 5. Eleverna ombes att presentera sina CV:n för resten av klassen. 6. Utbildaren ger respons.
Stödmaterial:	En dator per grupp, en dator ansluten till en projektor How to Use Microsoft Word (with Pictures) - wikiHow

Övning	Namn/Typ av övning
3	<i>Min profil på LinkedIn</i>
Lärandemål:	Förmågan att kommunicera med andra genom att använda digitala verktyg.
Varaktighet:	120 Minuter
Beskrivning av proceduren:	1. Utbildaren frågar eleverna om de är bekanta med LinkedIn. Utbildaren inleder också en diskussion om vikten av att ha en profil på LinkedIn och många kontakter. 2. Utbildaren går till LinkedIn.com och kan använda källan Signing Upp tillJoin LinkedIn LinkedIn Help, om han/hon så önskar. 3. Utbildaren visar stegen. Studenterna upprepar stegen för att skapa sitt eget Facebookkonto och för att anpassa sin profil. 4. Utbildaren ber dem att presentera sina profiler för resten av klassen
Stödmaterial:	En dator per elev, en dator ansluten till en projektor Signing Upp tillJoin LinkedIn LinkedIn Help

Övning	Namn/Typ av övning
4	Gruppaktivitet: <i>Att skydda mig själv från nätmobbning</i>

Lärandemål:	Förmågan att surfa säkert och ansvarsfullt på internet
Varaktighet:	60 minuter
Beskrivning av proceduren:	1. Utbildaren frågar eleverna om de vet vad begreppen betyder och om de har haft någon relevant erfarenhet av dem. 2. Utbildaren visar videoklippet om nätmobbning för gruppen. 3. Utbildaren delar in eleverna i fyra grupper om fem och ber dem att fundera på olika sätt att hantera problemet med nätmobbning på. 4. Låt dem veta vem de ska kontakta om de själva eller någon som de känner faller offer för hot och trakasserier på internet.
Stödmaterial:	En dator per elev, en dator ansluten till en projektor The People vs The Trolls: cyberbullying and the law David Harvey TEDxAuckland - YouTube

Övning	Namn/Typ av övning
5	Gruppaktivitet: Att boka ett hotell
Lärandemål:	Förmågan att genomföra transaktioner
Varaktighet:	60 minuter
Beskrivning av proceduren:	1. Utbildaren introducerar ämnet internetbokning och frågar elever om de är bekanta med bokningswebbsidor. 2. Utbildaren besöker webbsidan booking.com och inleder övningen genom att förklara hela bokningsprocessen steg för steg. Särskilt fokus borde ligga på de tillgängliga betalningsalternativen. 3. Utbildaren delar in eleverna i 4 grupper om 5 och ber dem att välja ett hotell för en kort affärsresa till London. Eleverna ombes att boka det hotell som de tyckte bäst om och följa betalningsinstruktionerna fram tills det sista steget som består av att bekräfta transaktionen. Utbildaren borde se till att betalningen inte slutförs.

Stödmaterial:	En dator per grupp, en dator ansluten till en projektor
---------------	---

8. MARKNADSFÖRING

Marknadsföring är en uppsättning värdefulla färdigheter som kan användas inom många områden i livet, och som också är värdefulla för framgångsrikt företagande. Så oavsett om kvinnorna kommer att starta småföretag i framtiden eller inte, kommer kunskaper om och en grundläggande förståelse för marknadsföring att vara till hjälp. I den här modulen kommer vi att fokusera på mer allmänna marknadsföringskoncept och möjligheter att tillämpa dem i vardagslivet, utan att fördjupa oss i specifika frågor anknutna till företagsmarknadsföring. På så sätt kommer de förvärvade kunskaperna och färdigheterna att vara enkla för deltagarna att överföra till vardagliga spørsmål och mer specifikt till integration och nätverkande i vädlandet. Fokus kommer att ligga på hur förståelse för marknadsföring kan stödja nyanlända kvinnor att starta en karriär, integrera och socialisera. Uppmärksamhet kommer också att riktas mot socialt nätverkande och de vanligaste sociala medierna. Kunskaperna från marknadsföringsmodulen kommer att kunna användas inom olika områden, exempelvis för att kommunicera i vardagslivet, för att skapa nya nätverk och för att starta en karriär i vädlandet. De grundläggande marknadsföringskoncepten kommer att presenteras för deltagarna på en uppnåelig nivå så att de kan förvärva grundläggande kompetenser.

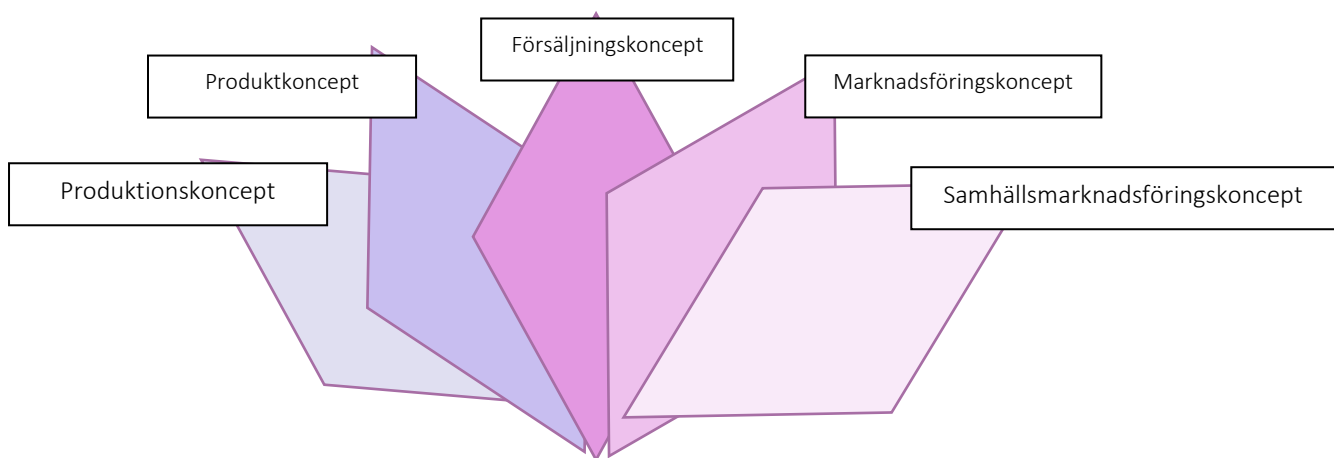
Centrala lärandemål (<i>upp till 5</i>)	• Att förstå grundläggande marknadsföringskoncept och de främsta typerna av marknadsföring • Att vidkänna betydelsen av marknadsföring i vardagslivet, karriären och det sociala livet • Förmågan att använda marknadsföring i vardagslivet, jobbsökande och uppstartsföretag • Förståelse för marknadsföring i den sociala sfären, användning av sociala medier • Förmågan att gemensamt komma på idéer som är relevanta och stödjer lokalsamhället, och att kontrollera deras potential för marknadsföring
Förvärvade kunskaper (<i>2-4</i>)	• Definiera marknadsföring allmänt • Förklara varför marknadsföring är viktigt för en verksamhet eller ett uppstartsföretag • Bevisa att marknadsföringskunskaper kan tillämpas i vardagslivet

Färdigheter (2-4)	• Använda marknadsföring i olika livssituationer och i sitt eget uppstartsbolag om det är relevant • Tillämpa olika typer av marknadsföring • Använda sociala medier • Framgångsrikt kunna använda marknadsföring för socialisering
Kompetenser (2-4)	• Värdera idéer • Vision • Kreativitet

8.1. TEORI

Grundläggande marknadsföringskoncept

Marknadsföring är ett snabbt växande och utvecklande område. Med en snabbt växande ekonomi och ökning av produkter är behovet av marknadsföring stort. I grund och botten är marknadsföring en uppsättning handlingar för att lansera och sälja produkter eller tjänster. Det har olika strategier eller koncept. Därför finns det olika metoder för att marknadsföra, och var och en av dem har unika fördelar och specifika erbjudanden. Det är viktigt att förstå skillnaden mellan dem för att välja den bästa strategin för en viss verksamhet eller kanske en kombination av olika strategier eller koncept.



1. Produktionskoncept

Det här konceptet tillkom under kapitalismens storhetstid i mitten av 1950-talet. Huvudtanken är att företag strävar efter att producera billiga varor i maximala volymer i stor skala. Detta, i sin tur, kommer att maximera vinsten eftersom att människor kommer att köpa fler varor. Företag utgår ifrån att konsumenter huvudsakligen är intresserade av produkttillgänglighet och låga priser. Nackdelen med den här metoden är att konsumenternas behov kanske inte tillgodoses helt och hållet. Ett annat problem med det här konceptet kan vara att företag riskerar att inte producera kvalitetsprodukter och riskerar att ha en opersonlig produktion. Ibland, för att uppnå längre produktionskostnader, kan företag rekrytera arbetare från utvecklingsländer för att få billigare produkter i större mängder.

2. Produktkonceptet

Produktkonceptet är utmärkande eftersom att det fokuserar mer på konsumenten. Den potentiella kunden för produktkonceptet föredrar produkter och varor som erbjuder kvalitet, intressanta egenskaper och innovativ design.

Det här marknadsföringskonceptet tror på potentiella kunder och deras lojalitet till märket, kvaliteten på dessa produkter samt fördelarna de får av produkterna och företaget som de investerar i. Ett exempel på detta kan vara produkter från Apple. Företag kommer att fokusera på att göra överlägsna produkter och att förbättra dem med tiden. Problemet är att många företag inte balanserar det faktiska behovet av en produkt samtidigt som de fokuserar mer på företagets tillväxt och utvecklingen av nya produkter. Det är viktigt att hitta en balans mellan att fokusera på konsumentens faktiska behov och att fortfarande definiera din roll och ditt ledarskap i branschen.

3. Försäljningskoncept

Försäljningskonceptet utgår ifrån att konsumenterna inte köper varor och tjänster om du inte genomför sälj- och reklamkampanjer. Det här konceptet lägger mycket makt i händerna på ett företag som har en hel plan för att effektivt stimulera ökad försäljning med sina potentiella kunder. Ofta ser vi också den här strategin användas när ett företag måste hantera överkapacitet och behöver sälja vad de producerar snarare än vad marknaden behöver eller vill ha.

Företag som väljer att använda det här marknadsföringskonceptet måste vara bra på att hitta potentiella kunder och att känslomässigt sälja in dem på fördelarna med deras "icke-nödvändiga produkt".

4. Marknadsföringskoncept

Marknadsföringskonceptet är konceptet av konkurrens. Det är ett marknadsföringskoncept som tror på att ett företags framgång beror på de marknadsföringsansträngningar som levererar ett bättre värdeförslag än sina konkurrenter.

Det här konceptet fokuserar på behoven och viljorna hos målinriktad marknadsföring samt på att leverera ett bättre värde än dess konkurrenter. Genom marknadsföring är det ett mål att vara det bättre alternativet jämfört med konkurrenter. Ett exempel kan vara konkurrensen mellan Pepsi och Coca Cola, som säljer liknande produkter men som har helt olika värdeförslag och marknadsföring.

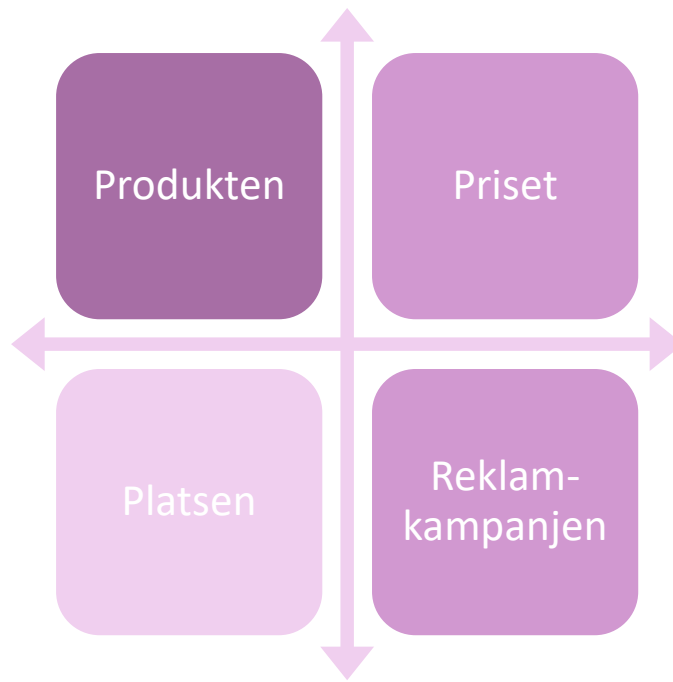
5. Samhällsmarknadsföringskoncept

Samhällsmarknadsföringskonceptet är nutidens mest innovativa och relevanta koncept. Det är ett marknadsföringskoncept som fokuserar på produkterna som är bra för samhället på lång sikt genom att företagen producerar bättre produkter som hjälper till att ta itu med de nuvarande utmaningarna för planeten.

Marknadsföringskoncept	Kundens inställning	Fördelar	Nackdelar	Exempel
Produktionskoncept	Kund som föredrar lättillgängliga och billiga produkter	Hög vinst i stor skala	Opersonlig service Lågkvalitativa produkter	H&M
Produktkoncept	Kunder som söker kvalitet, prestanda eller innovation	Möjligheten att bli ledande i branschen Att skapa "relationer" med kunder och vinna deras lojalitet	Fler erbjudanden än den faktiska kunden behöver	Apple
Försäljningskoncept	Känslomässig inställning		Kunderna är inte i behov av produkterna från början	Livförsäkring- och timeshare-företag
Marknadsföringskoncept	Individuell inställning	Möjligheten att konkurrera på marknaden med liknande produkter	Risken att överskuggas av konkurrenter	Coca Cola och Pepsi
Samhällsmarknadsföringskoncept	Kunder som bryr sig om miljön, om missgynnade samhällsgrupper och utvecklingsländer	Produkter som är bra för miljön och klimatet, stödjer utvecklingsländer och missgynnade samhällsgrupper	Kan vara utmanande att hitta lösningar Kräver intellektuell kapacitet och en okonventionell metod	

Komponenter av marknadsföring

Oavsett strategi består alla marknadsföringskoncept av liknande inslag. De inslagen är centrala och behöver alltid tas i beaktning och definieras i uppstarten av ett företag. Enkla minnesregler kan hjälpa till att förstå det bättre.



Produkten

En produkt är en vara eller tjänst som ett företag erbjuder till kunder. Idealt, borde en produkt svara mot ett aktuellt behov eller en nuvarande efterfrågan. Ibland kan en produkt eller tjänst vara så fascinerande att den skapar ett behov som inte fanns tidigare (mode eller tekniska trender). Det är viktigt att förstå en produkt, vad den erbjuder. Typen av produkt visar också hur mycket företagen kan ta betalt för den, var de borde placera den och hur de borde lansera den på marknaden.

Priset

Kostnaden som konsumenter betalar för en produkt eller tjänst är priset, och det är en viktig del av marknadsföring. Många detaljer måste beaktas när priset ska sättas, däribland marknadsvärde, materialkostnader och konkurrenternas priser. I vissa fall kan företagschefer höja priset för att ge sken av att produkten är en lyxvara. Möjligheter till prissänkning är också viktigt.

Platsen

När ett företag fattar beslut rörande plats, försöker de bestämma var de borde sälja en produkt och hur de ska lansera produkten på marknaden. Företagschefernas mål är alltid att rikta sina produkter till konsumenterna som är mest troliga att köpa dem.

Reklamkampanjen

En reklamkampanj innefattar annonsering, allmänna relationer och försäljningsstrategi. Målet med att marknadsföra en produkt är att klargöra för konsumenterna varför de behöver den och varför de ska betala ett visst pris för den.

Marknadsföring i vardagslivet

Marknadsföringsstrategier kan gå att tillämpa på vardagslivet, till exempel i och med integration eller anställning. Att tänka som en marknadsförare för att främja dig själv och visa dina bästa och starkaste sidor kan vara fördelaktigt vid förhandling, anställning och skapandet av nätverk i världslivet.



Publik – att förstå de andra personerna och vad som är viktigt för dem i den här situationen. Hur kommer din begäran att påverka deras liv?

Fördelar – det enda som alla bryr sig om är "vad får jag ut av det?" Hur kommer den här saken att lösa deras problem, tillgodose deras behov eller förbättra deras liv?

Känslor – visa dem att du förstår dem. Vidkänn deras behov, smärta och perspektiv. Använd berättelser för att förmedla ditt budskap. Om det är möjligt, få dem att känna sig som en hjälte.

Trovärdighet och tillit – var trevlig. Var specifik. Undvik att haussa upp och att överreklamera. Dela information från trovärdiga källor.

Erbjudande – Skapa ett spännande erbjudande.

Lätthet – gör det enkelt för dem att säga ja.

Invändningar – förutse och övervinn invändningar och kritik.

Marknadsföring och lokalsamhället

Marknadsforskningsstatistik visar att de flesta människor letar efter lokala företag när de letar efter vissa produkter eller tjänster. Därför är det nödvändigt att känna din lokala kund. För att starta en framgångsrik verksamhet måste man känna kunden nästan bättre än han/hon känner sig själv. Att undersöka dina kunders behov, begränsningar och möjligheter är det första steget mot att lyckas med ett uppstartsföretag.

Sätt att undersöka målgruppen kan innefatta:

1. Fokusgrupper
2. Individuella intervjuer
3. Observation
4. Att Studera dina lokala konkurrenter

8.2. ÖVNINGAR

Övning 1	Namn/Typ av övning <i>PowerPoint-presentation</i>
Lärandemål:	• Att förstå grundläggande marknadsföringskoncept och de främsta typerna av marknadsföring • Definiera marknadsföring allmänt • Förklara varför marknadsföring är viktigt för en verksamhet eller ett uppstartsföretag
Varaktighet:	2 timmar
Beskrivning av proceduren:	• PPT-presentation • Gruppdiskussion • Frågor och svar
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	

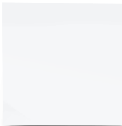
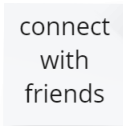
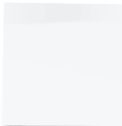
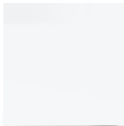
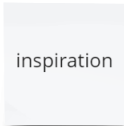
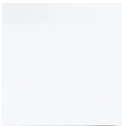
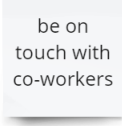
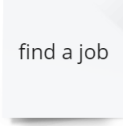
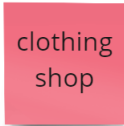
Övning 2	Namn/Typ av övning <i>Marknadsföring på sociala medier</i>
Lärandemål:	• Tillämpa olika typer av marknadsföring • Använda sociala medier • Framgångsrikt kunna använda marknadsföring för socialisering
Varaktighet:	3 timmar
Beskrivning av proceduren:	1. Be deltagarna att rada upp sociala medier som de känner till 2. Deltagarna försöker definiera användarna av de uppräddade sociala medierna (ålder, intressen, inkomst)

3. Vilket är syftet med att använda det här sociala nätverket (att hitta vänner, arbetskontakter, inspiration osv.)?
4. Definiera vilken typ av företag som kan marknadsföras med användning av vilka sociala medier (klädbutik, matmarknad, evenemang/festival, restaurang)

Stödmaterial:
(Litteraturreferenser,
användbara länkar, videor,
PowerPoint-presentationer
osv.)

Bilaga I

Bilaga I. Karta över sociala medier

Type of media									
User Key words (age, interests, characteristics)									
Goal of users Why people are using this network?									
Business What kind of business can be marketed via this network?									

Övning 3	Namn/Typ av övning <i>Videoanalys</i>
Lärandemål:	• Kunna använda marknadsföring i vardagslivet, i samband med jobbsökande och i det sociala livet • Vision • Kreativitet
Varaktighet:	3 timmar
Beskrivning av proceduren:	1. Titta på ett videoklipp om Coca Colas marknadsföringsstrategi 2. Fråga deltagarna och diskutera de viktigaste marknadsföringsprinciperna som Coca Cola använder för marknadsföring, såsom att marknadsföra känslor (lycka, kärlek) istället för produkten i sig, att marknadsföra melankoli, och att knyta an produkten till speciella helgdagar, högtider, aktiviteter 3. Be deltagarna att beskriva vilka känslor och associationer de får när de ser Coca Colas marknadsföringskampanj
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	https://www.youtube.com/watch?v=XhMVWzVXNNk

Övning 4	Namn/Typ av övning <i>Fallstudie</i>
Lärandemål:	• Att förstå grundläggande marknadsföringskoncept och de främsta typerna av marknadsföring • Definiera marknadsföring allmänt • Förklara varför marknadsföring är viktigt för en verksamhet eller ett uppstarts företag
Varaktighet:	3 timmar

Beskrivning av proceduren:

1. Beskriv fallet med Khadija Mansor från Uppsala, Sverige

Khadija Mansor flyttade från Syrien till Sverige 2016. Kort därefter startade hon ett företag för att tillgodose lokala behov. Khadija Mansor insåg att nyanlända söker efter vissa etniska arabiska produkter och kläder som inte finns tillgängliga i Sverige, och startade därmed företaget "Sahab". I början arbetade hon hemifrån och sålde på internet via Facebook. Med ökad efterfrågan hyrde hon en lokal i Gottsunda centrum, Uppsala, Sverige, och började sälja barnböcker skrivna på arabiska och ett stort antal olika produkter såsom parfymer, kläder och accessoarer. Nu har Khadija flyttat företagets huvudkontor för att expandera, vilket också har bidragit till anställningsmöjligheter för tre andra personer.



2. Presentera hur Khadija framgångsrikt bedriver marknadsföring på Facebook, med 43,835 följare på sin sida <https://www.facebook.com/SahabSverigeAB/>
3. Analysera hennes inlägg
4. Deltagarna ger respons och besvarar frågorna:
 - Vem är Khadijas målgrupp/kund?
 - Vilka problem i samhället löste hennes företag?
 - Varför är det så framgångsrikt?

Stödmaterial:
(Litteraturreferenser,
användbara länkar, videor,
PowerPoint-presentationer
osv.)

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

Övning 5	Namn/Typ av övning <i>Gruppredovisning</i>
Lärandemål:	• Kunna använda marknadsföring i vardagslivet, i samband med jobbsökande och i det sociala livet • Vision • Kreativitet
Varaktighet:	2 timmar
Beskrivning av proceduren:	1. Deltagarna delas in i smågrupper (5-7 personer) 2. Varje grupp väljer en befintlig reklamannons att presentera i valfri form (video, broschyr, affisch osv.). 3. De presenterar den och diskuterar: - Vilken typ av kund riktar sig den här kampanjen till? (Ålder, kön, inkomstnivå osv.) - Vilka känslor ger den här kampanjen upphov till? - Vilka associationer ger den här annonsen? - Vad är bra och vad är dåligt med den här kampanjen? - Är den framgångsrik i fråga om att marknadsföra produkten? Varför/varför inte? - Om du kunde ändra någonting med kampanjen, vad skulle du ändra?
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	

Övning 6	Namn/Typ av övning <i>Individuell redovisning/"sälj mig en penna"</i>
Lärandemål:	• Använda marknadsföring i olika livssituationer och i sitt eget uppstartsbolag om det är relevant • Tillämpa olika typer av marknadsföring • Framgångsrikt kunna använda marknadsföring för socialisering • Kreativitet
Varaktighet:	2 timmar
Beskrivning av proceduren:	1. Deltagare som skulle vilja hålla en individuell redovisning kommer fram och riktar sig mot publiken 2. Uppgiften är att ta ett föremål som finns i rummet (penna, sjal, anteckningsblock, jacka osv.) och att försöka övertyga publiken att köpa det. Deltagaren gör det i form av en individuell redovisning (ett kort och fokuserat tal). 3. Om deltagaren har svårigheter med att bygga upp talet kan Utbildaren ge en vink (förklara varför publiken kan behöva det här föremålet, varför det är bra, på vilket sätt det är bättre än andra föremål). 4. Publiken betygsätter talet på en skala från 1 till 10. 5. Nästa villiga deltagare kommer fram för att hålla ett tal och för att "sälja" samma eller ett annat föremål. Publiken betygsätter nästa deltagare också. Upp till fem olika deltagare kan hålla ett tal. Till slut är det deltagaren som fick högst poäng från publiken som vinner.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	

9. KOMMUNIKATION

Kommunikation är viktigt både i ditt arbete och i ditt privatliv. Vi kommunicerar på ett antal olika sätt, däribland verbal kommunikation, skriven kommunikation och kroppsspråk. God kommunikation hjälper oss att bättre förstå människor och situationer. Det hjälper oss att övervinna skillnader, skapa tillit och respekt, och skapa förutsättningar för att dela idéer och lösa problem. Även om kommunikation verkar enkelt, kan en brist på förståelse leda till konflikter och frustration.

Att ha goda kommunikationsfärdigheter handlar om att kunna förmedla information till andra på ett enkelt och tydligt sätt. God kommunikation handlar också om att förstå instruktioner, förvärva nya färdigheter, uttrycka en begäran, ställa frågor och ge information till andra. God kommunikation handlar dessutom om att lyssna på andras behov och att svara mot dessa.

Centrala lärandemål (*upp till 5*)

- Förmågan att presentera information för en publik
- Kapacitet att ta en aktiv roll i gruppdiskussioner/beslutsfattande
- Inblick i olika kommunikationsverktyg som används inom företag
- Förmågan att uttrycka sina egna behov, önskningar och erfarenheter till andra

Förvärvade kunskaper (*2-4*)

- Förstå beståndsdelarna av kommunikation (t.ex. kroppsspråk).
- Rada upp ett antal sätt att förmedla information på (i skrift, via telefon, PPT-presentation osv.)
- Kunskap om kommunikationstekniker som kan användas för att underlätta gruppdynamik

Färdigheter (*2-4*)

- Att använda olika kommunikations tekniker (t.ex. att utmana eller harmonisera) i en gruppdiskussion
- Kunna presentera idéer och information inför en hopsamlad publik

	• Att kommunicera självsäkert i olika situationer och miljöer
Kompetenser (2-4)	• Kreativitet • Värdera idéer • Samarbeta med andra

9.1. TEORI



Vad är kommunikation?

- Det är en viktig del av relationsskapande. Om det görs väl, hjälper det oss att samarbeta och komma överens med andra i livet. Om vi inte kommunicerar bra, kan vi få problem i våra relationer – kanske dispyter, missförstånd och andra konflikter som kan leda till djup och varaktig söndring.
- Det handlar också om hur vi förmedlar kunskap – så att vi kan lära från varandra, ha en gemensam vision och förståelse. Vi ger och tar emot viktig information. Vi kan också tala om för varandra vad vi behöver och vill ha. Om det görs bra är information överförd från en person och mottagen av andra.
- Det kan ske på många olika sätt, däribland att tala med en person ansikte mot ansikte, i en gruppdiskussion, att hålla en redovisning, i telefon eller i ett e-postmeddelande.
- Det handlar inte enbart om att prata. Det inkluderar vårt kroppsspråk, hur vi säger saker – vårt tonfall, användningen av tystnad, användningen av olika språk i olika situationer.

Varför är kommunikation viktigt?

- Hur vi kommunicerar kan påverka hur vi kommer överens med människor. Effektiv kommunikation visar respekt och andras värde och hjälper oss att förstå varandra.
- God kommunikation hjälper oss att känna oss bekväma med varandra vilket i sin tur uppmuntrar ännu hälsosammare och mer effektiv kommunikation.
- Skicklig kommunikation hjälper oss också att få vad vi vill ha och behöver, oavsett om det sker genom att dela information eller att helt enkelt be om saker.
- Exempel på det här innefattar: hur en grupp människor fattar ett beslut, hur jag ber en främling om någonting som jag behöver, hur vi hanterar en konflikt i en grupp, att kunna dela (sprida) information som jag vill att andra ska ta del av, att kunna utmana någon när jag inte håller med honom/henne, och att säga "nej" till någon.



Teorier

Lasswell (1958) utarbetade en modell som introducerar 5 kommunikationsnivåer. Den här modellen har vidareutvecklats och moderniserats, och numera hänvisas den till som "de fem W:na" (på engelska *who, when, what, where, who*; på svenska *vem, när, vad, var, vem*):

- **Vem** borde bli underrättad? Alla som behöver informeras om någonting bör informeras. Det är lämpligt att informera alla så tidigt som möjligt. Öppenhet får människor att känna sig involverade och ger dem en chans att påverka processer.
- **När** borde de informeras? Tidpunkten för när information bör förmedlas är viktig. Om det involverar många människor är det viktigt, om det är möjligt, att diskussioner sker samtidigt för att undvika förvirring och missförstånd.
- **Vad** borde de informeras om? Tydliga budskap med möjligheten att ställa frågor och att få bekräftelse på att de har förstått.
- **Var** borde information förmedlas? Använd det mest effektiva mediet för att förmedla ditt budskap och ägna tid åt att göra det ordentligt.
- **Vem** borde styra kommunikationen? Se till att den mest lämpliga personen förmedlar budskapet.

William McGuire (1981) lade till ytterligare en dimension till kommunikationsteorin. Han kompletterade dessa faktorer med resultatfaktorer, däribland förståelse, uppmärksamhet och gillande. Han hävdade att det inte är enkelt att förmedla rätt budskap när det kan missförstås, misstolkas eller ignoreras. Därför krävs noggrann eftertanke gällande hur budskapet ska förmedlas.

Teorin om kommunikation i relationer innefattar sändaren, mottagaren, meddelandet och bruset. Sändaren är personen som kommunicerar, mottagaren är den som lyssnar. Meddelandet är vad sändaren försöker kommunicera och bruset är allting som kan hindra mottagaren från att höra meddelandet – det kan handla om en svår yttre omständighet, t.ex. att prata i en stimmig bar, och det kan vara distraherande tankar som gör att mottagaren inte hör.

Monroes motivationssekvens (1935) skevs för att stödja människor att hålla tal och redovisningar, men den är användbar för all kommunikation. Sekvenserna är:

- Uppmärksamhet – få publikens uppmärksamhet i början av din kommunikation – kanske med en berättelse, ett intressant citat eller statistik
- Behov – ett problem/spörsmål. Det här är den centrala idéen som du måste ange tydligt.
- Illustration – ge exempel på behovet som du har angett i stora drag ovan.

- Följd – statistik, vittnesmål osv. för att understryka och verkligen få fram budskapet
- Syftning – visa hur det du pratar om anknyter till och påverkar din publik
- Tillfredsställelse – föreslå lösningar på problemet/spörsmålet i behovsstadiet.
- Visualisering – berätta för publiken vad som kommer att hända om ingenting görs
- Agerande – sammanfatta och upprepa vad du anser behöver göras.

Teorierna ovan, och även Maguires och Pitcheathlys (2002) undersökning av kommunikationsfärdigheter på arbetsplatsen,⁴ har kommit fram till några av följande resultat:

Viktiga kommunikationsfärdigheter:

- Var tydlig med budskapet som du vill förmedla
- Kontrollera att din(a) åhörare förstår vad du säger
- Försäkra att det finns tillräckligt med utrymme och tid för alla som deltar i en konversation att tala om de vill det, dvs. turas om att tala och inte uppta allt utrymme
- Aktivt lyssnande – vara öppen och mottaglig för vad andra har att säga. Inte anta att du vet vad de tänker eller ignorera vad de säger, och att inte tänka på någonting annat medan de pratar!
- Försäkra att du väljer rätt metod när du försöker kommunicera med någon (t.ex. använda formellt språk i dialog med en yrkesperson, stå längst fram och tala högt och tydligt när du håller en redovisning).
- Självmedvetenhet. Det är viktigt att du är medveten om hur du beter dig när du kommunicerar. Vet du när din röst blir högre eller när du blir irriterad? Märker du när dina tankar vandrar iväg till någonting helt annat?
- Lämpligt kroppsspråk. Uppmärksamma hur du håller din kropp när du kommunicerar. Tittar du på personen eller tittar du ner hela tiden? Har du en stor rynka i pannan? Ibland säger vi en sak men vår kropp säger någonting helt annorlunda, vilket kan vara förvirrande för den som lyssnar (DePaulo & Friedman, 1998; Knapp et al., 2013). *
- Jobba på din uppfattning om känslor, så att du är mer kapabel att läsa och tolka andras icke-verbala signaler samt deras potentiella humör när du kommunicerar med dem, och att svara därefter. Till exempel att uppmärksamma om någon är blyg inför att prata eller känner sig överväldigad av allting han/hon måste göra (Salovey & Mayer, 1990). *

⁴ <https://positivepsychology.com/communication-Övningar-for-work/>

Teorin om aktivt lyssnande-färdigheter

Aktivt lyssnande är en teknik som används i rådgivning, utbildning och för att lösa dispyter eller konflikter. Det kräver att lyssnaren är fullständigt koncentrerad, förstår, svarar på och kommer ihåg vad som sägs.



- Ge vår fulla uppmärksamhet till någon annan när han/hon kommunicerar med oss
- I kommunikation är det oftast viktigt att få information från andra.
- Vi behöver kunna förstå, utforska och känna oss på det klara med vad han/hon pratar om
- Aktivt lyssnande ger oss inte bara mer information, utan stödjer också förhållanden och ger en känsla av välmående
- Vi kanske behöver få mer detaljer
- Att ställa rätt frågor och lyssna på rätt sätt, vara uppmärksam på vad någon annan säger och även hans/hennes kroppsspråk, kanske vad han/hon inte säger eller känner sig obekväm med att dela med sig av.

Lyssnande måste vara en aktiv process. Ofta tänker vi att vi lyssnar, men vi är i andra tankar, kanske planerar vi vad vi ska säga härnäst eller tänker på någonting som händer i andra änden av rummet.

Några vanliga misstag vi gör när vi lyssnar på andra människor:

1. Dagdrömmar eller tänker på någonting annat medan en annan person talar;
2. Tänker på vad du ska säga härnäst;
3. Bedömer vad den andra personen säger
4. Lyssnar med ett visst mål/resultat i åtanke

Tips för att hjälpa till med aktivt och empatiskt lyssnande:

1. Rikta uppmärksamheten mot talaren och försök att släppa alla tankar som dyker upp medan han/hon pratar som inte anknyter till kommunikationen. Var intresserad av hur han/hon pratar, av orden och kroppsspråket som han/hon använder. Försök att uppmärksamma vad han/hon försöker säga till dig och hur han/hon känner för det.
2. Vad involverad med den andra personen / de andra personerna på icke-verbala sätt – titta på dem, visa att du är uppmärksam genom att nicka eller ändra ansiktsuttryck när de pratar
3. Var öppen för vad en annan person säger – ofta är vi för snabba med att ha en åsikt eller dra en slutsats

4. Försök inte alltid fylla ut tystnader. Ibland är de viktiga för människor att kunna tänka mitt i en konversation.
5. Uppmuntra dig själv att föreställa dig att du är den andra personen i samtalet, för att stödja din empati och göra dig mer mottaglig för vad han/hon säger.
6. Uppmuntra andra att öppna upp för dig genom att ställa frågor och referera tillbaka till någonting som de har sagt.
7. Fortsätt ställa frågor istället för att referera tillbaka till dig själv.

Förmågan att förmedla information effektivt

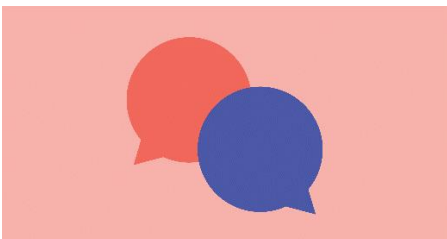


- Som del av vår kommunikation vill vi att andra tar in och förstår vad vi försöker säga
- Vi hamnar ofta i situationer från väldigt olika perspektiv och övertygelser gentemot andra
- Vi kan vara snabba att anta att andra förstår vad vi säger, framförallt när de är tysta, men det kan bero på att de inte vill säga att de inte förstår eller att de tror att de har förstått men faktiskt har missförstått.
- Det är ofta viktigt att klargöra och se till att andra förstår.

Några tips för att underlätta förståelse och framgångsrik förmedling av information:

1. Presentera informationen i en tydlig, strukturerad ordning, med underkategorier och rubriker
2. Använd visuella hjälpmedel (t.ex. enkla diagram)
3. Gör det tydligt att du är glad över att få frågor och fortsätt kontrollera om andra har några frågor
4. Ställ frågor till mottagarna av informationen för att kontrollera att de har förstått
5. Fråga mottagarna om de skulle vilja ha mer information
6. Tänk på din publik och hur de på bästa sätt kan höra vad du har att säga, t.ex. vilket språk du använder

Tillåta kommunikationen att gå åt båda hållen



- I en konversation är det oftast viktigt, även under en redovisning, att tillåta någon typ av tvåvägsprocess eller diskussion.
- Det här försäkrar att båda parterna är aktiva och upplever någon form av ägandeskap av vad det än är som diskuteras, vilka överenskommelser som görs och vad som beslutas.

- Ibland behöver vi kommunicera och ibland behöver vi också veta när det är bäst att ta ett steg tillbaka och lyssna, dvs. turas om att tala.
- Det här kan dela till mer hängivenhet och engagemang från alla
- Det faktorerar också in fler perspektiv och olika åsikter (Woolley et al., 2010) (Leary, 2004) *

Tips för god kommunikation från Australiens kanal för bättre hälsa (Victorias hälso- och socialdepartement, n.d.) **

- Tänk på vad du vill säga.
- Avsätt tid för att prata utan avbrytande från andra personer eller distraktioner såsom telefoner, datorer eller TV.
- Var tydlig med vad du vill kommunicera.
- Gör ditt budskap tydligt så att andra kan höra det korrekt och förstå vad du menar.
- Tala om vad som händer och hur det påverkar dig.
- Tala om vad du vill ha, behöver och känner - använd "jag"-uttalanden såsom jag behöver, jag vill och jag känner.
- Ta ansvar för dina egna känslor.
- Lyssna på andra. Ibland behöver du lägga dina egna tankar åt sidan för tillfället och försöka förstå deras intentioner, känslor, behov och viljor.
- Dels positiva tankar och känslor, såsom vad du uppskattar och vad som är viktigt för dig.
- Var medveten om ditt tonläge.
- Förhandla och diskutera, och kom ihåg att du inte alltid måste få som du vill.

9.2. ÖVNINGAR

Övning 1	<i>Lyssnarförmågor - pararbete, litet grupparbete, klassdiskussioner</i>
Lärandemål:	• Kapacitet att ta en aktiv roll i en gruppdiskussion / ett beslut • Förmågan att uttrycka sina egna behov, önskemål och erfarenheter till andra • Förstå kommunikationens komponenter (tex kroppsspråk) • Kunna presentera idéer och information inför en samlad publik • Att kommunicera självsäkert i olika miljöer • Värdera idéer • Samarbeta med andra
Varaktighet:	90 minuter
Beskrivning av proceduren:	• Utbildaren introducerar ämnet lyssnande Aktivitet: Gissa föremålet • Klassen sitter i en cirkel. Gå varvet runt och be varje deltagare att beskriva ett föremål utan att säga dess namn. • Gruppens uppgift är att gissa vilket objektet är. • Diskussion om vad som underlättar lyssnande och vad som försvårar det Aktivitet: mitt ideala jobb • Dela in klassen i par. Varje par turas om att prata om sitt drömjobb. Varje person får fem minuter för att prata medan den andra lyssnar. • Varje par ansluter sig sedan till ett annat par. Alla 4 "lyssnare" ska turas om att presentera sin partner och berätta för de andra om deras partners drömjobb. • De 4 personerna ska sedan diskutera om de kände sig åhörda, vad som var hjälpsamt och vad som inte var hjälpsamt, vad som var ett hinder för lyssnande osv. • Diskussion i helklass om aktiviteterna och lyssnarförmågor.

Stödmaterial:
(Litteraturreferenser,
användbara länkar,
videor, PowerPoint-
presentationer osv.)

<https://www.forbes.com/sites/womensmedia/2012/11/09/10-Steps-to-effective-listening/?sh=64036c333891>
<https://www.mindtools.com/CommSkll/ActiveListening.htm>
<https://www.thebalancecareers.com/types-of-listening-Färdigheter -with-examples-2063759>

Övning 2

Att utforska kroppsspråk – diskussioner i helklass, lagspel, scenarier i par, rollspel

Lärandemål:

- Insikt om de olika kommunikationsverktygen som används i företag
- Förstå kommunikationens komponenter (tex kroppsspråk)
- Kunskap om kommunikationstekniker som kan användas för att underlätta gruppdynamik
- Kunna kommunicera självsäkert i olika miljöer och sammanhang

Varaktighet:

90 minuter

Beskrivning av proceduren:

Aktivitet: Vad säger jag?

- Klassen delas in i två lag. Varje lag står i ett led och riktar sig åt samma håll. Personen längst bak i ledet får ett kort med ett påstående (se bifogade påståenden).
- Han/hon knackar personen framför sig på axeln, och den personen vänder sig om. Då mimar den första personen påståendet på kortet. När den andra personen känner att han/hon har förstått, knackar han/hon personen framför sig på axeln och mimar påståendet till honom/henne.
- Proceduren fortsätter längst hela ledet. När båda lagen är klara, säger personen längst fram i varje lag vad han/tror att påståendet är. Laget som är närmast rätt svar får en poäng.
- Fortsätt med så många påståenden du vill.
- Utbildaren introducerar ämnet kroppsspråk i kommunikation

Aktivitet: Vad är det som händer?

	• Klassen delas in i par. Ge varje par en lista med scenarier att iscensätta. För varje scenario ska den ena parten (de kommer att turas om) välja en känsla som han/hon har och utagera den i scenariot utan att använda några ord. • Tillåt 5 minuter för varje dialog, och sedan ska den andra personen i paret gissa vilken känsla partnern utagerade. • Därefter följer en gruppdiskussion om aktiviteten och betydelsen av kroppsspråk i olika sammanhang.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	https://www.verywellmind.com/understand-body-language-and-facial-expressions-4147228 https://www.helpguide.org/articles/relationships-communication/nonverbal-communication.htm https://www.youtube.com/watch?v=C2Na_YwNVx0 https://www.youtube.com/watch?v=p9BG6bfiveU attachment

Övning 3

Självsäkerhet i kommunikation – Gruppdiskussion, utforskning av scenarier och gruppredovisning, självsäkerhetsspel, rollspel

Lärandemål:	• Kapacitet att ta en aktiv roll i en gruppdiskussion och att fatta beslut • Insikt om de olika kommunikationsverktygen som används i företag • Förmågan att uttrycka sina egna behov, önskningar och erfarenheter till andra • Kunskap om kommunikationstekniker som kan användas för att understödja gruppdynamik • Kunna använda olika kommunikationstekniker, t.ex. utmana eller harmonisera, inom en gruppdiskussion • Kunna kommunicera själv säkert i olika miljöer och sammanhang • Kreativitet • Samarbeta med andra
Varaktighet:	120 minuter
Beskrivning av proceduren:	• Utbildaren introducerar ämnet att vara själv säker i kommunikation

Aktivitet: "Att be om vad jag vill ha"

- Dela in klassen i grupper om 4 (utrustade med papper och pennor)
- Varje grupp tittar på tre scenarier och diskuterar hur de skulle försöka få vad de vill ha i varje scenario. Sedan återkopplar varje grupp till resten av klassen.
- Klassdiskussion: "Vad hindrar mig från att be om vad jag vill ha?"
- Utbildaren diskuterar aggressiv, självsäker och passiv kommunikation, och diskuterar sedan bra sätt att be om vad man vill ha.

Aktivitet: "Kan jag få din stol?"

- Klassen sitter i en cirkel. Någon sitter i mitten av cirkeln på en stol. Tre andra personer i gruppen ombes att få personen i mitten att ge dem stolen. En kommer att fråga aggressivt, en på ett passivt sätt och en på ett självsäkert sätt. Personen i mitten ska svara så självsäkert han/hon kan. Klassen kan ha några rundor med olika personer i mitten. Sedan följer en Klassdiskussion om aktiviteten.

Aktivitet: Att använda min kropp för att vara självsäker

- Utbildaren diskuterar användandet av kroppen för att stärka självförtroende och beslutsamhet i att vara självsäker. Sedan ställer sig gruppen upp och går omkring i rummet i olika riktningar på ett självsäkert sätt.
- När de möter någon annan i rummet stannar de och möter varandra ansikte mot ansikte i en minut utan att prata men de står på ett självsäkert sätt. Sedan fortsätter de att gå tills de möter någon annan och då gör de samma sak. Gör det här i några minuter. Slutligen följer en diskussion i helklass om inverkan av att upprätta och bibehålla en självsäker kroppshållning.
- Gör övningen igen, men den här gången ska de vid ett möte med någon stanna, rikta sig mot honom/henne och säga "nej" på ett självsäkert sätt och sedan gå vidare. När de möter någon ny, gör de samma sak. Gör det här i några minuter och sluta sedan och fråga

	gruppen hur det känns att säga "nej" på ett självsäkert sätt. • Utbildaren avslutar övningen med en sammanfattning om vad som har lärts
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Bilaga Papper, pennor How Non-Verbal Communication Affects Performance PGC Basketball Communication - YouTube https://www.mayoclinic.org/healthy-lifestyle/stress-management/in-depth/assertive/art-20044644 https://www.Färdigheter.youneed.com/ps/assertiveness.html https://agileleanlife.com/how-to-become-more-assertive/.

Övning 4*Hålla en redovisning*

Lärandemål:	• Att förstå olika typer av presentationer • Att vidkänna fördelarna och nackdelarna med varje presentationstyp. • Att öva på att förbereda och genomföra en redovisning.
Varaktighet:	120 minuter
Beskrivning av proceduren:	• Utbildaren introducerar ämnet och vad det är viktigt att tänka på när man håller en redovisning Hur man skapar effektiva redovisningar: 1. Använd PPT 2. Använd blädderblock 3. Presentera digitalt 4. Inget stödmaterial! • Utbildaren inleder lektionen och uppmuntrar gruppen att diskutera för- och nackdelarna med var och en av de 4 presentationsstilarna. Detta kan innefatta saker som: 1. Hur mycket information man ska inkludera – försök att inte skriva ner allt du ska säga utan

	använd istället PPT-bilderna som punkter att prata runt 2. Eventuell användning av bilder 3. Att göra redovisningar riktigt tydliga 4. Handstilar och färger 5. Att tala inför din grupp 6. Att inte kunna se reaktioner (digitalt) • Sedan delar utbildaren in gruppen i minst 4 mindre grupper, vilket tillåter att var och en av de olika presentationsstilarna tas i beaktning. Utbildaren kommer att tilldela varje grupp en av de olika kategorierna och de kommer sedan att få uppgiften att förbereda en redovisning om att hålla en redovisning utifrån punkterna som nämndes tidigare. • Varje grupp kommer sedan att hålla sin redovisning inför resten av klassen och få respons och konstruktiva förslag på hur de kan förbättras. • På det sista gruppmötet ska deltagarna prata igenom vad de har lärt sig – vad som fungerade bra och vad som kanske behövde mer arbete. Det här kan också innefatta förslag och tips mellan deltagarna på hur man hanterar nervositet när man pratar inför en grupp osv.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Blädderblockspapper och pennor Dator med PPT-redovisning

Övning 5	Namn/Typ av övning <i>Tala med självförtroende</i>
Lärandemål:	

Varaktighet:	120 min
Beskrivning av proceduren:	• Utbildaren introducerar ämnet att känna sig självsäker när vi pratar och sakerna som kan göra oss nervösa. Även fast vi alla blir nervösa ibland finns det saker vi kan göra för att övervinna vår nervositet och känna oss lugnare och mer självsäkra när vi pratar. Det här handlar inte bara om att hålla redovisningar eller när du är i större grupper – det handlar också om hur du pratar i intervjuer och i smågrupper. • Utbildaren delar in klassen i mindre grupper och varje grupp får sedan 5 minuter till att komma fram till hur de känner när de talar i en av dessa situationer: 1. Träffa vänner för att ta en fika 2. Träffa din bankman för att be om ett företagslån 3. Redovisa inför en grupp barn 4. Framlägga bevis i domstol 5. Sälja in din företagsidé • Få gruppen att diskutera hur de känner i var och ett av följande scenarier och anteckna på ett papper. Sedan uppmanar utbildaren gruppen att tänka på vad som utgör skillnaden i var och ett av dessa scenarier. Till exempel: Varför är det enkelt att prata med vänner men svårare att be om ett banklån? • Det handlar inte bara om storleken på publiken, utan om så många andra saker – be gruppen att tänka på det här – att tala inför en stor barngrupp är möjligtvis mindre skrämmande än att tala till en bankman. Varför tror du att det är så? • Vi använder olika språk när vi talar till olika grupper, så hur kan de känna sig mer självsäkra? Nämn saker som att öva på vad

	som ska sägas, andningsövningar, se till att de har förberett sig och kan sitt ämne och se till att du lyssnar på vad som frågas och sägs. Hur kan du annars känna dig mer självsäker?
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Blädderblock och pennor

10. ELASTICITET

Centrala lärandemål

- Att gemensamt kunna planera, organisera, (resurs, utföra och utvärdera ett entreprenörsprojekt/en samhällsbaserad aktivitet med användning av den gemensamma bakgrunden, kunskapen och erfarenheten.
- Att gemensamt kunna komma på idéer som är relevanta/stödjer lokalsamhället och att undersöka deras potential

Förvärvade kunskaper

- Identifiera och vidkänna hur vision och elasticitet fungerar.
- Rada upp ett antal hinder för vision och tillämpa tekniker för att övervinna dessa hinder.
- Ge exempel på hur vision fungerar i praktiken.
- Tillämpa metoder och tekniker för att effektivt hantera sina känslor och impulser på ett hälsosamt sätt.
- Tillämpa kunskap om hur man kan omvandla vision till realistiska planer och visa elasticitet.

Färdigheter

- Generera unik och innovativ vision.
- Demonstrera elasticitet för att göra upp realistiska planer.
- Tillämpa kommunikations- och självförvaltningsförmågor inom arbetet med ett entreprenörsprojekt, i vardagslivet och för att lösa svåra situationer och problem i världslivet.
- Vidkänna vägar ut ur svåra situationer och följa dem.

Kompetenser

- Upptäcka möjligheter
- Vara kreativ
- Ha vision
- Ha motiverande uthållighet
- Vara självmedveten
- Mobilisera andra.
- Mobilisera resurser.
- Hantera risker
- Ta initiativ

Elasticitet kan definieras som en människas förmåga att bibehålla balansen till följd av att ha blivit utsatt för en ogynnsam händelse. Med hänsyn till den sekundära forskningen IO1 och resultaten av seminarierna, har invandrarkvinnor upplevt liknande situationer som gjorde dem osäkra och rädda för att förlora allt. Trots att dessa kvinnor är intresserade av entreprenörskap och har vision, borde de också vara elastiska och motståndskraftiga för att övervinna eventuella hinder.

Det här utbildningsmaterialet kommer att fokusera på att utveckla de ovannämnda färdigheterna hos invandrarkvinnor.

10.1. TEORI

“Bambu är flexibelt, böjer sig med vinden men går aldrig av, kapabelt att anpassa sig efter alla givna förutsättningar. Det antyder elasticitet, vilket betyder att vi har förmågan att komma tillbaka även från de allra svåraste tiderna... Din förmåga att nå framgång beror, i slutändan, på din inställning till dina livsförutsättningar. Ta varje steg med värdighet, frambringa energi när det behövs, men håll dig alltid lugn på insidan”.

Ping Fu

Vad är elasticitet?

Trots att det inte finns en gemensam, vedertagen definition av konceptet⁵, kan det beskrivas som en människas förmåga att bibehålla balansen till följd av att ha blivit utsatt för en olycklig händelse. Elasticitet är inte ett tillstånd, utan en process av anpassning och utveckling inom ett riskfyllt landskap eller i en riskfylld situation. En elastisk person inte bara överlever, utan frodas i en föränderlig och osäker miljö genom att följa en dynamisk process av positiv anpassning⁶.



Den här bilden av en okänd upphovsmakare är licensierad under Creative Commons-licensen CC BY.

Elasticitet är nära anknutet till vision, livsuppgifter och grundvärderingar som en person har. Elastiska människor har förmågan att visualisera ett positivt uppdrag, effektivt kommunicera sina planer till andra och uppmuntra till starkt engagemang i händelseförloppet. Dessutom är att ha en vision en av de sju vanor som framgångsrika personer har, och rekommenderar inte bara att börja med slutet i åtanke, utan också att ha en djup förståelse för målen, värderingarna och de önskvärda resultaten. En elastisk person realiserar de ovannämnda egenskaperna i varje uppgift som han/hon tar sig an.

Ordet "elasticitet" används ofta för att representera övergripande anpassningsförmåga och krishantering, men det kan brytas ner i följande kategorier⁷:

⁵ King DD (2016). The untapped potential in employee resilience: specific recommendations for research and practice. *Industrial and organizational psychology* 9 (2):405-522.

⁶ Luthar, S., CICCHETTI, D., & Becker, B. (2000). The Construct of Resilience: A critical Evaluation and Guidelines for Future work. *Child Development*, 71, 543-569.

⁷ Hayward MLA, Forster WR, Sarasvathy SD (2010) Beyond hubris: How Highly confident entrepreneurs rebound to venture again. *Journal of Business Venturing* 25 (6):569-578.

Psykologisk elasticitet – psykologisk elasticitet hänvisar till förmågan att mentalt motstå eller anpassa sig till osäkerhet, förändringar och motgångar. Personer som uppvisar psykologisk elasticitet utvecklar överlevnadsstrategier och förmågor som gör det möjligt för dem att bibehålla lugn och fokus i en krissituation och gå vidare utan långsiktiga negativa konsekvenser.

Känslomässig elasticitet – det finns varierande grader av hur väl en person känslomässigt uthärdar stress och motgångar. Vissa människor är, till sin natur, mer eller mindre känsliga för förändring. Som resultat är känslomässigt uthålliga personer kapabla att hantera stress såväl som sina känslor på ett hälsosamt, positivt sätt.

Fysisk elasticitet – fysisk elasticitet hänvisar till kroppens förmåga att anpassa sig till utmaningar, bibehålla ork och styrka, och att återhämta sig snabbt och verkningsfullt. Det är en persons förmåga att fungera och återhämta sig när han/hon ställs inför sjukdomar, olyckor eller andra fysiska krav.

Samhällselasticitet – Samhällselasticitet hänvisar till förmågan hos grupper av människor att svara på och återhämta sig från olyckliga situationer, såsom naturkatastrofer, våldsbrott, ekonomiska svårigheter och andra utmaningar för deras samhällsgemenskap.

Varför är elasticitet viktigt?

Elasticitet:

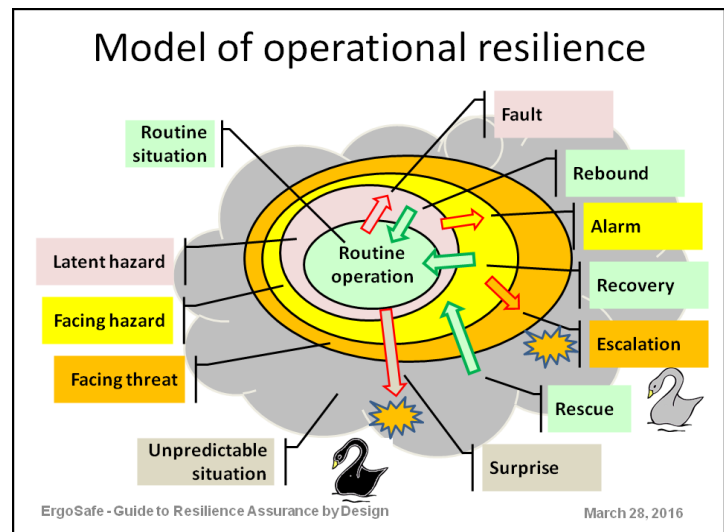
- kan aspirera nya entreprenörer⁸.
- ger människor styrkan som behövs för att hantera och övervinna svårigheter. Det är en inre kraft som motiverar dem att fortsätta kämpa så gott de kan.
- är förmågan att hantera stress och oförutsägbara utmaningar, och att frodas i sådana situationer och att kunna anpassa sig.
- kan hjälpa en person att hantera arbetsstress som påverkar personliga prestationsresultat.
- har förknippats med olika positiva tillstånd, däribland optimism, iver, nyfikenhet, energi och öppenhet för nya erfarenheter⁹. Positiva känslor tjänar också som en "buffert" mot arbetsstress på genom att möjliggöra för individer att göra positiva bedömningar av vad som annars kunde ha varit en stressfylld situation.

⁸ Bullough A, Renko M and Myatt T (2014) Danger zone entrepreneurs: The importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 38(3): 473-499 and Manzano G and Ayala JC (2013) Psychometric properties of Connor -Davidson Resilience Scale in a Spanish sample of entrepreneurs. *Psicothema* 25(2):251.

⁹ Tugade, M. M., & Fredrickson, B. L. (2004). Resilient Individuals Use Positive Emotions to Bounce Back from Negative Emotional Experiences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 320-333.

Teorier

Människor ställs inför alla typer av motgångar i livet. Det finns personliga kriser, såsom sjukdom, en närståendes bortgång, misshandel, mobbning, att förlora jobbet och ekonomisk instabilitet. Det finns den delade verkligheten av tragiska nyhets-händelser, såsom krig, terrorist-attacker, massskjutningar, naturkatastrofer och pandemier. Människor måste lära sig att uthärda och bearbeta väldigt utmanande livserfarenheter.



Den här bilden av en okänd upphovsmakare är licensierad under Creative Commons-licensen CC BY-SA.

Att utveckla elasticitet är både komplext och personligt. Det innefattar en kombination av inre styrkor och yttre tillgångar, och det finns inte en universell formel för att bli mer elastisk. Människor är olika och reagerar olika i olika situationer.

Studier har undersökt psykologiska influenser, personliga egenskaper och effekterna av tidigare erfarenheter på individen för att förutse vad en framgångsrik entreprenör gör. Enligt Schumpeter (1993) har en entreprenör "visionen" av att göra de rätta sakerna utan att analysera situationen. Genom att följa den här riktningen behöver entreprenörer särskilda mentala egenskaper och förmågor som hjälper dem att övervinna svårigheter och ovisshet¹⁰.

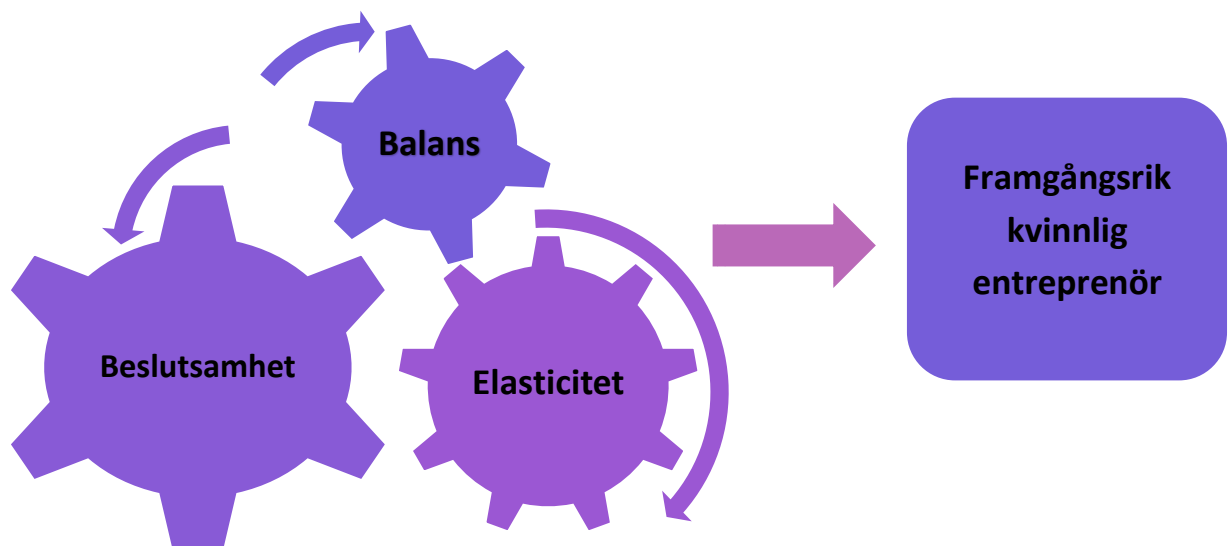
Enligt Achua och Lussier (2014), delas faktorerna för vilka kvinnor blir entreprenörer in i "pådrivande faktorer" och "attraherande faktorer". De pådrivande faktorerna¹¹ är de som anknyter till jobbfrustration, såsom bristen på möjligheter, inga eller små möjligheter att stiga i graderna och få en bättre position, ekonomiska kriser, brist på pengar, övergivande av familjen osv. Å andra sidan, är de "attraherande" faktorerna sådana som anknyter till strävan efter utveckling, sökandet efter självständighet, viljan att vara sin egen chef osv. I allmänna termer är det här faktorerna de egenskaperna som anknyter till personlig utveckling och fullföljandet av en livsplan.

¹⁰ Shumpeter, J. A (1993). Theorie der wirtschaftlichen Entwicklun. Berlin: Duncker & Humblot.

¹¹ Achua, C., & Lussier, R.N (2014). Entrepreneurial Drive ant the Informal Economy in Cameroon. Journa of Developmental Entrepreneurship, 19 (4),1-12.

Ayala och Manzano (2014) studerade sambandet mellan dimensionerna av elasticitet och framgångsrika entreprenörer¹². De upptäckte att det finns tre dimensioner av elasticitet (motståndskraft, påhittighet och optimism), som hjälper till att förutse företagsframgång. Resultatet har identifierat "påhittighet" som en nyckelfaktor för att förutse framgång i entreprenörskap (både för män och för kvinnor). Däremot är optimismen i företagsframgång större för kvinnor än för män. Självförmåga och elasticitet är särskilt viktiga för entreprenörskap.

Dessutom fann Tugade och Fredrickson (2004) att "det psykologiska tänkesättet som anknyter till elasticitet även speglas i kroppen." Det innebär att om en person har bättre fysiskt välmående, har han/hon bättre kapacitet att ta sig an sitt arbete och kommer att anpassa sig bättre efter motgångar.



Figur 1. Konceptuell modell av framgångsrika entreprenörkvinnors personliga egenskaper

De främsta teorierna om elasticitet

1. Michael Rutters Teori:

En kombination av faktorer bidrar till att bygga upp elasticitet och det finns inte en enkel att göra-lista för att ta sig igenom motgångar. Enligt Rutter (2006) kan elasticitet definieras som "ett interaktivt koncept som innefattar kombinationen av allvarliga riskupplevelser och en relativt positiv psykologisk utgång trots dessa upplevelser". Den här teorin stödjer att:

¹² Ayala, J. C., & Manzano, G. (2014). The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of. Journal of Economic Psychology.

- Elasticitet inte anknyter till individens psykologiska egenskaper, utan istället till förmågan att anpassa sig när man ges de rätta resurserna.
- Individer kan vara motståndskraftiga mot vissa riskfaktorer, men det beror alltid på de olika situationerna som de ställs inför.

2. Dr Norman Gamezys Teori:

Norman Gamezy definierade elasticitet som "inte nödvändigtvis oemottaglig för stress, utan snarare är elasticitet utformat för att spegla kapaciteten till återhämtning och bibehållit anpassat beteende som kan följa ursprungligt återtagande av oförmåga i och med inledandet av en stressfylld situation". Enligt den här inställningen är elasticitet en funktionell lämplighet trots en störande känslomässighet, som ett riktmärke för elastiskt beteende under stress.

3. Emmy Werners Teori:

Werner definierade elasticitet som "förmågan att effektivt uthärda intern stress av deras sårbarheter och yttre stress". Den här inställningen uppfattas som en ekologisk syn på elasticitet som fokuserar på de skyddande faktorerna. Werners teori antar att ju mer stressfylld en situation är, desto fler skyddande faktorer kommer att behövas.

4. Syniya Luthars Teori:

Luthar (2000) uppfattade elasticitet som "en dynamisk process som omfattar positiv anpassning inom ramen för svår motgång". Enligt Luthar är det två saker som är allra viktigast för någon att bli elastisk, och det är exponering för den viktiga stressen och uppnåendet av positiv anpassning. Enligt den här teorin finns det tre typer av skyddande faktorer:

- Skyddande-stabiliserande (trots den ökade risken ger attribut stabilitet till kompetens).
- Skyddande-förhöjande (involvera stress och stärka självförtroende inom sig själv).
- Skyddande men reaktiv (allmänna fördelar men inte med höga stressnivåer).

5. Ann Masten's Teori:

Enligt Masten (2011) är elasticitet "kapaciteten för ett dynamiskt system att anpassa sig till störningsmoment som hotar systemets funktion, livskraft eller utveckling". Masten stödjer att för att en person ska bli elastisk, måste han/hon ha positiv anpassning, vilket hänvisar till att tillgodose utvecklingsuppgifter och grundläggande mänskliga anpassningssystem (anknytningsrelationer och föräldraskap, självreglerande system för känslor osv.).

6. Michel Unger's Teori:

Unger definierade elasticitet som ”mer en individs samlade karaktärsdrag. Det är strukturen runt individen, tjänsterna som individen tar emot, sättet som kunskap om hälsa fås på, som alla kombineras med individers egenskaper som tillåter dem att övervinna motgångar som de möter och att kartlägga vägar mot elasticitet”. Enligt Unger (2011) finns det fyra principer som det är viktigt att ta i beaktning, och de är decentralitet, komplexitet, atypikalitet och kulturell relativitet.

Unger föreslog inte att barnet inte har någonting att göra med elasticitet, men han fokuserade på att betoningen borde ligga på naturen av social och fysisk ekologi, sedan på interaktion mellan barnet och miljön, och slutligen på barnet.

Kom ihåg

Elasticitet är ”grundstyrkan som du använder för att lyfta livets bördor”

Amit Sood, M.D.

Centrala elasticitetsfärdigheter ¹³

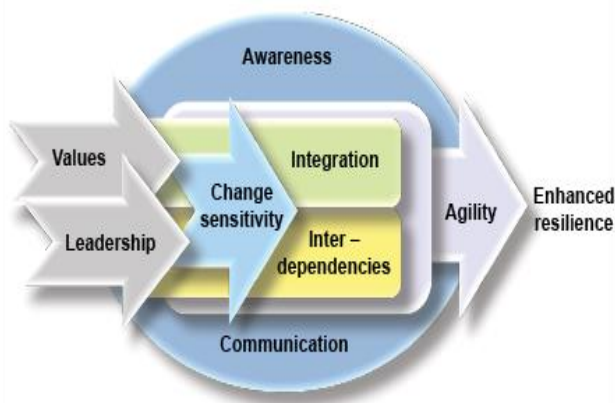
Enligt Glicken, M.D. (2006) har elastiska personer vissa eller alla av de följande färdigheterna:

- Fokus på kontroll – att fokusera på hur de, i motsats till yttre krafter, kan kontrollera resultatet av händelser.
- Att mobilisera källor och andra eftersom att de förlitar sig på familj, vänner och kollegor när det behövs.
- Problemlösning – att identifiera sätt inom deras kontroll för att arbeta med och lösa ett problem.
- Optimism – vid motgångar tror de på sin förmåga att hantera situationen.
- Uthärdande – att hitta tekniker för att minska stress och ångest.
- Egenvård – att prioritera sin egen psykiska, känslomässiga och fysiska hälsa.
- Självmedvetenhet – att känna till sina styrkor och svagheter, och hur man använder sina interna resurser.
- Generera unik och innovativ vision.
- Påvisa motiverande uthållighet.
- Tillämpa kommunikation och självförvaltning vid arbete med ett entreprenörsprojekt, i vardagslivet och för att lösa svåra situationer och problem i tex. världslivet.
- Upptäcka möjligheter och ta initiativ – att vidkänna sätt att ta sig ur svåra situationer och följa dem för att uthärda risker.

¹³ Glicken, M. D. (2006). Learning from resilient people: Lessons we can apply to counselling and psychotherapy. Sage.

Träna dig själv till att bli elastisk

Forskningen bedriven av Barr, S., & Devine-Wright, P. (2012) har visat att sociala system som tillhandahåller stöd i kristider eller vid trauman främjar elasticitet hos individen¹⁴. Socialt stöd kan innefatta närmaste eller utökad familj, samhällsgemenskap, vänner och organisationer. Att lära sig att bli elastisk handlar inte om att komma underfund med hur man "ler och hårdar ut" eller helt enkelt "kommer över det". Det handlar inte om att lära sig att undvika hinder eller att stå emot förändring.



Den här bilden av en okänd upphovsmakare är licensierad under Creative Commons-licensen CC BY-NC.

Att bygga upp elasticitet är en process genom vilken människor använder flexibilitet för att reformera sätt på vilka de kan hantera svåra situationer och lära sig att anamma en styrkebaserad inställning till att ta sig igenom hinder och problem.

Om vi betraktar elasticitet som en process, kan vi följa nästkommande steg för att bygga upp vår elasticitetsförmåga:

- **Utveckla självmedvetenhet** – att förstå hur du vanligtvis reagerar på stress och motgångar är det första steget mot att lära sig anpassningsstrategier. Självmedvetenhet omfattar också att förstå dina styrkor och att vara medveten om dina svagheter.
- **Utveckla självregleringsfärdigheter** – att förbli fokuserad på stress och motgångar är viktigt men inte enkelt. Tekniker för att minska stress, såsom vägledande bilder (en meditationsteknik) andningsövningar och medveten närvaro-träning kan hjälpa individer att styra sina känslor, tankar och beteenden.
- **Lära sig överlevnadsstrategier** – Strategier för att uthärda och lösa problem hjälper till att bemyndiga en person som måste bearbeta motgångar och övervinna svårigheter. Det finns många överlevnadsstrategier som kan vara användbara vid hantering av stressfulla och utmanande situationer, däribland att skriva dagbok, omforma tankar, motionera, spendera tid utomhus, socialisera, förbättra sin sömn och att få utlopp för sin kreativitet.
- **Öka optimism** – människor som är mer optimistiska tenderar att känna att de har större makt och kontroll över sina resultat. För att förhöja optimism bör du fokusera på vad

¹⁴ Barr, S., & Devine-Wright, P. (2012). Resilient communities: sustain abilities in transition. *Local Environment*, 17(5), 525-532.

du kan göra när du ställs inför en utmaning, och identifiera positiva, problemlösningstrategier som du kan tillämpa.

- **Stärka personliga förbindelser** – stödsystem kan spela en avgörande roll i elasticitet. Stärk dina nuvarande sociala förbindelser och hitta möjligheter att skapa nya.
- **Vidkänn till dina styrkor** – människor känner sig med kapabla och självsäkra när de kan identifiera och utgå ifrån sina talanger och styrkor.
- **Ha en realistisk planering** – förmågan att utarbeta och genomföra realistiska planer hjälper individer att använda sina styrkor och fokusera på uppnåeliga mål.
- **Stärk ditt självförtroende** – en positiv känsla av jaget och tilltro till sina egna styrkor kan motverka känslor av hjälplöshet när man ställs inför motgångar.
- **Förbättra dina kommunikationsfärdigheter** – att kunna kommunicera tydligt och effektivt hjälper människor att söka stöd, mobilisera resurser och agera.
- **Ha kontroll över dina känslor** – att kunna hantera potentiellt överväldigande känslor (eller söka hjälp för att arbeta igenom dem) hjälper människor att bibehålla fokus för att övervinna en utmaning.

Forskning på elasticitetsteori visar att elasticitet inte är någonting som människor tar till enbart vid överväldigande motgångar. Det stärks när människor möter alla typer av stress på en daglig basis och när skyddande faktorer kan näras.

Elasticitetstekniker

Tips för att bli mer elastisk enligt det amerikanska psykologförbundet (2012):

- **Stärk dina personliga förbindelser**
- **Prioritera relationer** – att ansluta sig till empatiska och förstående människor kan påminna dig om att du inte är ensam. Fokusera på att hitta trovärdiga och medmänskliga individer och kollegor som bekräftar dina känslor. Smärtan av traumatiska händelser kan leda vissa människor till att isolera sig själva, men det är viktigt att ta emot hjälp och att få stöd från de som bryr sig om dig.
- **Gå med i en grupp** – utöver parrelationer upplever vissa människor att aktivt deltagande i samhällsgrupper, trossamfund eller andra lokala organisationer tillhandahåller socialt stöd och kan hjälpa dem att hoppas och tro.
- **Främja välmående.**
- **Ta hand om din kropp** – egenvård är en legitim övning för mental hälsa och stärkandet av elasticitet. Det sker eftersom att stress är lika mycket psykiskt som det är fysiskt. Ordentlig näring, tillräckligt med sömn, vätska och regelbunden träning kan stärka din kropp så att du kan anpassa dig till stress och minska spänningen av känslor såsom ångest eller depression.

- **Utöva medveten närvaro** – Avslappnande yoga och andra spirituella övningar såsom böner eller meditation kan också hjälpa människor att skapa kontakter och få tillbaka hoppet, vilket kan hjälpa dem att hantera situationer som kräver elasticitet. När du skriver dagbok, mediterar eller ber, så fundera på positiva aspekter av ditt liv och minns det som du är tacksam för, även under svåra personliga prövningar.
- **Undvik negativt utlopp** – fokusera på att ge din kropp resurser för att hantera stress, snarare än att söka sätt för att eliminera känslan av stress.
- **Hitta ett syfte och en mening.**
- **Hjälp andra** – arbeta som volontär på ett lokalt härbärge eller stöd helt enkelt en vän som behöver det. På det här sättet kan du uppleva att du har ett större syfte, du kan främja ditt egenvärde, ansluta till andra människor och samtidigt hjälpa andra. Allt detta kan bemyndiga dig att bli mer elastisk.
- **Var proaktiv** – det hjälper att vidkänna och acceptera dina känslor i svåra tider, men det är också viktigt för att du ska kunna främja självupptäckt.
- **Rör dig mot dina mål** – Sätt upp realistiska mål och gör någonting regelbundet - även om det framstår som en liten bedrift kommer det att hjälpa dig att närma dig saker som du vill uppnå och genomföra.
- **Leta efter möjligheter till självupptäckt** – att känna sig sårbar kan öka känslan av egenvärde och höja uppskattningen av livet.
- **Omfamna positiva och hälsosamma tankar**
- **Sätt saker i perspektiv** – hur du tänker kan spela en betydande roll i hur du känner, och hur elastisk du är när du ställs inför motgångar. Försök att identifiera områden av irrationellt tänkande, såsom en tendens att katastrofiera svårigheter eller att anta att världen är ute efter dig, och anamma ett mer balanserat och realistiskt tankemönster. Till exempel, om du känner dig överväldigad av en utmaning, så påminn dig själv att det här inte är en permanent situation. Allting handlar om ditt synsätt och perspektiv.
- **Acceptera förändring** – acceptera att förändring är en del av livet. Så försök att hitta sätt att anpassa dig på. Du kanske ser möjligheter och intressanta saker som du aldrig hade kunnat förstålla dig tidigare.
- **Bibehåll en hoppfull syn på livet** – Försök att vara positiv. En optimistisk livssyn bemyndigar dig att förvänta dig att positiva saker kommer att hända dig. Försök att visualisera vad du vill ha, snarare än att oroa dig för det du fruktar.
- **Lär dig av dina erfarenheter** – genom att blicka tillbaka på vem eller vad som var till hjälp i tidigare stunder av nöd, kan du kanske upptäcka hur du kan svara effektivt på nya svåra situationer.
- **Be om hjälp.**
- **Att få hjälp när du behöver** det är absolut nödvändigt för att stärka din elasticitet. Det som är viktigt att komma ihåg är att du inte är ensam på resan. För många människor kan användningen av deras egna tillgångar och strategier vara tillräckligt för att stärka

deras elasticitet, men ibland kan en individ känna sig låst eller ha svårigheter med att göra framsteg på vägen mot elasticitet.

10.2. ÖVNINGAR

Övning 1		Namn/Typ av övning: <i>Videogranskning</i>	
Lärandemål:		Att förstå konceptet "elasticitet" genom ett audiovisuellt medium.	
Varaktighet:		1-2 timmar.	
Beskrivning av proceduren:		Eleven väljer en eller flera videoklipp som finns tillgängliga på YouTube utifrån en lista med föreslagna filmtitlar, och går sedan vidare med att titta på det/dem och reflektera över det/dem.	
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)		Titlar på valda videor och relevanta länkar för eleven att välja bland och titta på: • 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) • Andra.	

Övning 2		Namn/Typ av övning: <i>Litteraturanalys</i>	
Lärandemål:		Att ta reda på mer om konceptet "elasticitet".	

Varaktighet:	8-40 timmar (beroende på antalet böcker).
Beskrivning av proceduren:	Eleven väljer en eller flera böcker från en lista med föreslagna boktitlar för att utöka sin kunskap om konceptet "elasticitet". Han/hon behöver hyra, köpa eller hitta boken/böckerna på internet och studera konceptet mer ingående.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Titlar på valda böcker för eleven att välja och läsa: • "Freedom from Anxious Thoughts and Feelings: A Two-Step Mindfulness Approach for Moving Beyond Fear and Worry" av Scott Symington, PhD. • "Alternativ B: Facing Adversity, Building Resilience, and Finding Joy" av Sheryl Sandberg och Adam Grant. • "How to Change Your Mind: What the New Science of Psychedelics Teaches Us About Consciousness, Dying, Addiction, Depression, and Transcendence" av Michael Pollan. • "Beauty in the Broken Places: A Memoir of Love, Faith, and Resilience" av Allison Pataki. • Andra.

Övning 3		Namn/Typ av övning: "Byggnadsplan för elasticitet" Arbetsblad	
Lärandemål:		Sydney Ey, Ph.D., biträdande professor vid institutionen för psykiatri vid Oregons hälsa- och forskningsuniversitet, har utarbetat ett arbetsblad för utformandet av byggnadsplaner för elasticitet.	
Varaktighet:		1-2 timmar (för att utarbeta planen och genomföra övningen).	
Beskrivning av proceduren:		Eleven utformar sin egen "byggnadsplan för elasticitet" och övar på de relevanta färdigheterna. Eleverna rekommenderas att vara öppna för att inte göra dem alla perfekt och att vara nyfikna på vad de kommer att lära sig om sig själva och om andra genom processen.	
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)		Länk till "byggnadsplan för elasticitet" arbetsblad: https://www.acponline.org/system/files/documents/about_a_cp/chapters/or/resilience_building_plan_worksheet.pdf.	

Övning nr.4 Namn/Typ av övning: <i>Tio minuter/dagar spelaktivitet</i>	
Lärandemål:	“SuperBetter” är en spelapplikation som är utformad för att förbättra elasticitet. Jane McGonigal, stressforskare, utformade spelet för att hjälpa människor att bli bättre kapabla att ta sig igenom en svår situation och mer benägna att uppnå målen som betyder allra mest.
Varaktighet:	10 minuter per dag.
Beskrivning av proceduren:	Spelaktiviteter tillhandahåller ett sätt att lyfta fram styrkorna som eleven redan uppvisar i livet: optimism, kreativitet, mod och beslutsamhet. Spelet tillhandahåller en säker plats att utöva dessa färdigheter på, och sedan kan de överföras till det verkliga livet. Det är vad som förväntas av eleverna genom den här övningen.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Länk till spelapplikationen “SuperBetter”: https://www.superbetter.com/ . Eleverna kan ladda ner spelet från: • Play store • iTunes.

Övning nr.5 Namn/Typ av övning: <i>Höja elasticitet genom kreativitet</i>	
Lärandemål:	Kreativitet är en resurs för att hantera stress och höja elasticitet. Det kan utföras genom att ta upp en ny, kreativ vana eller genom att se saker på ett nytt, annorlunda sätt.
Varaktighet:	1-2 timmar (för att titta på videofilmen och skapa planen för sin slöjdaktivitet). Tiden för att genomföra aktiviteten beror på den valda typen av slöjd- eller hantverksarbete. Specifik tid borde avsättas för övning varje dag eller på regelbunden basis.
Beskrivning av proceduren:	Eleven går utanför sin bekvämlighetszon för att utforska livet genom en ny slöjd- eller hantverksaktivitet. Han/hon borde överväga att gå en kurs eller att köpa verktyg/material i en hobbyaffär för att prova någonting nytt: rita, måla, skissa, använda lera, osv. YouTube tillhandahåller många gör-det-själv-hantverksidéer och projekt som varierar i svårighetsgrad, kostnad och engagemang.

Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint- presentationer osv.)	Länk till stödjande PPT-presentation: http://www.resiliencyohio.org/videos/resiliency_trauma_training_series_session_2.mp4 .
--	--

11. PLANERING/FÖRVALTNING

Centrala lärandemål (*upp till 5*)

- Gemensamt kunna utarbeta en åtgärdsplan för den samhällsbaserade aktiviteten och genomföra den framgångsrikt.
- Förmåga till "proaktivt beteende"
- Förmågan att sätta upp mål och fastställa prioriteringar
- Förmågan att göra upp en plan för entreprenörsprojektet
- Förmågan att förvalta resurser och arbetslaget
- Förmågan att lösa problem

Förvärvade kunskaper (2-4)

- Förstå konceptet och betydelsen av smarta mål i livet och i entreprenörskap
- Förstå grunderna för planering i entreprenörskap
- Förstå grunderna för projektledning
- Kunskap om grundläggande metoder och verktyg för problemlösning i projektledning

Färdigheter (2-4)

- Använda den smarta mål-metoden i praktiken
- Använda planering för olika livssituationer och det egna entreprenörsprojektet (scenarioplanering)
- Tillämpa olika verktyg för förvaltning och problemlösning

Kompetenser (2-4)

- Vision
- Mobilisera resurser
- Mobilisera andra

11.1. TEORI

”Bara för att du utarbetade en bra plan, så betyder inte det att det är vad som kommer att hända.”

Taylor Swift



VAD ÄR EN PLAN?

- ✓ En uppsättning beslut om hur man ska göra någonting i framtiden (dictionary.cambridge.org)
- ✓ En serie steg som ska utföras eller mål som ska genomföras (definitions.net)
- ✓ En metod för att uppnå någonting som du har utarbetat i detalj i förväg (collinsdictionary.com)

VAD ÄR EN PLANERING?

- ✓ Handlingen eller processen av att göra upp en plan för att uppnå eller göra någonting (merriam-webster.com)
- ✓ Processen av att bestämma i detalj hur man ska göra någonting innan man faktiskt börjar göra det (collinsdictionary.com)
- ✓ Handlingen eller processen av att skissa upp planer eller scheman för vissa projekt (definitions.net)
- ✓ En systematisk och strukturerad metod för att framgångsrikt uppnå en persons eller gruppns önskvärda mål (economictimes.indiatimes.com)

“plans are worthless,
but planning is
everything”

Dwight D. Eisenhower,
US President 1948 - 1953



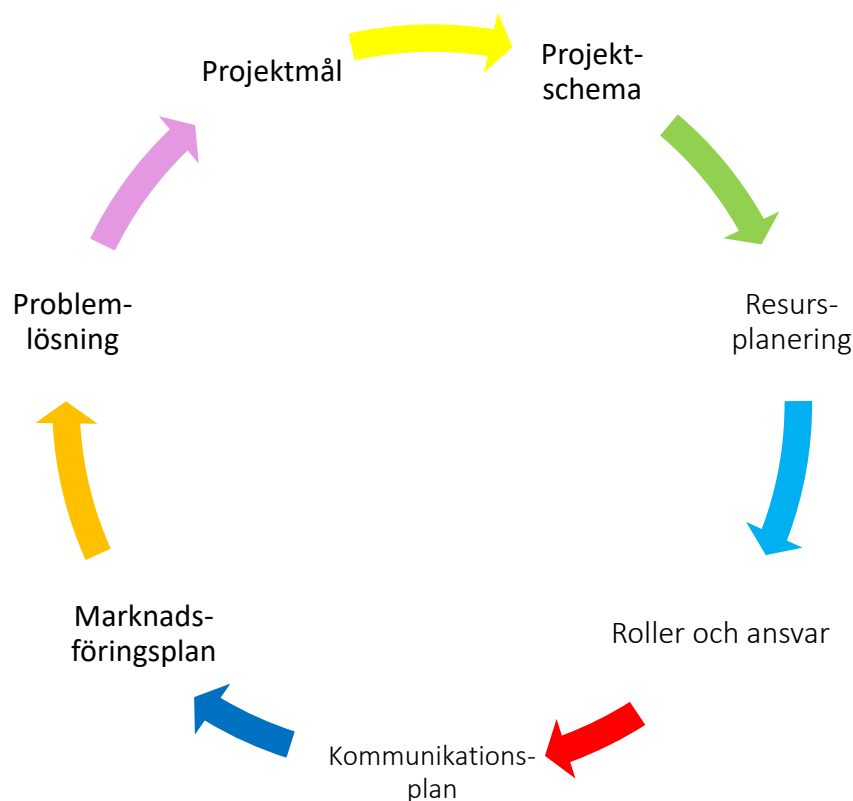
PLANERING I ENTREPRENÖRSKAP INNEFATTAR:

Projektidé

Att komma på idéer till ett entreprenörsprojekt, du kan använda verktygen för kreativt tänkande.

Planering av projektet

Det är ett väldigt viktigt steg i utvecklingen och genomförandet av ett entreprenörsprojekt. Den här processen kan inkludera åtminstone ett fåtal viktiga steg:



Projektmålen

För att sätta upp mål kan du använda metoden "SMART-mål". Konceptet "SMART-mål" omnämndes för första gången i en artikel av George T. Doran i novembernumret 1981 av Management Review. Sedan den introduktionen har många experter på företagsledning formulerat SMART-akronymen på olika sätt. Så här uttryckte Doran den ursprungligen:

S står för Specifikt: målet är detaljerat. Det identifierar den precisa aspekten av prestation som förbättras av målet.

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

M står för Mätbart: det finns en metrisk eller någon form av mätenhet för målet. På det här sättet kommer du att veta exakt när du har uppnått det specifika målet.

A står för Uppnåeligt (på engelska *achievable*): du kan tilldela det specifika målet till någon i din grupp (eller en grupp av människor) som sedan kommer att vara ansvarig för att uppnå det. (Notera att människor ibland kallar A "Handlingsbart" (på engelska *Actionable*). Det här innebär att det finns praktiska handlingar som du kan utföra för att nå målet. Vissa kallar det ofta "åtkomlig" (på engelska *Attainable*), vilket i princip är en synonym till "realistiskt").

R står för Realistiskt: även fast vi alla älskar vild framgång, är SMART-mål sådana som är realistiskt uppnåeliga, med hänsyn till tid eller ekonomiska begränsningar. (Notera att i formuleringar där "A" står för "Åtkomligt" (på engelska *Attainable*), tillskrivs "R" ofta "Relevant". Det innebär att målet kommer hjälpa ditt företag att uppfylla sitt huvudsakliga syfte och uppdrag).

T står för Tidsrelaterat (eller Tidsbundet): ditt mål medför ett slutdatum som har en specifik tidsram associerad med det. Vid tiden för det måldatumet förväntar du dig att uppnå ditt mål (<https://www.entrepreneur.com/>).



Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

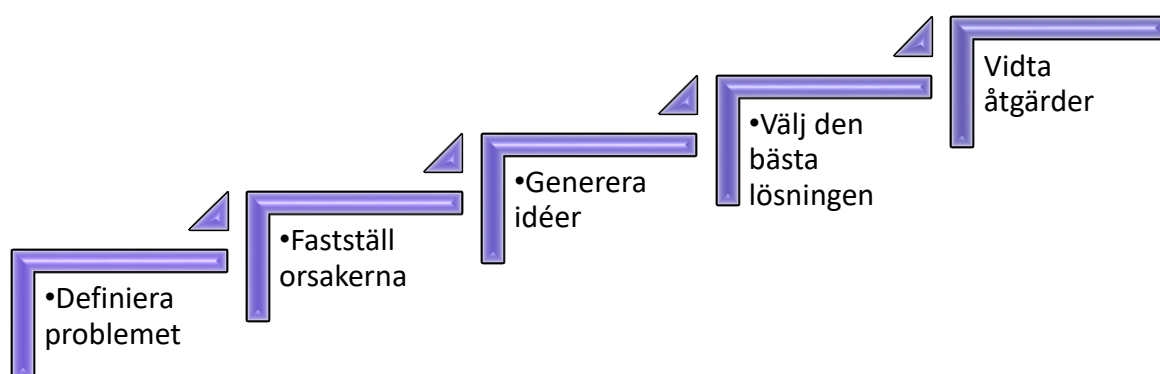
Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

Resursplanering och förvaltning

Resursplanering innefattar: utrustning, verktyg, leveranser, material och viktigast av allt – människor. Resursplanen är en detaljerad lista över resurser och tillgångar samt sätten att förvalta dem under projektets gång. Resursplanering, i korthet, är ekonomisk planering. Stegen i en resursplan består av att: fastställa resurser, anskaffa resurser, förvalta resurser och kontrollera resurser (projectmanager.com).

Problemlösning

Problemlösning borde spela en väldigt viktig roll i utförandet av ett entreprenörsprojekt. Det finns en metod som definierar fem problemlösningsssteg. De här stegen kan tillämpas på alla typer av problem:



Problemlösningstekniker: En 5-stegsmetod (Källa: project-management-skills.com)

11.2. ÖVNINGAR

Övning 1	Namn/Typ av övning
<i>Test för proaktivt beteende</i>	
Lärandemål:	- Förmåga till "proaktivt beteende" - Förmågan att lösa problem
Varaktighet:	1 timme
Beskrivning av proceduren:	Individuellt test, gruppdiskussion Instruktioner: 1 Utbildaren delar ut förberedda formulär med testfrågor till deltagarna. 2 Utbildaren förklarar för deltagarna att reaktiva människor rättfärdigar alla sina problem med yttre omständigheter. De följer strömmen, beskyller andra för sina problem och känner sig som offer. Samtidigt tar proaktiva människor ansvar för sina liv och erkänner att det beror på deras beslut. Deras beteende är deras medvetna val. Deras aktivitet är inte baserad på andras åsikter, utan istället på de inre värderingarna som de själva har valt. Proaktiva människor är kapabla att planera både sina liv och sina egna företag. 3 Därefter delar utbildaren ut kort med alternativ för beteenden i dessa situationer (alternativ 1, alternativ 2). 4 Efter att deltagarna har genomfört testet, räknar de ut sina egna resultat med vägledning av utbildaren. De har en gemensam diskussion. I det här skedet är det viktigt att samtliga deltagare kan identifiera sina egna barriärer för proaktivt beteende.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Papper, pennor, formulär med testfrågor. Bilaga I.

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

Bilaga I. Ett formulär med testfrågor för att fastställa proaktivt beteende

Välj det mest lämpliga svaret:

Alternativ 1: jag har inget jobb. Det finns ingenting jag kan göra för att hjälpa mig själv eller min familj.	
Alternativ 2: Ja, jag har inget jobb, men det är värt att titta på möjligheterna att bli egenanställd.	
Alternativ 1: Jag är den jag är och det kommer inte att förändras.	
Alternativ 2: Jag kan välja hur jag reagerar på svårigheter och möjligheter.	
Alternativ 1: Min chef är en sådan usling! Vilket pris! Bara skriker och ger dumma instruktioner.	
Alternativ 2: Ja, chefen är inte en gåva. Jag ska försöka att upprätta en relation, men det fungerar inte – Jag får hitta ett annat jobb.	
Alternativ 1: Matpriserna har gått upp så mycket att jag inte längre har råd att köpa mina favoritfrukter.	
Alternativ 2: Ja, priserna har gått upp. Jag måste komma på hur jag kan tjäna mer pengar.	
Alternativ 1: Jag var på ett café med mitt barn. Hon var helt enkelt hemsk! Hon skrek så att det hördes i hela lokalen, och hon tappade tallriken. Jag var tvungen att straffa henne.	
Alternativ 2: Ja, det visade sig bli pinsamt – min dotter betedde sig högljutt inne på caféet. Så vi går till en park istället.	
Alternativ 1: Jag har ingen tid för engelska, jag har två barn. Det är synd, men tydligen var det mitt öde att arbeta hela mitt liv med ett lågkvalificerat jobb.	
Alternativ 2: Språket är viktigt nu för tiden, men att ha två barn gör det svårt att hitta tid till att studera. Jag ska studera på tunnelbanan till och från jobbet. Jag kommer att ha två timmar om dagen.	
Alternativ 1: Jag har en idé om att starta mitt eget företag. Ja, idén är bra, men det kommer att bli svårt att förverkliga den. Tydligen kommer jag inte att försöka..	
Alternativ 2: Idén kräver vissa resurser och tillgångar, men det är det värt. Jag ska förbereda en bra affärsplan.	
Alternativ 1: Jag har ofta idén om att starta mitt eget företag. Men det här kräver mycket kommunikation med andra människor. Jag tror inte att jag klarar det. Jag är rädd!	
Alternativ 2: Ja, du måste kommunicera mycket. Men den som inte lär sig någonting kommer inte att lyckas. Jag kan göra vad som helst!	
Alternativ 1: Jag kom till ett nytt land. Allting är främmande för mig här. Det verkar som att jag aldrig kommer kunna anpassa mig.	
Alternativ 2: Jag är ansvarig för mitt eget liv. Det finns många möjligheter till självutveckling och självförverkligande. Jag kommer helt säkert komma underfund med hur jag kan ta vara på dem.	

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

Instruktioner: Deltagarna måste välja det alternativ som passar dem bäst. Om alternativ 1 dominerar har deltagaren en benägenhet för reaktivt beteende, och om alternativ 2 dominerar har deltagaren en benägenhet för proaktivt beteende.

Övning 2 Namn/Typ av övning <i>Tekniken «Ta-Da»</i>	
Lärandemål:	- Gemensamt kunna utarbeta en åtgärdsplan för den samhällsbaserade aktiviteten och genomföra den framgångsrikt. - Förmåga till "proaktivt beteende" - Förmågan att sätta upp mål och fastställa prioriteringar - Förmågan att göra upp en plan för entreprenörsprojektet - Förmågan att lösa problem
Varaktighet:	2 timmar
Beskrivning av proceduren:	Individuellt arbete, idékläckning, gruppdiskussion. Instruktioner: - Utbildaren uppmanar deltagarna att arbeta mer specifikt med deras idéer om att starta egna företag och att göra upp en minihandlingsplan. - Utbildaren borde förklara för deltagarna att enligt «Ta-Da»-tekniken, borde planeringen ske enligt följande algoritm: T – tänk A – fråga (på engelska <i>ask</i>) D – besluta (på engelska <i>decide</i>) A – agera - Sedan delar utbildaren ur de lämpliga formulären till deltagarna, som de måste fylla i i medsols riktning. - När övningen är avslutad följer en gruppdiskussion om resultaten. Deltagarna borde dela med sig av sina intryck och tala om vilka svårigheter de stötte på under övningen. Utbildaren borde också fråga

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

	deltagarna vilka andra handlingar och åtgärder som kan skrivas i rutorna för att uppnå målet till max. Deltagarna kan dela med sig av förslag till varandra.
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Papper, pennor, brevhuvud med en ruta vikt enligt "Ta-Da"-tekniken. Bilaga II.

Bilaga II. Formulär för "Ta-Da"-övningen

Vad är viktigt att tänka på?	Villkor	Vad är viktigt att fråga och vem?	Villkor
1.		1.	
2.		2.	
3.		3.	
4.		4.	
5.		5.	
Exakt vad är viktigt att göra?	Villkor	Vad är viktigt att våga?	Villkor
1.		1.	
2.		2.	
3.		3.	
4.		4.	
5.		5.	

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

Övning 3		Namn/Typ av övning «LEGO»
Lärandemål:	- Förmåga till "proaktivt beteende" - Förmågan att förvalta resurser och arbetslaget - Förmågan att lösa problem	
Varaktighet:	1 timme	
Beskrivning av proceduren:	Gruppledning. Instruktioner: 1. Utbildaren måste dela in deltagarna i smågrupper om två eller fler personer och välja en ledare som inte ingår i någon av grupperna. 2. Utbildaren måste bygga en arbiträr struktur av legobitar på 10 minuter. 3. Därefter har grupperna exakt 10 minuter på sig att återskapa den här strukturen genom att använda legobitar med samma färg och form. Men bara en deltagare från varje grupp kan se den ursprungliga konstruktionen. Den här deltagaren måste tydligt och korrekt beskriva dimensionerna, färgerna och formen av den ursprungliga konstruktionen. 4. Efter att ha genomfört övningen borde utbildaren ställa följande frågor till deltagarna: ○ Vad hjälpte dig att fullfölja uppgiften? ○ Vilka kommunikationsformer dominerade: verbala eller icke-verbala? ○ Enligt din åsikt, hur viktigt är kommunikation i samarbete? ○ Enligt din åsikt, hur viktigt är det för en ledare att kunna kommunicera med gruppen? Varför tycker du så? Övningen kommer hjälpa deltagarna att förstå vikten av effektivt informationsutbyte i gruppledning.	

Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Legokonstruktör
---	-----------------

Övning 4	Namn/Typ av övning "SMART-mål"
Lärandemål:	• Gemensamt kunna utarbeta en åtgärdsplan för den samhällsbaserade aktiviteten och genomföra den framgångsrikt. • Förmågan att sätta upp mål och fastställa prioriteringar • Förmågan att göra upp en plan för entreprenörsprojektet • Förmågan att lösa problem
Varaktighet:	3 timmar
Beskrivning av proceduren:	Individuellt arbete, idékläckning, helklassdiskussion. Instruktioner: 1. Utbildaren förklarar för deltagarna att när de planerar sina egna företag är det väldigt viktigt att kunna sätta upp mål på rätt sätt. Du kan använda SMART-målsmetoden. 2. Utbildaren borde understryka att när man sätter upp mål med SMART-metoden måste man också ställa sig själv rätt frågor: (A) Målet måste vara tydligt och ta hänsyn till detaljerna på marknaden, relevanta för det framtida företaget (specifikt). Fråga: Vad exakt vill jag uppnå / förbättra / förändra? Exempel: Att sälja bakverk av hög kvalitet till boende i det här stadsområdet och att uppnå lönsamhet inom en snar framtid. (B) Målet borde utgå från uppnåendet av specifika siffror i absoluta eller procentuella termer (mätbart). Fråga: Vilka resultat kommer att visa uppnåendet av målet? Hur mycket behöver jag sälja? Exempel: Sälj för 3000-4000 euro varje månad.

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

(C) Målen måste vara både uppnåeliga och ambitiösa. Samtidigt är det viktigt att beakta de tillgängliga resurserna (uppnåeligt, på engelska *achievable*)

Fråga: Är inte mitt mål för komplicerat eller för enkelt? Vad kan motverka dess uppnående, och vad kan hjälpa?

Exempel: Ett bageri bredvid har sålt sina produkter i omkring 10 år och har många stamkunder. Jag kan uppnå ett bättre resultat genom att fokusera på att producera produkter för veganer.

(D) Målet borde vara kompatibelt med tillgängliga resurser (ekonomi, arbetskraft osv.) och vara så realistiskt som möjligt.

Fråga: Varför behöver jag resultatet av att uppnå målet? Vad har jag som är så speciellt att det kommer att hjälpa mig att uppnå mina mål?

Exempel: Jag vet själv hur man lagar mat och jag har ett lag med likasinnade personer som är utmärkta yrkespersoner och som har en okonventionell inställning till sitt arbete.

(E) Ett slutdatum borde fastslås för de mellanliggande och de slutgiltiga resultaten, efter vilka det kommer att vara tydligt hur nära det planerade resultatet är.

Fråga: Hur lång tid kommer det att ta för mig att lyckas? När borde det planerade resultatet ha nåtts?

Exempel: 2 år.

3. Därefter ber utbildaren deltagarna att definiera sina eget mål och utvärdera dem enligt SMART-metoden, först enskilt.
4. Därefter presenterar deltagarna resultaten av sitt arbete för de andra deltagarna för att från dem få en bedömning av det presenterade målet med SMART-metoden: varje deltagare kan lyssna på andra deltagares förslag och göra lämpliga anpassningar i skapandet av sina mål. Utbildaren borde se till att förslagen från andra deltagare är konstruktiva.

Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint- presentationer osv.)	Papper, pennor.
--	-----------------

Övning 5		Namn/Typ av övning <i>Eisenhowermatrisen</i>
Lärandemål:	- Förmågan att sätta upp mål och fastställa prioriteringar - Förmågan att göra upp en plan för entreprenörsprojektet - Förmågan att lösa problem	
Varaktighet:	2 timmar	
Beskrivning av proceduren:	Instruktioner: - Utbildaren förklarar för deltagarna att förmågan att prioritera rätt är väldigt viktig i processen för att planera deras egna företag. Du kan använda Eisenhowermatrisen. - Utbildaren talar om för deltagarna att meningen med Eisenhowermatrisen är att utvärdera en specifik uppgift utifrån parametrarna betydande /brådskande och att sortera att-göra-listan enligt den här principen. Externt är matrisen en ruta som är indelad i fyra block. För bekvämlighetens skull kan de tilldelas olika färger. Varje kvadrant har sitt eget förhållande mellan betydande och brådskande. - Därefter förklarar utbildaren principen för övningen, och delar också ut papper och pennor till deltagarna så att de kan öva på att sortera och fördela alla nödvändigheter för att kunna starta sina egna företag efter prioritet. - Efter att ha genomfört övningen borde utbildaren sammanfatta genom att ställa följande frågor: - Var det svårt för dig att genomföra övningen? - Kommer den här övningen hjälpa dig att planera uppnåendet av målen för ditt framtida företag i mer detalj? - Hur då exakt?	

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

	○ Är det möjligt att använda den här övningen i ditt vardagsliv?
Stödmaterial: (Litteraturreferenser, användbara länkar, videor, PowerPoint-presentationer osv.)	Papper, pennor. Bilaga III.

Bilaga III. Metoder för att utföra övningen.



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

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

12. KUNDINSIKT

Från ett teoretiskt perspektiv kommer kundinsikt att leda till en ökad förståelse för kunder. Det här behövs för att kunna utforma en mer passande produkt eller tjänst som motsvarar kundernas behov eller önskemål, och kommer därför att bidra till bättre reklam (marknadsföringsstrategi) och försäljning. Men en marknadsförings- och försäljningsmodul passar inte för målen och behoven för det här projektets målgrupp – lågutbildade invandrarkvinnor.

För att utveckla entreprenörskompetensen är sådan teoretisk kunskap inte relevant i det här stadiet. Det är bättre att fokusera målen för den här modulen på det aktuella ämnet: organiseringen av ett företagsevenemang som passar in i den lokala miljön som kvinnorna lever i. Ett evenemang som ger möjligheter till att stimulera och utveckla en sådan kompetens. Så, att känna din kund kan tolkas som att känna ditt lokalområde, platsen där det här evenemanget kommer att äga rum.

- Vilka bor där (var kommer de ifrån, hur gamla är de, har de barn)?
- Vilken typ av arbete försörjer sig dessa människor på?
- Vilka typer av tjänster är tillgängliga i lokalområdet?
- Vad gör människor på sin fritid?

En bättre förståelse för lokalsamhället kommer hjälpa invandrarkvinnorna att fastställa vilka evenemang som bäst passar in i det här området. Modulen kommer hjälpa dem att fatta det beslutet, att klargöra vem deras målgrupp borde vara och hur evenemanget ska se ut, och kanske ännu viktigare, hur ett sådant evenemang bidrar till vad som kallas social sammanhållning i det området. Den teoretiska introduktionen syftar till att ge utbildaren viss inblick i den teoretiska bakgrunden till social sammanhållning och varför de relaterade övningarna har valts. Samtidigt ger den en viss inblick i processerna som invandrarkvinnorna går igenom när de planerar aktiviteter för företagsevenemanget.

Övningar bidrar till utvecklingen av de centrala lärandemålen.

Allmänna inlärningsresultat av kursen som den här modulen bidrar till:	• Gemensamt kunna planera, organisera, utföra och utvärdera en samhällsbaserad aktivitet med användning av gemensam bakgrund, kunskap och erfarenhet
Centrala lärandemål (<i>upp till 5</i>)	• Invandrarkvinnorna är medvetna om vilka som bor i lokalområdet

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

	• Invandrarkvinnorna är medvetna om aktiviteterna som erbjuds i deras lokalområde och om behoven hos människor som bor där • Invandrarkvinnorna är medvetna om utbudet i deras bostadsområde och vad de (gemensamt) har att erbjuda/kan lägga till • Invandrarkvinnorna är medvetna om sätt på vilka deras egna erfarenheter kan förutse lokala behov • Invandrarkvinnorna är medvetna om olika medel för att uttrycka och marknadsföra sin idé i lokalområdet
Förvärvade kunskaper (2-4)	• Kunskap om yrken (arbetsmarknaden) och regelbundna aktiviteter som människor har • Kunskap om tjänster som erbjuds i lokalområdet och behoven hos människor i en samhällsgemenskap • Kunskap om olika kommunikationsmedel
Färdigheter (2-4)	• Att kunna använda sin egen styrka och ambition för att utarbeta en specifik plan • Att kunna samarbeta i en grupp • Att kunna använda kommunikationsmedel • Att kunna sammanföra arbetet med företagsevenemanget och den egna karriärbanan
Kompetenser (2-4)	• Självmedvetenhet • Kunna värdera idéer • Kunna hitta möjligheter • Kunna samarbeta med andra

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

12.1. TEORI

Social sammanhållning och dess roll i samhället

I den här läroplanen är en av anledningarna till att använda mekanismen för att skapa ett evenemang i lokalsamhället anknuten till vad sådana evenemang kan bidra till: att stärka känslan av tillhörande och välmående. I litteraturen (Fonseca et al, 2018) är det här refererat till som en del av en process för att skapa social sammanhållning. Vad betyder "social sammanhållning", och framförallt, varför är det här begreppet så relevant? Ett sätt att definiera social sammanhållning på är "villigheten hos medlemmar i ett samhälle att samarbeta med varandra för att överleva och frodas". Den europeiska kommissionen betraktar social sammanhållning som ett av de viktigaste resultaten av deras finansieringsprogram genom vilket EU:

- Arbetar mot alla dess medlemmars välmående
- Bekämpar exkludering och marginalisering
- Skapar en känsla av tillhörande
- Främjar tillit
- Erbjuder sina medlemmar möjligheten till uppåtgående mobilitet (att stiga från en lägre till en högre social klass eller status)

Social sammanhållning anses vara en väldigt viktig pådrivare av långsiktig framgång och konkurrens, samtidigt som det främjar värderingar som ömsesidighet, lojalitet och solidaritet. För att social sammanhållning ska kunna existera måste individer ha motiv för att vilja tillhöra en grupp, ett område eller ett samhälle, och de här motiven härstammar från de kognitiva övertygelserna (normer och värderingar) som de har. Det här förklarar varför den europeiska kommissionen fokuserar på att uppnå inkludering via dess politik, som tillåter alla individer att dela framgång, kunskap, färdigheter och kompetenser på ett jämlikt sätt.

En individ kan bara känna sig inkluderad i en viss grupp och ha förmågan att delta och prestera i den om resten av gruppen tillhandahåller den rätta miljön med kompatibla normer och värderingar: "de är inte så annorlunda från vem/vad jag är". För att uppnå en sådan förståelse kan organiseringen av ett evenemang för den specifika gruppen hjälpa till att skapa den förståelsen, hjälpa till att få en bättre förståelse för normer och värderingar, hjälpa till att hitta sätt att hantera upplevda skillnader på, uppleva att människorna i lokalområdet i grund och botten inte är så olika dig trots allt, uppleva att dina synpunkter och insatser värdesätts av (det lokala) samhället. På det här sättet kan social sammanhållning underlätta integration och aktivt medborgarskap för nyanlända och samtidigt bidra till ökad sammanhållning i grannskapet eller i lokalsamhället.

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

Att skapa social sammanhållning

Konceptet social sammanhållning kan betraktas på tre olika nivåer:

1. På samhällsnivå
2. På institutionsnivå
3. På individnivå

Inom teoriskapande och forskning definieras ofta social sammanhållning liknande vad som avses med gruppssammanhållning (den enda skillnaden är skala: ett samhälle gentemot en mycket mindre grupp). I allmänhet är teoretiker överens om att underliggande mekanismer för social sammanhållning och gruppssammanhållning liknar varandra.

Social sammanhållning har tre viktiga beståndsdelar (Bolt, Torrance , 2005):

1. Socialt deltagande, vilket innebär att aktivt delta i en samhällsgemenskap / ett samhälle
2. Gemensamma normer och värderingar
3. Identifikation / samhörighet med samhällsgemenskapen

Översatt till lokal samhällssammanhållning kan de 4 faktorerna sammanfattas på följande sätt: skapa en känsla av gemensam identitet och ömsesidigt stöd. Det här innefattar att skapa en känsla av lokal identitet, sociala nätverk och tryggt utrymme (och samhörighet); att främja inslag av inkluderande lokalt kulturarv; och att uppmuntra kulturell mångfald och samtidigt främja tolerans och villighet att acceptera andra kulturer (se OECD, 2011).

Det här understryker faktiskt anledningen till att arbeta med ett företagsevenemang i lokalområdet och varför övningarna tar itu med utforskningen av lokalområdet på olika sätt.

Att känna din kund är att känna ditt lokalområde

Inom marknadsföringsteori är det allmänt vedertaget att en bra produktplacering och försäljning är direkt anknuten till goda kunskaper om en specifik marknad / typ av kunder. Vilka konsekvenser får vår förståelse för konceptet social sammanhållning för att upprätta ett företagsevenemang ? Om syftet är att organisera ett evenemang som bidrar till den sociala sammanhållningen i det lokalområdet innebär det att man behöver förstå:

1. På vilka sätt medborgare kan vara aktiva i lokalområdet (socialt deltagande)
2. Vad människorna i lokalområdet har gemensamt i fråga om normer och värderingar (och INTE varför/hur de är olika) (gemensamma normer och värderingar)

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

3. Hur aktiviteter i lokalområdet bidrar till livskvalitet i det specifika området (identifikation, samhörighet)

Enkelt uttryckt innebär det att man behöver känna till vilka människor som bor i lokalområdet, vad de har för behov och vad de alla har gemensamt.

För att samla in relevanta synpunkter som kan hjälpa till att definiera företagsevenemanget är de följande gemensamma stegen igenkännliga i all marknadsforskning (se: www.hotjar.com; Zaltman, G., 1997):

1. Definiera frågan som du vill ha besvarad
2. Utveckla en metod för att få frågan besvarad (tex enkäter, intervjuer)
3. Samla in information
4. Bearbeta informationen
5. Dra slutsatser / klargör

Idag finns det mängder av verktyg som tillåter dig att samla in stora mängder data med alla typer av kundparametrar. Digitala enkäter såsom SurveyMonkey hjälper dig att skapa och distribuera enkäter bland en stor mängd människor. Dock är detta utanför omfattningen för vad som faktiskt kan genomföras inom ramarna för den här läroplanen.

På lokal nivå kan forskningsfrågorna om marknadsföring översättas till några enkla handlingar som skulle kunna innefatta att:

- Gå till kulturhuset eller liknande för att få information;
- Läs artiklar och annonser i lokala nyhetstidningar
- Läs artiklar och annonser i lokala tidskrifter, broschyrer och flygblad
- Leta efter information på statskontoret och på turistbyrån
- Gå till kulturcenter för att få information

Om att formulera frågan:

- Är du intresserad av att tillgodose lokala behov? Vilka typer av tjänster krävs i sådana fall?
- Är du intresserad av att främja "enformighet"? Vilka områden av gemensamma intressen har vi?
- Är du intresserad av att främja kulturrikedom i ditt område? Hur kan vi främja kulturrikedomen hos de olika människorna som bor i lokalområdet?

Övningarna i den här modulen syftar till att bidra till en ökad förståelse för social sammanhållning samtidigt som de kommer att hjälpa till att välja den mest lämpliga aktiviteten.

12.2. ÖVNINGAR

Övning	Namn/Typ av övning
1	<i>Vad händer? Att besöka en lokal verksamhet</i>
Lärandemål:	• Invandrarkvinnorna är medvetna om vilka som bor i deras område • Invandrarkvinnorna är medvetna om vilka typer av verksamheter som finns och behoven hos människorna som bor i deras lokala område • Invandrarkvinnorna är medvetna om ett sätt för hur deras egna erfarenheter kan förutse lokala behov
Beskrivning av proceduren:	Förberedelse: utbildaren samlar ihop några lokala flygblad, broschyrer och nyhetsbrev i vilka lokala samhällsaktiviteter är annonserade • Utbildaren förklarar vad deltagarna ska göra: välja en samhällsaktivitet som de ska besöka tillsammans • Utbildaren delar in deltagarna i smågrupper om 3-4 deltagare • Utbildaren fördelar flygbladen och nyhetsbreven bland deltagarna • Utbildaren förklarar vad samhällsinitiativ är och ger exempel (fotokurs, ICT-kurs för nybörjare, musikafton, teaterpjäs, barnpassning osv.) • Varje grupp läser flygbladen/nyhetsbreven och väljer bland initiativen som de ser • Sedan diskuterar varje grupp vad de föredrar att besöka/delta i och varför Tid: 30 minuter • Fortsättning i helklass • Utbildaren gör en inventering av aktiviteterna som hittades • Utbildaren frågar deltagarna hur de kan välja bland aktiviteterna • Utbildaren tillåter en kort diskussion inom gruppen om hur de ska välja

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

	• Om det inte nämns kan utbildaren föreslå idén om ett demokratiskt beslutsfattande genom majoriteten av röster • För varje punkt räcker deltagarna upp handen för ”ja” • aktiviteten som får flest röster är den som ska besökas Tid: 20 minuter • Utbildaren frågar deltagarna varför den här aktiviteten är av största intresse (följdfrågor: är du bekant med en sådan typ av aktivitet, skulle du vilja göra någonting liknande själv? osv.). Utbildaren fokuserar främst på de som INTE röstade på den aktiviteten: • Vad var deras orsaker? (Förslag till utbildaren: Styr valet mot en jordnära aktivitet, helst utan inträdesavgift eller med en väldigt låg inträdesavgift) • Utbildaren sammanfattar och upprepar datum och tid för aktiviteten • Utbildaren förklarar vägen till platsen för aktiviteten och hur man tar sig dit. Restid och mötesplats bestäms. • Utbildaren avslutar övningen med en reflekterande fråga: Vad har du lärt dig om grannskapet under den här lektionen? Tid: 30 minuter
Stödmaterial:	• Flygblad, nyhetsbrev osv. som berör vad som pågår i lokalområdet • Whiteboardtavla • Märkpennor
Varaktighet:	90 minuter (exklusive restid till och från den lokala verksamheten och tiden spenderad där) Deltagarnas erfarenheter kommer att utvärderas och användas i övning 3

Övning	Namn/Typ av övning
--------	--------------------

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

2	Att besöka ett kommunhus (alternativt ett stadsbibliotek eller kulturcenter) Rundvandring, presentation, diskussion
Lärandemål:	• Invandrarkvinnorna är medvetna om vilka som bor i lokalområdet • Invandrarkvinnorna är medvetna om aktiviteterna som erbjuds i deras lokalområde och om behoven hos människor som bor där
Beskrivning av proceduren:	Förberedelse: en överenskommelse med ett grannskapscentrum för att presentera sina syften, mål och tjänster för deltagarna. Res- och mötesöverenskommelser • Utbildaren presenterar den anställda på grannskapscentret • Den anställda på grannskapscentret presenterar sig själv • Deltagarna presenterar kort sig själva • Den anställda presenterar grannskapscentrets syften, målgrupper och aktiviteter • Tid för frågor och svar Tid: 30 minuter • Personalen ger en kort rundvandring genom centrets lokaler och område • Frågor och svar under rundvandringen Tid: 20 minuter • Utbildaren ber deltagarna att uppge vad de tyckte bäst om och varför • Gruppdiskussion om vad de skulle kunna erbjuda centret Tid: 20 minuter

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

	• Utbildaren utvärderar lektionen: vad har du lärt dig när det kommer till vad som pågår i ditt lokalområde? Tid: 10 minuter
Stödmaterial:	• Kontroll av mötesrum på centret • Broschyrer med centrets aktuella och tidigare genomförda aktiviteter (som en stencil att behålla efter besöket)
Varaktighet:	90 minuter (exklusive restid till och från centret)

Övning	Namn/Typ av övning
3	<i>Jag kan också göra det där!</i> Gruppdiskussion, arbete i smågrupper
Lärandemål:	• Invandrarkvinnorna är medvetna om vilka som bor i lokalområdet • Invandrarkvinnorna är medvetna om aktiviteterna som erbjuds i deras lokalområde och om behoven hos människor som bor där • Invandrarkvinnorna är medvetna om utbudet i deras bostadsområde och vad de (gemensamt) har att erbjuda/kan lägga till • Invandrarkvinnorna är medvetna om sätt på vilka deras egna erfarenheter kan förutse lokala behov
Beskrivning av proceduren:	Förberedelse: Utbildaren förklarar dagens syfte och mål: att hitta en parallell mellan den lokala verksamheten som de besökte och deras egen utmaning: att organisera ett företagsevenemang Utbildaren återkallar deras besök till den lokala verksamheten Utbildaren delar in deltagarna i smågrupper om 3-4 deltagare Deltagarna måste överväga och diskutera följande frågor: Utvärdering av besöket: tyckte de om det? På ett djupare plan: frågor som vem var det som erbjöd den här verksamheten? Varför erbjöds den? Vem gynnas av den här verksamheten? Stödjande frågor: var det en yrkesperson eller en amatör? Var det här en betalande verksamhet från vilken någon får en inkomst eller var det mer en hobbyverksamhet?

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

	Vilka typer av människor besöker den här verksamheten (motivation)? Hur reagerade de: påpeka skillnader i fråga om förväntningar när man har att göra med en yrkesverksamhet eller en amatörverksamhet. Beroende på deltagarnas nivå kan utbildaren utveckla och stimulera den här diskussionen på en djupare nivå. 2. Kan du själv göra någonting liknade? (Vad skulle du göra annorlunda?) Tid: 30 minuter • Diskussion i helklass. • Utbildaren ber varje grupp att kort presentera sina svar på båda frågorna • Utbildaren delar in whiteboardtavlan i två kolumner, en för varje fråga • Utbildaren skriver upp svaren på tavlan Tid: 20 minuter • Utbildaren sammanfattar den röda tråden i de insamlade svaren: Varför besöker människor en sådan verksamhet; Vilka är det som i allmänhet erbjuder en sådan verksamhet och varför gör de det? (För att de har mer erfarenhet av det än den genomsnittliga personen, för att människor är nyfikna och vill se någonting annorlunda, de vill dela erfarenheter) • Utbildaren frågar deltagarna vad de upplever och om den upplevelsen också skulle kunna delas? • Utbildaren skriver upp förslag på tavlan • Sedan ber utbildaren deltagarna att välja det förslag som de flesta deltagarna skulle vilja bidra till / hjälpa till att organisera Tid: 25 minuter • Utbildaren utvärderar lektionen: Vad har du lärt dig gällande vad du själv kan erbjuda i ditt lokalsamhälle?
Stödmaterial:	• Whiteboardtavla • Märkpennor

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

Varaktighet:	90 minuter
--------------	------------

Övning	Namn/Typ av övning
4	Hur kan vi främja vår verksamhet i vårt grannskap?
Lärandemål:	• Invandrarkvinnorna är medvetna om vilka som bor i lokalområdet • Invandrarkvinnorna är medvetna om aktiviteterna som erbjuds i deras lokalområde och om behoven hos människor som bor där • Invandrarkvinnorna är medvetna om sätt på vilka deras egna erfarenheter kan förutse lokala behov • Invandrarkvinnorna är medvetna om olika medel för att presentera och marknadsföra sin idé i det lokala samhällsområdet
Beskrivning av proceduren:	• Utbildaren förklarar syftet och målen med den här lektionen: hur kan vi marknadsföra företagsevenemang er i lokalområdet? • Utbildaren delar in deltagarna i smågrupper om 3-4 deltagare • Inom varje grupp kläcker deltagarna idéer om hur de tycker att de kan informera ortsborna om evenemanget (kanaler) Tid: 15 minuter • Utbildaren skriver upp förslag på tavlan och sammanfattar de främsta idéerna • Utbildaren informerar deltagarna om kanalerna som används oftast i lokalområdet, och delar ut exempel som annonserar lokala evenemang (broschyrer, affischer, annonser osv.) • Tillsammans väljs två huvudsakliga kanaler (minst två, tex. en affisch och en annons i en lokaltidning).

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

	Tid: 20 minuter: • Utbildaren bildar en grupp av deltagare för varje vald kanal • Utbildaren förklarar nästa steg: definiera vilken information som behöver presenteras; fördela rollerna för att skapa affischen/annonsen: vem är ansvarig för text, layout och spridning? Tid: 30 minuter • Helklassundervisning • Varje del av affischen/annonsen diskuteras och slutförs vad gäller innehåll. • Utbildaren riktar stor uppmärksamhet mot planeringen av affischen/annonsen: när borde den börja? Slutdatum fastställs. Tid: 30 minuter • Utbildaren sammanfattar vad som har gjorts och vad som fortfarande måste göras för att göra färdigt affischen, annonsen, artikeln eller vilket medium som än valdes. Utbildaren kontrollerar att alla deltagare förstår sina roller, att slutdatumet är klart för alla och att uppföljningsdatum är planerade. Tid: 25 minuter Beroende på deltagarnas språkliga nivå, planera för ytterligare stöd för var och en av grupperna
Stödmaterial:	• Whiteboardtavla • Märkpennor • Exempel på affischer, broschyrer, lokala nyhetsbrev osv.
Varaktighet:	2 timmar

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

Övning	Namn/Typ av övning
5	<i>Vad har vi lärt oss? Utvärdering av företagsevenemanget</i>
Lärandemål:	• Invandrarkvinnorna är medvetna om aktiviteterna som erbjuds i deras lokalområde och om behoven hos människor som bor där • Invandrarkvinnorna är medvetna om sätt på vilka deras egna erfarenheter kan förutse lokala behov • Invandrarkvinnorna är medvetna om olika medel för att uttrycka och marknadsföra sin idé i lokalområdet
Beskrivning av proceduren:	• Utbildaren förklarar syftet och målen med dagens lektion: att utvärdera aktiviteten (från ortsbornas perspektiv samt från deltagarnas eget perspektiv) • I helklass ber utbildaren deltagarna att se tillbaka på evenemanget och dels sina åsikter: vad förväntade du dig, motsvarade det dina förväntningar? På vilket sätt? Tid: 20 minuter • Utbildaren frågar deltagarna huruvida de tror att de levde upp till ortsbornas förväntningar, och varför de tror att så är/inte är fallet? Beroende på den språkliga nivån kan den här formen av responsinsamling också göras i mindre grupper. • Utbildaren frågar deltagarna: Om de skulle göra om evenemanget, vad skulle de förändra för att förbättra inverkan på ortsborna och varför? Tid: 30 minuter • Utbildaren frågar deltagarna vad de har lärt sig genom hela processen av att planera, organisera och faktiskt genomföra evenemanget. Utbildaren sammanfattar och lyfter fram vissa resultat och upplevelser relaterade till planering, samarbete, språkträning osv. • Utbildaren frågar deltagarna vad de har lärt sig av ortsborna som deltog i evenemanget

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

	• Åter igen lyfter utbildaren fram allmänna erfarenheter anknutna till enformighet samt till nöjet att delta, dela, möta någonting nytt, att en aktivitet hjälper till att bygga broar och att få en bättre förståelse • Utbildaren försäkrar sig om att alla deltagare är involverade i samtalet Tid: 30 minuter • Utbildaren sammanfattar och frågar om deltagarna, när de blir tillfrågade, skulle säga ja till någonting liknande igen Tid: 10 minuter Beroende på gruppens språkliga nivå kan utbildaren välja att använda en kort enkät för att säkerställa hur evenemanget togs emot av ortsborna och huruvida det uppskattades. En av lektionerna skulle kunna fokusera på att diskutera resultat och lärdomar.
Stödmaterial:	• För arbete i smågrupper: • Papper • Pennor
Varaktighet:	90 minuter

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

REFERENSER

1. Daniel Linman, 2011. Essential Self-Management Skills for Employees: How to Be Productive at Workplace. ([Self-Management Skills for Employees to Be Productive at Workplace \(mymanagementguide.com\)](http://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 \(hbr.org\)](http://hbr.org) (Managing oneself).
4. N., Pam M.S., "SELF-MANAGEMENT," in <https://psychologydictionary.org/self-management/> (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 Self-Management - Cognitive Networks: Towards Self-Aware Networks \[Book\] \(oreilly.com\)](http://TheVisionandChallengesofSelf-Management-CognitiveNetworksTowardsSelf-AwareNetworks[Book](oreilly.com))).
6. [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.
7. [Self-Management: a vision of the future? - Part one - People Puzzles Ltd](http://PeoplePuzzlesLtd) (People Puzzles).
8. [What is Personal Effectiveness & Self-Management? \(habitsforwellbeing.com\)](http://habitsforwellbeing.com) (Habits for Wellbeing).
9. SELF-MANAGEMENT: Modern Positive Psychology & Ancient Wisdom by Swami Sarvapriyanandaji (<https://youtu.be/5aSK5PdETAI>).
10. Five Key Processes of Self-management (<https://youtu.be/7iu8ECL8n48>).
11. The Secret to Self-control | Jonathan Bricker | TEDxRainier (<https://youtu.be/tTb3d5cjSFI>).
12. Let's Talk about Self-Management (<https://youtu.be/XjdvqFZkdMM>).
13. Strategic Career Self-Management (<https://www.coursera.org/learn/strategic-career-self-management>).
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://kpirfilms.co/resilience/>)

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

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/>
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-Övningar-for-work/> communication theories and Exercises.
39. ** [49 Communication Activities, Exercises, and Games \(positivepsychology.com\)](https://positivepsychology.com/communication-activities-exercises-and-games/)
40. <https://www.sltinfo.com/communication-Teori/>
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-Teori/>
48. <https://positivepsychology.com/self-confidence/>
49. <https://neilpatel.com/blog/boost-confidence-8-simple-Övningar/>
50. <https://zenhabits.net/25-killer-actions-to-boost-your-self-confidence/>
51. <https://www.Färdigheter.youneed.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.

Projektnummer 2019-1-SE01-KA2045-060421

Det här projektet har finansierats med stöd från Europeiska kommissionen. Det här dokumentet speglar endast författarnas åsikter, och Kommissionen kan inte hållas ansvarig för något användande som kan göras med informationen som finns däri.

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>.