



You**uABLE**

ToT Методологиясы

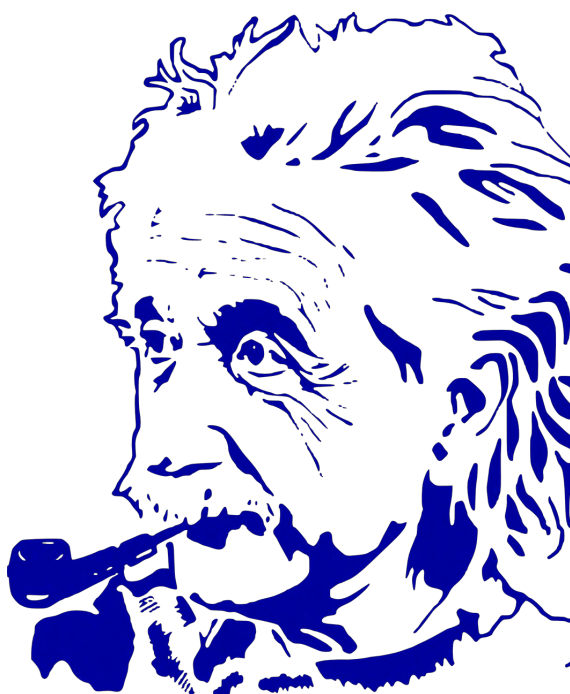


ToT Методологиясы

Skopje, 2022

**Данышпан 1%-кеке таланттан
және 99%-ке жұмыстан тұрады.**

Albert Einstein



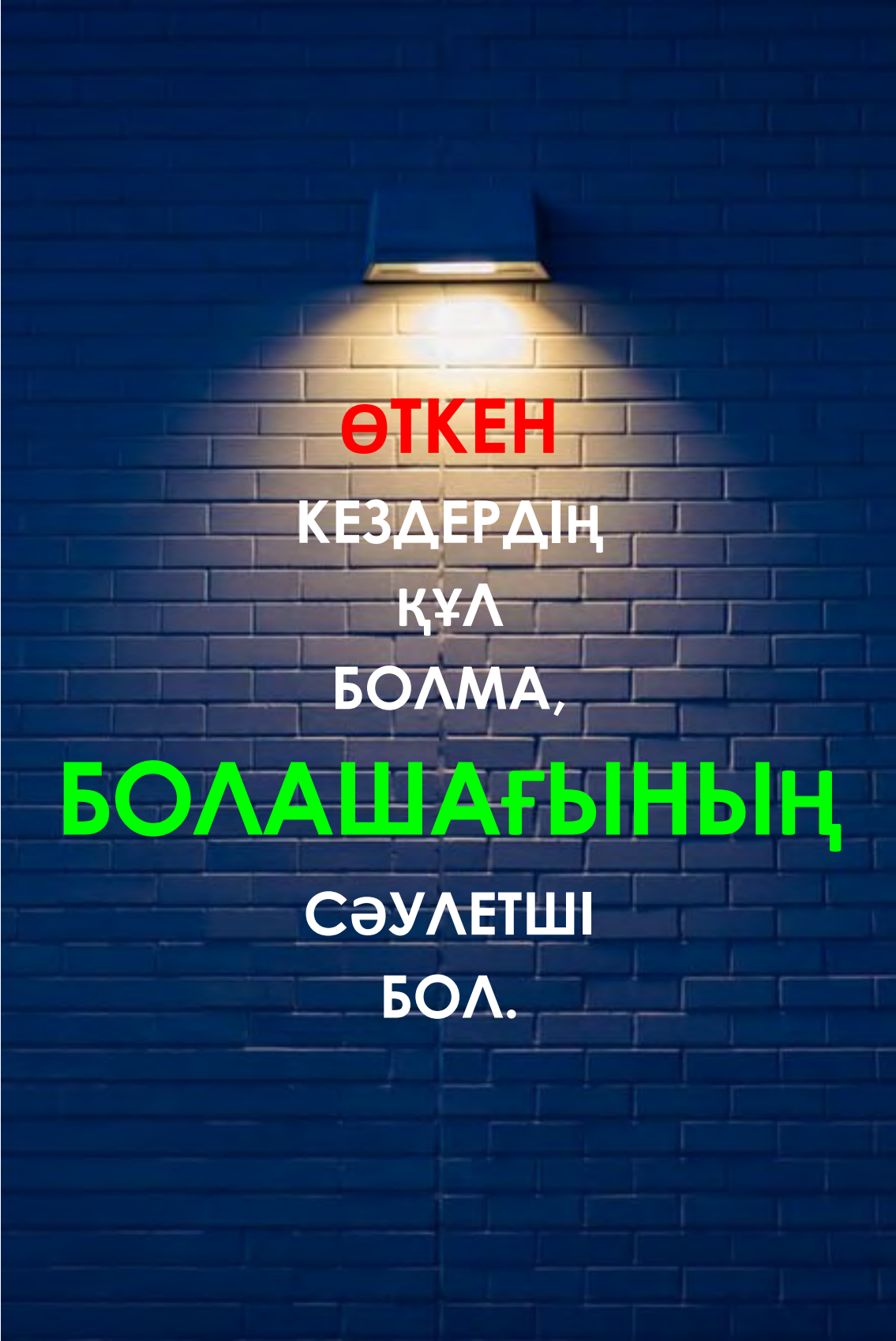
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Marketing
Gate



Мазмұны

1. YouABLE: Кіріспе	 05
2. Жердегі адам болуының қайта жобалау	 07
3. YouABLE: ToT Белсенділік фокусы	 09
4. YouABLE: Тренинг тұжырымдамасы	 11
5. YouABLE: ToT Қатысушылар	 13
6. Workshop Жоспарлау мен дайындық	 15
7. YouABLE Module 1: ТДМ	 17
8. SDG Күн тәртібін іске асыруды қолдауға арналған құралдар, әдістемелер және тәсілдер	 21
9. YouABLE Модуль 2: Жасыл мәміле – тұрақтыэкономикаларға жолы	 23
10. YouABLE Модуль 3: Дигитал Маркетинг	 29
11. YouABLE Модуль 4: Әлеуметтік медиа	 33
12. Жаттықтырушыларға арналған ескертпелер	 41
13. ТБ-дан кейінгі мұғалімдердің құзыреттері	 45
14. Түйіндеме	 47
15. Анықтамалар	 47

A dark blue brick wall with a spotlight shining down from the top center, illuminating the text below. The text is centered and reads:

ӨТКЕН
КЕЗДЕРДІҢ
ҚҰЛ
БОЛМА,
БОЛАШАҒЫНЫҢ
СӘУЛЕТШІ
БОЛ.

1. YouABLE: Кіріспе

Бұл методологиясы CBY жобасын іске асыру шеңберінде әзірленген, "SustainABLE Development" үшін mYOUTH лидерлер. [617687-EPP-1-2020-1-MK-EPPKA2-CBY-ACPALA].

Тоның YouABLE жобасы шеңберінде әзірленген әдістемесі жастарға "8ps" цифрлық маркетингі және тұрақты даму мақсаттарын [ТДМ] іске асыру үшін мемлекеттік органдар мен бизнес секторға қысым жасауды және күшейтуді көздейтін әлеуметтік желілер құралдары туралы білім беруге бағытталған. Және жоба жас қатысушыларға жаңа еуропалық "Жасыл келісімге", ЕО-ның "Еуропа 2020" өсу стратегиясына және ЕО-ның жастар саясаты саласындағы "болашақтың дағдылары" ретіндегі ынтымақтастығына сәйкес өз дағдыларын арттыруға мүмкіндік беріледі".

Сандық маркетингтің негізгі элементтері, құралдары мен әдістері туралы, әсіресе әлеуметтік медианы қолдана отырып, АКТ саласындағы ноу-хау алмасуға ерекше назар аударылады. Оған қатысты модульдар:

- [a] Тұрақты даму мақсаттары[ТДМ];
- [b] Еуропалық жасыл келісі
- [c] Дигитал маркетингтің қазіргі жұмыс философиясы ретінде және
- [d] әлеуметтік медиа- біздің күнделікті өміріміздің міндетті құралы болғаны.

ОuABLE Tote методологиясына қатысушыларды жерді құтқаруға және ТДМ іске асыруға әркімнің қосқан үлесінің маңыздылығын тереңірек түсінуге үшін кәсіпкерлердің озық тәжірибелерін, білімдерін және ноу-хауын таратуға бағытталған.

Бұл тұрғыда жоба 10 елден бар: Болгариядан, Финляндиянан, Грециядан, Венгриядан, Италия, Қазақстанан, Қырғызстаннан, Непалдан, Солтүстік Македониянан және Өзбекстаннан келген 11 қатысушы ұйымды біріктіреді.

Бұл методология он екі тілде жарияланды.

МНегізгі әдіснаманы таңдау негізделіп, негізделгеннен кейін, жаттықтырушылар үшін келесі қадам-оның дизайнының шектеулерін жаңарту. Негізгі әдістеме таңдауларымен баяндалған және негізделген, жаттықтырушылар үшін келесі қадам оның дизайнының шектеулерін жаңарту болып табылады. Ешқандай да зерттеу дизайны немесе әдістемесі мінсіз емес. Әрқашанда идеалды дизайн мен қолдануға ыңғайлы дизайнның арасында компромисстер болып тұрады.

Методологиялық шектеулер жаттықтырушыдан жаттықтырушыға, елден елге, және уақыт пен бюджеттік шектеулер сияқты мәселелермен басталым, іріктеу немесе мақсатты топтың бейтараптығына дейін әр түрлі болуы мүмкін. Мысалы. Сіз қажетті үлгіні алу үшін жеткілікті респонденттерді ала алмағаныңызды білесіз (және статистикалық тұрғыдан маңызды нәтижелер) немесе сіздің үлгісіңіз белгілі бір демографиялық бағытта қатты бұрмалануы мүмкін, бұл репрезентативтілікке теріс әсер етеді.

Жаттықтырушылар біздің әдіснамамыздың кемшіліктеріне сыни көзқараспен қарауы керек. Оларды жасыруға тырысудың қажеті жоқ (сіздің белгілер олар туралы әлі де біледі).Сыни тұрғыдан сіз өзіңіздің белгілер зерттеу дизайнын жақсы білетініңізді көрсетесіз, сондықтан мұнда ұйламаныз.Сонымен қатар, онымен асыра алмаңыз.Шектеулерді көрсетіңіз, олар неге ақталды, сіз олардың әсерін қалай жұмсарттыңыз және осы шектеулерге қарамастан біздің әдіснамамыз әлі де құндылықты қалай қамтамасыз етеді.

Тбұл YouABLE методологиясы сіздің қауымдастықтың болашағының белсенді қатысушысы болу мүмкіндігі бола алады, сіз жеке немесе қоғам ұйымда жұмыс істесеніз де,азамат та, жастар қызметкер де, әлеуметтік кәсіпкер де, жақсы ата-ана да, жейнеткер де, түлек те болсаныз, бұл методология сізге пайдалы болады.



2. Жердегі адамның болуын қайта жобалауы

Адамзаттың планетаға әсерін негізінен дегенеративтіден регенеративтіге айналдыратын кез келді! Бүгінде өмір сүріп жатқан біздің ұрпақтарымыздың алдында бүкіл әлемдегі теңіз және жер үсті экожүйелерінің сау, тіршілікті қолдайтын функцияларын қалпына келтіру ауыр міндеті тұр. Осылайша біз өркендеген жергілікті қауымдастықтар мен динамикалық дөңгелек биоэкономика үшін негіз жасаймыз. Бұл өркендеген жергілікті қоғамдастықтар мен динамикалық дөңгелек биоэкономика үшін негіз.

Егер біз Біріккен Ұлттар Ұйымының 2030 жылға дейінгі кезеңге арналған тұрақты даму саласындағы күн тәртібін жергілікті, өңірлік және жаһандық деңгейлерде жүзеге асырудағы ынтымақтастық үшін салалық, ұлттық және идеологиялық келіспеушіліктерге қарамастан күш - жігерімізді біріктірсек, біз жарық болашаққа келе аламыз.

Жұмысқа кірісудің уақыты келді-бір уақытта бір қауымдастық!

Тұрақты даму саяхаттың соңғы нүктесі емес; Бұл қоғамға бағытталған, тұрақты және регенеративті өмір сүру туралы білдіретін экологиялық және мәдени процесс. Бұл жерде әрбір адам өз қауымдастығында ТДМ-ды жүзеге асыруға бағытталған нақты жобаларды бірлесіп құру туралы мәдени-шығармашылық әңгімелерді бастауға немесе оған қатысуға жетекшілік ете алады.

Бұл жерде сіз қоғамдастықта басым ОДМ-ды іске асыруға бағытталған нақты жобаларды бірлесіп қалай құруға болады туралы мәдени-шығармашылық әңгімелерді бастауға немесе қатысуға жетекшілік ете аласыз.

Біз қорқынышты кезде өмір сүріп отырмыз – тең ғылымды өараастыратын болсақ, біз үмітсіз болып кешіге қала аламыз. Бірақ біз бұл болашақта өмір сүрудің жолы деп ойламаймыз. Енді бізге ғажайып нәрселерді істеуге керек, өйткені себебі бұл нәрсеге жол беруді мүмкін емес және санасыз болады. Біз мүмкін емес нәрсені жүзеге асыруымыз керек.

Регенеративті құрылым— регенеративті дақылдарды құру— бұл болашаққа қабілетті сау, динамикалық және өмірлік маңызды жүйені құру үшін өзгерістер үшін жауап беруге қабілетті дамуу туралы әңгіме.

Сондықтан регенеративті мәдениеттер әр жерде әртүрлі көрінеді.

Бұл әр жердің орналасқан жері мен әлеуетінің тарихынан туындайтын өрнектер — әлеуметтік, экономикалық және экологиялық. Негізгі элемент-бұл адамдармен жұмыс істеу және олардың осы әлеуетті

Біз шынымен адамзат тарихының маңызды сәтіндеміз.

Іегер біз осы мүмкіндіктерді алдағы екі, үш, төрт, мүмкін бес жылда пайдаланбасақ және жердегі адамның қатысуын қайта құрудың ұзақ жолын бастамасақ — адамның Жерге әсері дегенеративті және эксплуатациялық болудан регенеративті және бірлескен әрекетке дейін келе алмайды. Сонда біздің түрлеріміздің бұл планетада болашағы болмауы мүмкін. Сондықтан бұл сөзбе-сөз адамның өмір сүруінің сұрағы.

Біз үмітке толы болуды таңдаймыз!

Біз есінен танып, болашағымыз жоқ деп айта аламыз, бірақ бұл өмір сүрудің жолы емес. Менің ойымша, біз ену нүктесінде тұрмыз. Планетарлық иммундық жауап басталады.

Өмір жалғасқысы келеді.

Біз арқылы адамдар регенеративті дизайнның осы құрылымына өтіп, қайта өрлеу процесінің бөлігі бола аламыз, біздің мүмкіндігіміз әлі бар.

Біз бүгін бастауымыз керек!

**Болашақ ертең емес,
бүгіннен басталады!**

Рим Иоанн Павел II Папасы



3. YouABLE: Total ToТқызметінің бағыты

Нұсқаушыларды даярлау басты назарда [ToT] методологиянын сыныптағы нақты контекст пен іс-әрекетке қатысты әртүрлі сұрақтар мен жаттығулардың шешімдерін жеткізуден тұруы керек.

Бейресми білім берудің жұмыс әдістері мен құралдары тренинг барысында нәтижелі және шабыттандыратын орта құрып, қатысушыларға бейресми оқытудың не екенін сезінуге мүмкіндік береді.

Сондықтан курстың басында қатысушыларға мақсаттар мен мазмұн, сондай-ақ жоспарланған әдістеме ұсынылмауы керек. Керісінше, олар жаттықтырушы мен қатысушылар арасындағы жалпы талқылау нәтижесінде дамуы керек - оқу қадамдары дәл көрсетіледі және жаттығулармен күшейтіледі. Қатысушылар командалық ойындар сияқты кішігірім бейресми іс-шараларды әзірлеуге және өткізуге, симуляцияларға, рөлдік ойындарға, сторителлингке, мәселелерді шешу және бірлескен міндеттерге, интерактивті семинарларға, миға шабуыл, таза ауадағы іс-шараларға қатысады.

Күрделі тапсырмаларды өз бетінше және белсенді түрде орындауға мүмкіндік беретін тәжірибеге және тәжірибеге бағытталған әдістемелер қолданылады.

Всабақтарды жоспарлау ж кезінде қатысушылар өздерінің жұмыс стилін де, қол жетімді модульдердің элементтерін де көрсетеді.

Бұл методологиясы болашақ қоғамдыстықтың белсенді қатысушы болуға мүмкіндік береді, жеке немесе мемлекеттік секторда немесе азаматтық қоғам ұйымында қоғамдық ұйымдастырушы болып, мұғалім болып, әлеуметтік кәсіпкер болып, мүдделі ата-ана болып, зейнеткер болып, жақында мектеп немесе университет түлегі ретінде жұмыс істесек бәрібір.

Біз сіздің қоғамдастықтың басқа мүшелерімен сөйлесу және басқа адамдармен ынтымақтастық жағдайында жағымды өзгеріс жасау үшін ең жақсы мүмкіндіктерді қатыса аламыз. Немесе, бәз сәзге сондай әнгімелерді көбереуге көмектесе аламыз, Мысалы, біз сізді ТДМ карталарды қалай пайдалануға және семинарларды қалай өткізуге көрсете аламыз. Бұл білімді қолданып, сіз ТДМ жобаны сіздің достардың және отбасының арасыңызда тарата аласыз.

Іегер сіз, мысалы, мұғалім, академик, Мемлекеттік қызметкер



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Бүкіл әлемде
**780 МИЛЛИОН ЕРЕСЕКТЕР
ЖӘНЕ
103 МИЛЛИОН ЖАСТАР**
(15-24 жаста) сауатсыз екен!

SDG 04: БІЛІМ БЕРУ

YouABLE

4. YouABLE: Оқыту тұжырымдамасы

- Бұл методология оқытушыларды өз қоғамдастығында басымдықты ТДМ іске асыруға оқыту бойынша келесі мақсаттармен оқыту бойынша семинар өткізетін жаттықтырушыларға арналған оқу құралы болып табылады:
- Семинар қатысушыларын анықтамалық ақпаратпен және ТДМ негізгі тұжырымдамаларымен таныстыру үшін
- Еуропалық "жасыл келісімнің" негізгі мақсаты туралы 2050 жылға қарай Еуропалық одақ әлемдегі алғашқы "климаттық бейтарап блок"болуға турады хабардарлықты арттыру
- Қатысушыларға сандық маркетингтің негізгі ұғымдарымен және олармен байланысты оқыту әдістерімен танысуға көмектесу үшін
- Қатысушыларды бейресми және басқа білім беру мекемелерінде әлеуметтік медиа құралдарын қолдана алатын әдістер мен мүмкіндіктерді зерттеуге шақыру үшін.

Бүкіл минималды ұзақтығы төрт күнді құрайды (әр модуль үшін бір күн).

YouAble модульдердегі басты назар практикалық бейресми оқыту қызметіне аударылады. Семинарлар оқыту процесі барысында қатысушыларды белсенді тартуды талап етуге қажет.

Тиісінше, әр сессия дәрістерден, пікірталастардан, іс-шаралардан, сондай-ақ рефлексстерден және фасилитаторлармен және қатысушылар арасындағы тұрақты диалогтан тұрады.

Оқытушы-нұсқаушылар осы практикалық нұсқаулықпен таныса алады, бірақ қажет болған жағдайда оқу бағдарламасының құрылымын немесе мазмұнын өзгерте алады.

Осы тренингтің мақсаттарына байланысты белгілі бір модульдің ұзақтығын, ең алдымен, практикалық шығармашылық іс-әрекеттің арқасында арттыруға болады.

Тренерлерді/оқытушыларды даярлау кезінде олардың профильдері ғана емес, сонымен қатар олардың студенттері/қатысушылары профильдері де үлкен мәнге ие. Бұл нұсқаулықта семинар нұсқаушылары фасилитатор рөлін атқарады деп болжанады. Фасилитаторлар өз білімдерін жай ғана "бермейді", олар семинарға қатысушыларды идеялармен, пікірлермен алмасуға және семинар іс-шараларына белсенді қатысуға ынталандыруы

Оқу материалы

Курс жобаның серіктестері дайындаған You ABLE модульдерімен жұмыс істейтін болады. Басқа материалдарды қатысушылар жасайды, сондықтан ноутбуктер, смартфондар, флипчартқа арналған үлкен қағаз, модератор карталары, киізден жасалған қаламдар және т.б. ұйымдастырушылардан берілуі тиіс.

Бөлме жабдықтары

Курс үлкен бөлмені қажет етеді, сондықтан шағын топтар бір-біріне кедергі жасамай бірге жұмыс істей алады. Немесе, кейбір топтар сол жерде жұмыс істеуі үшін курсқа екінші бөлме қажет.

Интернетке қосылу міндетті түрде болуы қажет.

Тірізгі бөлме PowerPoint презентациясы үшін проекторға немесе үлкен теледидарға қосылған тақтамен және компьютермен жабдықтылуы керек. Модерация карточкалары мен плакаттармен жұмыс істеу үшін бізге қабырғадағы бос орын немесе қызғылт қабырғалар қажет болады.

Сертификаттау және бағалау

Қатысушылар қатысу сертификатын алады [Youthpass]



5. YouABLE: ToT Қатысушылар

Қатысушыға назар аудару (әр тренингке ең көп дегенде 30 адам) белсенді қатысуды қамтамасыз ету үшін мазмұнды жоспарлауды бастамас бұрын негізгі элемент болып табылады. The осы курсқа қатысушылардың түрі белгілі бір түпкі мақсаттарды өзгертетініне сенімді, бірақ, ең алдымен, бұл тақырыпқа дидактикалық және мазмұнды көзқарасты айтарлықтай өзгертеді.

Семинарға қатысушылардың мінездемелері туралы ой толғау

Ұйымдастырушы қатысушылардың ерекшеліктерін ескере отырып (мысалы, қатысушылар тобының құрамы, қатысу мақсаты, олардың тиісті салалардағы тәжірибесі) семинар ұйымдастыру ұсынуға қажет. Мысалы, егер қатысушылар бір-бірімен таныс болмаса, семинардың басында "мұзды бұзу" әрекеттері арқылы өзара түсіністік орнату керек, сондықтан танысу үшін қарапайым іс-шараны жоспарлау ұсынуда керек.

Егер қатысушы профильдері-жоғары оқу орындарының студенттері немесе тілді жоғары деңгейде меңгерген мамандар, "you ABLE Methodology" дидактикалық мазмұны өте кең болады, сондай-ақ, ТДМ техникалық және күрделі аспектілерін зерттеу мүмкіндігімен, Жасыл мәміле, Маркетинг және әлеуметтік медиа, соның ішінде кәсіби және жоғары сапалы материалдарды пайдаланалады. Студенттің біліктілік деңгейі неғұрлым төмен болса, оқыту әдісін және оның мазмұнын қалай жеткізетінін қайта қарастыру қажет болады.

Қатысушылармен қарым-қатынас орнату

Семинар күшті қарым-қатынас пен қатысумен өткізу үшін жаттықтырушы қатысушылармен бірлескен оқу тәжірибесін құруы керек. Жаттықтырушы қатысушылармен тығыз қарым-қатынаста болуы керек, оларға шын жүректен қарап, олардың қажеттіліктеріне сезімтал болуы керек. Ісонымен қатар, жаттықтырушы өзі жеткізгісі келетін нәрсені нақты түсіндіріп, егжей-тегжейлі түсіндіріп, жауапкершілікпен жұмыс істеуі керек және кестеге қатаң сәйкес келуі керек.

Құзыреттілікке назар аудару

Құзыреттілікті адамның білімі, дағдылары, тәжірибесі мен білімінің үйлесімі және оны тапсырманы қауіпсіз орындау үшін қолдану қабілеті ретінде сипаттауға болады. Қарым-қатынас және физикалық қабілеттер сияқты басқа факторлар адамның құзіреттілігіне де әсер

Тқатысушылардың қолданыстағы құзыреттіліктері курсқа барынша ықпалдастырылуы тиіс. Тмәселелерді әдіснамалық тәсіл арқылы шешу керек және білімді беру үшін сындарлы түрде қолдану керек. Жеке дағдыларды сақтау қажет.



Қатысушылардың дағдылары оқу сыныбындағы мазмұнды таңдау (немесе, кем дегенде, біз көбірек мән бергіміз келетін мазмұнды таңдау) және материалдарды пайдалану, дидактикалық тәсілді шешуші түрде айқындайды,

Сондықтан мұғалімнің оқушының қандай түрімен жұмыс істейтінін алдын-ала білуі өте маңызды (жалпы алғанда, кем дегенде: орта мектепте немесе университеттерде "You ABLE: To Methodology" оқыту оны мемлекеттік органдар өкілдерінің сыныбына оқытудан өзгеше болады. Сондықтан бірінші сабақта дұрыс көзқараспен сабақты бастау өте маңызды.

Алайда, көптеген ашылулар курс басталғаннан кейін ғана сыныпта болады. Сондықтан жағдайға байланысты икемді болу керек, бірақ Бақытымызға орай, осы оқу бағдарламасының Оқу материалдары осыған арналған.



6. Семинарды жоспарлау және дайындау

Семинар басталар алдында фасилитатор курстың нұсқаулықтарымен және материалдарымен, сондай-ақ семинардың іс-шараларымен, уақытты бөлумен және қатысушылар қатысатын пікірталас мәселелерімен танысуы тиіс. Жеткілікті тәжірибе сізге семинардың өзінде туындауы мүмкін күтпеген жағдайларды жеңуге көмектеседі. Сонымен қатар, осы нұсқаулықта берілген анықтамалық материалдарды оқып, зерттеу арқылы қажетті материалдарды алдын-ала дайындаған пайдалы болар.

Жұмыс ортасын құру

- Семинар негізінен қатысушыларды тартуға, қарым-қатынас пен ынтымақтастыққа негізделген, сондықтан бұл үшін қолайлы орта құру маңызды.
- Ат семинардың басында қатысушыларға олардың барлығы білім алушы қоғамдастықтың бір бөлігі болып табылатынын еске салып, оларды белсенді қатысуға шақыру қажет.
- Белсенді қарым-қатынасты насихаттау үшін қатысушыларға қолайлы жағдай жасау ұсынылады, мысалы, оларды диалогқа ашық қатысуға ынталандыру үшін орындықтар шеңберін ұйымдастыру қажет.
- Қатысушыларға семинардың мақсаттары туралы хабарлау және осы күтулерді/ұсыныстарды ескертуге ыңғайлы жерде орналастыру ұсынылады.
- Семинар өтетін жерде қатысушылардың туындыларын (топтық жұмыстар мен мастер-кластар барысында жасалған жазбаша жұмыстар немесе суреттер) көрсету оқыту атмосферасын құруға көмектеседі.

Семинар жұмысының ағынын анықтау және өзгеруге дайындық

Жаттықтырушы семинардың барысын есте ұстауы керек және қажет болған жағдайда тиісті түрде жауап беруі керек. Егер семинар жоспарланбаған бағытта өтсе (мысалы, қатысушылардың аз қатысуы, қызу пікірталастар, сессия кешіктірілсе немесе тоқтатылса), қатысушылармен ашық болыңыз. Кешіктірілген немесе жойылған жағдайда олардың себептері туралы сұраңыз және осы жағдайларды шешудің басқа жолдарын табыңыз (мысалы, балама бағдарламаларды ұсыныңыз, кешіктірілген жағдайда іс-шаралар санын азайтыңыз). Егер қатысушылар белсенді қатыспаса (мысалы, өсіп келе жатқан шаршау, ұялу, қызығушылықтың болмауы), себебін анықтап, соған сәйкес әрекет етіңіз.

Ынтымақтастық, коммуникация, команда құру

Қатысушылардың әлеуметтік жағдайы мен мәдени шығу тегі олардың оқу процесіне қатты әсер етеді. Сондықтан жаттықтырушы мен қатысушылар арасындағы тұлғааралық қарым-қатынас үлкен өзгеріске әкелуі керек. Курсты команда құру элементінен бастау және ынтымақтастық, адал кеңес беру, бөлісу және қатысушылар арасындағы өзара әрекеттесуді қолдайтын әдістемелерді таңдау маңызды.

Білім беруді қолдау және жандандыру

Жаттығу кезінде қолданылатын мысалдар мен жаттығулар жаттығудың мақсатына барынша сәйкес болуға керек. Осылайша біз жұмысқа байланысты білім ала аламыз. Жаттықтырушы дидактикалық тұжырымдамаға сәйкес жұмыс істеп барлық қатысушылар өздерінің танымдық оқу мақсаттарына қол жеткізе алады: "хабардарлық – білім – түсіну – қолдану – шеберлік".

Топты саралау

Тренингтің барлық қатысушылары ТДМ / "Жасыл курс" / Маркетинг / әлеуметтік желілердегі білім беру контекстінде оқытушылар болатынына қарамастан, бағыттылық, білім, тәжірибе және құзыреттерде айырмашылықтар болуы мүмкін.

Осы айырмашылықтарды анықтап, әр түрлі қатысушыларға, техникалық салаларға және мекемелерге жұмыс стилі мен



7. YouABLE Module 1: ТДМлар

Тұрақты даму әр түрлі жолмен анықталады, бірақ ең көп айтылатын анықтама Брундтландтың баяндамасы деп те аталатын "біздің ортақ болашағымыздан" алынады.:

"Тұрақты даму-бұл болашақ ұрпақтардың өз қажеттіліктерін қанағаттандыру қабілетіне қауіп төндірмей, қазіргі қажеттіліктерді қанағаттандыратын даму.Онда екі негізгі ұғым бар:

1. бірінші кезекте назар аудару керек қажеттіліктер, атап айтқанда, әлем халқының кедей топтарының негізгі қажеттіліктері туралы түсінік;және
2. технологияның жағдайы мен әлеуметтік ұйымның қоршаған ортаның қазіргі және болашақ қажеттіліктерін қанағаттандыру қабілетіне қойылған шектеулер идеясы."

Тұрақты даму тұжырымдамасын әртүрлі жолмен түсіндіруге болады, бірақ ол қоғам ретінде кездесетін экологиялық, әлеуметтік және экономикалық шектеулерді ескере отырып, әртүрлі және жиі бәсекелес қажеттіліктерді теңдестіруге тырысатын даму тәсіліне негізделген.

Тұрақты даму мақсаттары [ТДМ]

Ғаламдық мақсаттар деп те аталатын ТДМ 2015 жылда Біріккен Ұлттар Ұйымымен кедейлікті жою, планетаны қорғау және 2030 жылға қарай барлық адамдардың бейбітшілік пен өркендеуді қамтамасыз ету жөніндегі іс-қимылдарға әмбебап шақыру ретінде қабылданды.

17 ТДМ біріктірілген бір саладағы әрекеттер басқалардағы нәтижелерге әсер ететінін және даму әлеуметтік, экономикалық және экологиялық тұрақтылық арасындағы тепе-теңдікті қамтамасыз етуі керек екенін мойындайды.

Елдер артта қалғандардың ілгерілеуіне басымдық беруге уәде берді. ТДМ кедейшілікті, аштықты, ЖҚТБ-ны және әйелдер мен қыздарға қатысты кемсітушілікті жоюға арналған.

Барлық халықтың шығармашылық тәсілі, нон-хаудары, технологиялар мен қаржы ресурстар ТДМ-ға кез келген мәнмәтінде қол жеткізу үшін қажет.

Шамамен 700 миллион адам күніне 1,90 доллардан аз сомамен өмір сүреді деп есептеледі, жалпы 1,3 миллиард адам көп өлшемді кедей. Оның ішінде әйелдер мен мүгедектер саны бар, ал бүкіл адамзаттың 80%-ы күніне 10 доллардан аз сомаға өмір сүретін

Кейбір елдер климаттың өзгеруден, табиғи апаттардан, зорлық-зомбылық экстремизмден, қақтығыстардан, экономикалық және қаржылық тұрақсыздықтардан, індеттерден, азық-түлік қауіпсіздігінен және қоршаған ортаның нашарлауынан сияқты күйзелістер мен стресстерден пропорционалды түрде зардап шегеді. Климаттың өзгеруіне байланысты апаттардың саны мен ауқымы өсіп, дамудың жетістіктерін жоққа шығарды, тұрақсыз жағдайларды ушықтырды және әлеуметтік күйзелістерге ықпал етті.

Егер тұрақты даму болашаққа бағытталған болса, бұл біздің қазіргі жоғалғанымызды білдіреді ме?

2015 жылы Біріккен Ұлттар Ұйымына мүше барлық мемлекеттер қабылдаған, орнықты даму саласындағы 2030 жылға дейінгі кезеңге арналған күн тәртібі [<https://sdgs.un.org/goals>], қазір және болашақтағы адамдар мен планета үшін бейбітшілік пен өркендеудің жалпы жоспарын қамтамасыз етеді. Оның негізінде жаһандық әріптестік шеңберінде барлық дамыған және дамушы елдердің іс - қимылына табанды түрде шақыру болып табылатын орнықты дамудың 17 мақсаты (ТДМ) жатыр.

Бұл мақсаттар бойынша кедейлік пен басқа мәселелердің жойылуы денсаулықтың, білім берудің және экономиканың даму стратегиялармен қатар жүруі керек екенін бойындалады. Бұнын бәрі климаттың өзгеру мен ормандарды сақтау үшін істелген жұмыстармен бірге бару керек.

2030 жылға дейінгі кезеңнің күн тәртібі шындыққа айналу және ТДМ-ға қол жеткізу үшін барлық мүдделі тараптардың бірге жаһандық мақсаттар үшін кең жауапкершілік пен адалдық міндеттемесін білдіруге тиіс. ТДМ мақсаты осындай өзара іс-қимылға жәрдемдесу болып табылады.



Сценарийдің тақырыбы	Тұрақты даму мақсаттары [ТДМ]
Сценарийдің қысқаша сипаттамасы / тарихы	Жастар ТДМ және олардың маңызы туралы біле алады. Ғаламдық мақсаттар деп те аталатын ТДМ -дар 2015 жылы Біріккен Ұлттар Ұйымының мүшеде барлық мемлекеттердің кедейлікті жоюға, планетаны қорғауға және 2030 жылға қарай барлық адамдар үшін бейбітшілік пен өркендеуді қамтамасыз етуге үшін қимылдарға әмбебап шақыру ретінде қабылданды.
Ұзақтығы	8 сағат = 2 сеанс * әрқайсысы 4 сағаттан
Топ немесе қатысушылардың қысқаша сипаттамасы	Жалпы алғанда, ең көбі 30 қатысушы керек. Топтарда 15 жастан 30 жасқа дейінгі 10 қатысушылар жұмыс істейді. Таңдау негізгі ақпаратпен электрондық нысанды толтыру арқылы жасалады. Жастармен жұмыс істеудің осы саласына кіретін ҮЕҰ және басқа да ұйымдар мен мекемелер ұсынған жастарға басымдық беріледі.
Қызметтің мақсаттары	ТДМ маңыздылығы туралы жастарды ақпараттандыру
Оқу мақсаттары	Осы модульден кейін қатысушылар: (a) 17 ТДМ анықтау және түсіндіре алады; (b) Долардың мақсаттары мен өзара байланысын сипаттай алады; (c) Тұрақты дамуға кедергі келтіретін немесе баяулататын мәселелердің себебін түсінеді; (d) Іжекелеген елдердегі негізгі проблемалық аспектілерді анықтай және (e) ТДМ жетудегі прогресті қарап бағалай алады.
Алынған Дағдылар	Өз бетінше және командада жұмыс істей білу; Жақсы тұлғааралық дағдылар; Жақсы Жоспарлау және ұйымдастыру дағдылары; Бастамашылдық және көшбасшылық қасиеттері, жастармен ортақ тіл таба білу; Ашық көзқарас.
Материалдар	компьютер, СК-проектор, Wi-Fi(мүмкіндігінше), флипчарт; қағаз парақтары, қарындаштар, қаламдар, жапсырмалар және т. б.
Әдістер	Бейресми оқыту / тренинг және оқыту әдістері: * Байланыс әдістері: өзара әрекеттесу, диалог, Медиация * Әрекет әдістері: тәжірибелер * Әлеуметтік бағытталған әдістер: серіктестік, топтық жұмыс, нетворкинг; * Өзіндік әдістер: шығармашылық, ашылу, жауапкершілік; * Тимбилдинг ойындары мен мұзжарғыштар.
Бағалау, Алдында/кейін алынған тесттер	Бұл сценарий орындалғанға дейін және кейін тексерілуі керек. Алдын\кейін ала тесттер дайын болу керек (ұзақтығы: 5-10 минут). Тесттің мақсаты-негізгі идеяларға бағытталған бейресми білім беру қызметін жүзеге асырғанға дейін / кейін жастар қызметкерлерінің білімі мен дағдыларын өлшеуге арналған: ТДМ анықтауға және ТДМ болашақ ұрпақтардың мүмкіндіктеріне қауіпсіздікке, қазіргі қажеттіліктерді қалай қанағаттандыратынын түсіндіру керек.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



АЛТЫ МИЛЛИОННАН АСТАМ БАЛАЛАР

олардын бесінші тұйған күніне дейін өледі

ТДМ 03: ЖАҚСЫ ДЕНСАУЛЫҚ

YouABLE

8. ТДМ саласындағы күн тәртібін іске асыруды қолдау құралдары, методологиялары және тәсілдері

Көп өлшемді кедейлік индексі

Біріккен Ұлттар Ұйымының Даму Бағдарламасы (БҰҰДБ) және Оксфордтың кедейлікпен күресу және адам әлеуетін дамыту бастамасы дайындаған КИ кедей адамдардың күнделікті өмірде кездесетін әртүрлі қиындықтарын, соның ішінде денсаулығының нашарлығын, білімінің нашарлығын және өмір сүру деңгейінің төмендігін ескере отырып өлшейді. Ол адамдардың үш негізгі аспектіні – Денсаулық сақтау, білім беру және өмір сүру деңгейлерді ескере отырып, 10 түрлі көрсеткіштермен қалай артта қалатынын анықтайды. Индекс елдер арасында салыстыру жүргізуге мүмкіндік береді. Онда жас топтары, қалалық/ауылдық аймақтар және субұлттық аймақтар бойынша бөлінген елдер арасындағы айырмашылықтар қарастырылады.

[Толығырақ <http://hdr.undp.org/en/2021-MPI>]

Жедел кешенді бағалау

ОБЗ құралы елдерге ТДМ-ды іске асыруға дайындығын бағалауға көмектесе отырып, ТДМ-ды ұлттық және жергілікті жоспарларға қосуды жеңілдетуге көмектеседі. Бағалау ТДМ локализациялау үдерісіндегі алғашқы қадам болып табылады. Онда ағымдағы ұлттық және қосалқы ұлттық даму жоспарлары, саясат және тиісті секторлық стратегиялар қаралады, сондай-ақ ТДМ жоспарлары/стратегиялары мен мақсаттары арасындағы келісімділік деңгейіне бағдарлы шолу беріледі. Бұл құрал ТДМ-ны жылдам кешенді бағалау, мақсатты көрсеткіштер арасындағы өзара байланыс үшін нақты қадамдарды ұсынады және осылайша ТДМ-нің нақты мақсаттарына қол жеткізу тәңірегінде сектораралық үйлестірудің ықтимал қажеттілігін анықтайды.

Бұл құралдың негізгі мақсатты аудиториясы-ұлттық және субұлттық деңгейлердегі директивалық органдар. Бұған үкіметтен мүдделі тараптар кіреді (мемлекет басшысының Кеңсесі, қаржы, жоспарлау бөлімі, қосалқы ұлттық органдар, салалық министрліктер, ұлттық статистика басқармасы).

Басқа сарапшылар мен практиктер үшін– атап айтқанда, көпжақты және екіжақты мекемелерден, ҰЕҰ-дан және азаматтық қоғамнан– бұл құралды ОДМ-ды іске асыру жөніндегі жоспарларды әзірлеу кезінде және үкіметтік әріптестердің қолдауымен пайдалы деп санауға болады.

Ешкімді Шеңберден Тыс Қалдырмаңыз.

Бұл құрылым үкіметтер мен мүдделі тараптар "ешкімді назардан тыс қалдырмау" (ЕНТҚ) міндеттемесін ТДМ жетудегі прогресті қамтамасыз ететіндей және жеделдететіндей орындау үшін пайдалана алатын ұлттық диалог үшін практикалық негіз болып табылады. Бес фактор кімнің артта қалғанын және не үшін екенін түсіну үшін маңызды болып табылады: кемсітушілік; тұрғылықты жері; әлеуметтік-экономикалық мәртебесі; басқарма; және соққыларға осалдық. Тбұл факторларды үш жақты тәсіл арқылы қолдануға болады: бес фактордағы адамдардың кемшіліктерін зерттеу үшін; артта қалғандардың мүмкіндіктерін кеңейту (немесе артта қалу қаупі бар); ТДМ саласында инклюзивті, көреген және прогрессивті саясат жүргізу. Негіздемелік бағдарлама БҰҰ-ның Тұрақты даму жөніндегі тобының қамқорлығымен бүкіл жүйе ауқымында енгізілетін жедел басшылықтың ізашары болып табылады.

[Қосымша ақпаратты көру <https://www.undp.org/publications/what-does-it-mean-leave-no-one-behind>]

Халықаралық болашақтарды жаһандық болжау құралы.

ІХБ-лар-бұл 12 өзара байланысты модульдерден/жүйелерден тұратын жалпы тепе-теңдіктің есептелетін моделі (ЕЖТ). Оны Денвер университетіндегі Парди орталығы шығарады және қолдайды. Модельді елдік реформалардың, ТДМ-ға қол жеткізу жөніндегі іс-шаралардың немесе сілкіністердің артықшылықтары туралы талдамалық ақпарат алу үшін пайдалануға болады. БҰҰДБ-ның Парди орталығымен ынтымақтастығы шеңберінде модельде сондай-ақ пайдаланушыға саяси араласулар нәтижесінде ОДМ-ның бірнеше көрсеткіштері мен міндеттері бойынша прогресті қадағалауға мүмкіндік беретін ТДМ модулі бар. Модель елдерді талдау үшін де, аймақтық және жаһандық талдау үшін де қолданыла алады.



9. YouABLE 2 Модуль: "Жасыл мәміле" – тұрақты экономикаға жол картасы

Еуропалық Одақтың (ЕО)" жасыл бағыты " - бұл ЕО экономикасының тұрақты экономикалық модельге көшуіне бағытталған ЕО өсуінің негізгі жаңа стратегиясы.

Толығырақ ақпарат: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en].

2019 жылдың желтоқсанында енгізілген ЕО-ның "жасыл келісімінің" негізгі мақсаты-2050 жылға қарай ЕО таза қоршаған ортаға, қол жетімді энергияға, ақылға қонымды көлікке, жаңа жұмыс орындарына және өмір сүру сапасын жақсартуға әкелетін алғашқы климаттық бейтарап континентке айналу.

ТЕО-ның жалпы сомасы 1 трлн еуродан асатын "Жасыл мәмілеге" жәрдемдесуге арналған қаржыландырудың бірнеше қолданыстағы тетіктері келтірілген. Бұл инвестициялар ЕО-ның экономикалық өсуі мен климаттық бейтараптық үшін қажетті саяси реформаларды жүргізуді қаржыландырады.

ЕО-ның "жасыл мәмілесінің" негізгі элементтері климаттың өзгеруіне қарсы күрес жөніндегі шаралар болып табылады; Таза энергетика; тұрақты өнеркәсіп; ғимараттар мен олар құру;Тұрақты ұтқырлық; ластануды жою; фермадан шанышқыға дейін; Биоәртүрлілікті сақтау; зерттеулер мен әзірлемелер; көміртегі ағып кетуіне байланысты жосықсыз бәсекелестіктің алдын алу.

Еуропалық "жасыл бағыт" климаттық және экологиялық мәселерді саясаттың барлық салаларындағы мүмкіндіктерге айналдыру және барлығына әділ және инклюзивті ауысуды қамтамасыз ету арқылы ЕО экономикасының тұрақтылығын қамтамасыз етудің жол картасы болып табылады.

Еуропалық жасыл Климаттың өзгеруі және қоршаған ортаның тозуы Еуропа мен бүкіл әлемге экзистенциалды қауіп төндіреді. Осы проблемаларды еңсеру үшін Еуропалық "жасыл бағыт" ЕО-ны заманауи, ресурс тиімді және бәсекеге қабілетті экономикаға айналдырады:

- 2050 жылға қарай парниктік газдардың шығарындыларының болмайды
- ресурстарды пайдаланумен байланысты емес экономикалық өседі
- бірде-бір адам мен бірде-бір орын артта қалған жоқ

Еуропалық "жасыл келісім" сонымен қатар COVID-19 пандемиясынан құтқару шеңбері болып табылады.ЕО-ның келесі буын қалпына келтіру жоспары мен ЕО-ның жеті жылдық бюджетінен алынған 1,8 трлн Еуро инвестициясының үштен бірі Еуропалық жасыл

Климаттың өзгеруі және қоршаған ортаның тозуы Еуропа мен бүкіл әлем үшін экзистенциалды қауіп болып табылады. Еуропалық "жасыл бағыт" ЕО-ны заманауи, ресурс тиімді және бәсекеге қабілетті экономикаға айналдырады.



ЕК 1990 жылғы деңгеймен салыстырғанда 2030 жылға қарай парниктік газдардың таза шығарындыларын кем дегенде 55% - ға азайту талаптарына сәйкес климат, энергетика, көлік және салық салу саласындағы ЕО саясатын келтіру жөнінде бірқатар ұсыныстар



Еуропалық "жасыл келісімнің" басты мақсаты-2050 жылға қарай Еуропалық одақ әлемдегі алғашқы "климаттық бейтарап блок"болдуы. Оның мақсаттары құрылыс, биоалуантүрлілік, энергетика, көлік және азық-түлік сияқты көптеген түрлі салаларға қолданылады.

Жоспарға парниктік газдармен ластануды бірдей жылдамдықпен төмендетпейтін елдер үшін көміртегі шығарындыларының ықтимал тарифтері кіреді. Осы мақсатқа жету механизмі көміртек шекараларын түзету механизмі (CBAM) деп аталады. Ол сонымен қатар мыналарды қамтиды:

- атұйық цикл экономикасы саласындағы іс-қимыл жоспары,
- климатқа байланысты барлық тиісті саясатты шолу және қайта қарау (қажет болған жағдайда)шығарындыларға квоталар саудасы жүйесін қоса алғанда, құралдар,
- қолмен шанышқыға арналған стратегия, сонымен қатар екпінді өнімділікке сәйкес келеді (бұл фермерлерді топырақтағы көміртектегі басқару және сақтау, қоректік заттарды басқаруды жақсарту, шығарындыларды азайту үшін марапаттайды ...),
- ақазба отынына субсидиялар мен салық жеңілдіктерін (авиация, тасымалдау)мұқият қарастыратын энергияға салық салу туралы директиваны қайта қарау,
- тұрақты және ақылға қонымды ұтқырлық стратегиясы және
- ЕО орман стратегиясы. Соңғысының негізгі мақсаттары ретінде тиімді орман өсіру, сонымен қатар Еуропадағы Ормандарды сақтау және қалпына келтіруі».

Сондай-ақ, ол Еуропаның горизонттарға ұлттық мемлекеттік және жеке инвестицияларды тартуда маңызды рөл атқарады. Төнеркәсіппен және мүше мемлекеттермен серіктестік арқылы ол аккумуляторларды, таза сутекті, төмен көміртектегі болат өндірісін, дөңгелек био-салаларды және жасанды ортаны қоса алғанда, көліктік технологиялар саласындағы зерттеулер мен инновацияларды қолдайды.

ЕО "Жасыл келісімде" көрсетілген саясатты InvestEU инвестициялық жоспары арқылы қаржыландыруды жоспарлап отыр, онда инвестиция көлемі кемінде 1 трлн Еуро болады деп болжануда. Сонымен қатар, ЕО келісімде көрсетілген мақсаттарына қол жеткізу

Сценарий тақырыбы	Еуропалық жасыл келісім
Сценарийдің қысқаша сипаттамасы / тарихы	Youth Еуропалық жасыл келісім туралы біледі - ЕО экономикасының тұрақтылығын қамтамасыз етудің өршіл стратегиясы.; онда 2050 жылға қарай Еуропаны Климаттық бейтарап етуге бағытталған саясаттың барлық салаларындағы негізгі өзгерістер көрсетілген және бекітілген. Еуропалық "жасыл келісімді" тиімді іске асыру қоғамның барлық жіктерінің белсенді қатысуына байланысты.
Ұзақтығы	8 сағат = 2 сеанс * әрқайсысы 4 сағаттан
Топтың немесе қатысушылардың қысқаша сипаттамасы	Жалпы алғанда, ең көбі 30 қатысушы керек. Топтарда 15 жастан 30 жасқа дейінгі 10 қатысушылар жұмыс істейді. Таңдау негізгі ақпаратпен электрондық нысанды толтыру арқылы жасалады. Жастармен жұмыс істеудің осы саласына кіретін ҰЕҰ және басқа да ұйымдар мен мекемелер ұсынған жастарға басымдық беріледі.
Жобаның мақсаттары қызметі	Еуропалық жасыл келісімнің басты мақсаты 2050 жылға қарай Еуропалық Одақтың әлемдегі алғашқы "климаттық бейтарап блок" болуы туралы жастарға хабарлау.
Оқу мақсаттары	Осы модульден кейін қатысушылар: а. еуропалық жасыл Келісімнің мақсаттарын түсінеді; b. климаттың өзгеруіне қарсы күреске азаматтарды және қоғамның барлық жіктерін тарта алады; с. 2050 жылға қарай Еуропада климаттың өзгеруіне төзімді қоғам құру қажеттілігі туралы қоғамның хабардарлығын арттыра алады, климаттың өзгеруінің сөзсіз салдарына толық бейімделейді
Алынған дағдылар	Өз бетінше және командада жұмыс істей білу; Жақсы тұлғааралық дағдылар; Жоспарлау мен ұйымдастырудың жақсы дағдылары; бастамашылдық және көшбасшылық қасиеттер, жастармен ортақ тіл таба білу; Ашық көзқарас.
Материалдар	компьютер, СК-проектор, Wi-Fi(мүмкіндігінше), флипчарт; қағаз парақтары, қарындаштар, қаламдар, жапсырмалар және т. б.
Әдістері	Бейресми оқыту / тренинг және оқыту әдістері: * Байланыс әдістері: өзара әрекеттесу, диалог, Медиация * Аәрекет әдістері: тәжірибелер * Әлеуметтік-бағытталған әдістер: серіктестік, топтық жұмыс, нетворкинг; *Өзіндік әдістер: шығармашылық, ашылу, жауапкершілік; * Тимбилдинг ойындары мен мұзжарғыштар.
Бағалау/ алдынғы/ кейінгі тесстер	Бұл сценарий орындалғанға дейін және кейін тексерілуі керек. Алдыңғы/кейін ала тесттер дайын болу керек (ұзақтығы: 5-10 минут). Тесттің мақсаты-негізгі идеяларға бағытталған бейресми білім беру қызметін жүзеге асырғанға дейін / кейін жастар қызметкерлерінің білімі мен дағдыларын өлшеуге арналған: ТДМ анықтауға және ТДМ болашақ ұрпақтардың мүмкіндіктеріне қауіпсіздікке, қазіргі қажеттіліктерді қалай қанағаттандыратынын түсіндіру керек.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Дамушы елдерде,
100 БАЛАНЫҢ 7-І

5 жасқа дейін өледі

ТДМ 01: NO Кедейліксіз

YouABLE

10 YouABLE 3 Модулі: сандық маркетинг

Сандық маркетинг дегеніміз-брендті жылжыту немесе тұтынушыларға қол жеткізу үшін сандық немесе әлеуметтік арналарды пайдалануды белгілейді. Маркетингің бұл түрін Интернетте, әлеуметтік желілерде, іздеу жүйелерінде, мобильді құрылғыларда және басқа арналарда жүзеге асыруға болады. Бұл тұтынушылар үшін маркетингің жаңа тәсілдерін және олардың мінез-құлқының әсерін түсінуді қажет етеді.

Электрондық құрылғыларды қолданатын кез-келген маркетингі маркетинг мамандары жарнамалық хабарламаларды жіберу және олардың сіздің клиенттік жолыңызға әсерін өлшеу үшін қолдана алады. Іс жүзінде, сандық маркетинг, әдетте, компьютерде, телефонда, планшетте немесе басқа құрылғыда көрсетілетін маркетингтік науқандарды білдіреді.

Сандық маркетинг көптеген формаларды қабылдайды, соның ішінде онлайн бейнелер, медиа жарнамалар, іздеу жүйесінің маркетингі, ақылы әлеуметтік жарнамалар және әлеуметтік медиа жарияланымдар. Сандық маркетинг көбінесе журнал жарнамалары, билбордтар және тікелей пошта сияқты "дәстүрлі маркетингпен" салыстырылады.

Бұл қызықты, бірақ теледидар әдетте дәстүрлі маркетинг болып саналады.

Сандық маркетинг өсуді тудырады

Сандық маркетинг кез-келген бизнестің жалпы маркетингтік стратегиясының негізгі бағыттарының бірі болуы керек. Бұрын-соңды мұндай клиенттермен үнемі байланыста болудың жолы болған емес. Сандық деректерді қамтамасыз ете алатын жекелендіру деңгейін басқа әлі ештеңе ұсынбайды. Сандық маркетинг мүмкіндіктерін неғұрлым көп пайдалансаңыз, соғұрлым сіздің компанияңыздың өсу әлеуетін іске асыра аласыз.

Сандық маркетинг нақты уақыт режимінде мақсатты топтармен байланыс орнатуға мүмкіндік береді. Ең бастысы, бұл оларға сізбен байлануыға мүмкіндік береді.

Әлеуметтік медиа стратегия туралы ойланыңыз. Мақсатты аудитория сіздің соңғы жазбаңызды көргенде өте жақсы, бірақ олар оған түсініктеме бергенде немесе бөліскенде одан да жақсы болар. Бұл сіздің өніміңіздің немесе қызметіңіздің айналасындағы шуды, сондай-ақ біреу әңгімеге қосылған сайын көрінудің жоғарылауын білдіреді.

Маркетинг, Анықталған

Міне, маркетингің ресми анықтамасы:

Маркетинг-бұл бәсекелестік ортада тұтынушылар мен бизнес пайдаланушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыратын өнімдер мен қызметтерді жоспарлауға, баға белгілеуге, жылжытуға және таратуға арналған өзара әрекеттесетін іскери әрекеттердің жиынтық

4П маркетингтік кешені дегеніміз не?

Маркетинг кешеніне ұйым сәтті маркетинг жоспарын орындау үшін қолдана алатын элементтер кіреді.

Бұл термин 1940 жылдардың аяғында қолданысқа енгізілді және Гарвард профессоры Нил Борден оны 1953 жылы Американдық маркетинг қауымдастығына үндеуінде қолданды.

4Р маркетинг кешені Сіздің компанияңыздың пайдасына әсер ететін төрт бақыланатын факторды анықтауға мүмкіндік береді: өнім, орын, жылжыту және баға.

Осы төрт факторды қалай біріктіруге шешім қабылдай отырып, сіз жаңа жобаны немесе қызметті нарыққа шығарудың тамаша әдісін анықтай аласыз.

4 П дегеніміз не?

4 Ps: Өнімді, орынды, жарнамалық акцияларды, және бағаларды білдіреді.

1. **Өнім**-бұл мақсатты аудиторияның қажеттіліктерін қанағаттандыратын материалдық өнім немесе қызмет.
2. **Орын**: өнім қайда және қашан қол жетімді екенін білдіреді.
3. **Жарнамалық акциялар**: жарнама, сандық маркетинг, PR, оқиғалар маркетингі, тікелей маркетинг, жеке сату, арна маркетингі және одақтар.
4. **Бағасы**: негізгі бағаға, жаңартуларға, жеңілдіктерге, купондарға, дистрибьютор бағасына және т. б. қатысты саясаттан тұрады.

Маркетинг қоспаларының артықшылықтары

Тиімді маркетинг кешені Сіздің бизнесіңіздің мықты жақтарын дамытуға және әлсіз жақтарын шектеуге, бәсекеге қабілетті болуға, нарыққа бейімделуге және серіктестермен ынтымақтастыққа келуге көмектеседі.. Атап айтқанда, маркетингтік іс-шаралар кешені сіздің ҮЕҰ-ға немесе қауымдастыққа келесі сұрақтарға жауап беруге көмектеседі:

- Сіздің мақсатты тобыңыз кім?
- Олардың проблемасы қандай?
- Бұл мәселені шешуге не кедергі?
- Сіздің жобалық қызметіңіз бұл мәселені қалай шешеді?
- Сіздің мүдделі тараптарыңыз бәсекелестеріңізге қалай қарайды?
- Олар сіздің жобаңызға қалай қарайды?
- Оларды қатысу туралы шешім қабылдауға не итермелейді?

60 жылдан астам уақыт бұрын ойлап табылған көптеген басқа құрылғылар сияқты, 4П де заманауи бизнестің қажеттіліктерін көрсету үшін жаңартылды.

8 Ps дегеніміз не?

Өнімдерге толығымен назар аударудың орнына, жаңа 8P методикасы клиенттерге қызмет көрсету рөлін қосуға және өнімдердің орнына қызметтерді сататын бизнеске бейімделуге жеткілікті икемді.

Осы модельді сервистік кәсіпорындарға және клиенттерге қызмет көрсетуге бағытталған әлемге тарататын "жаңа 4P" - ді қарастырайық.

5. Адамдар

Орындалатын жұмысты орындайтын адамдарды таңдау, жалдау, және орнында ұстап қалу бизнестің маңызды бөліктерінің бірі болып табылады.

6. Процесс

Процесс туралы сіздің қажеттіліктеріңіз тұрғысынан ойлау қаншалықты қызықты болса да, маркетинггерлер үшін процесс - бұл сіздің клиенттеріңіз бастан кешіретін нәрсе. Клиент үшін ең тітіркендіргіш-бұл Жеткізушінің ыңғайлылығын клиенттің ыңғайлылығынан жоғары қоятын процесс элементтері.

7. Заттай дәлелдемелер

Клиент сатып алудан бұрын сіздің бизнесіңіздің барлық көрінетін және нақты іздері сатуын дәлелдер бола алады.

Жарнамалар, белгілер, қабылдау бөлмесі, корпоративті брошюралар, тіпті қызметкерлердің киімдері де Сіздің бизнесіңіздің нақты дәлелдерінің бөлігі болып табылады.

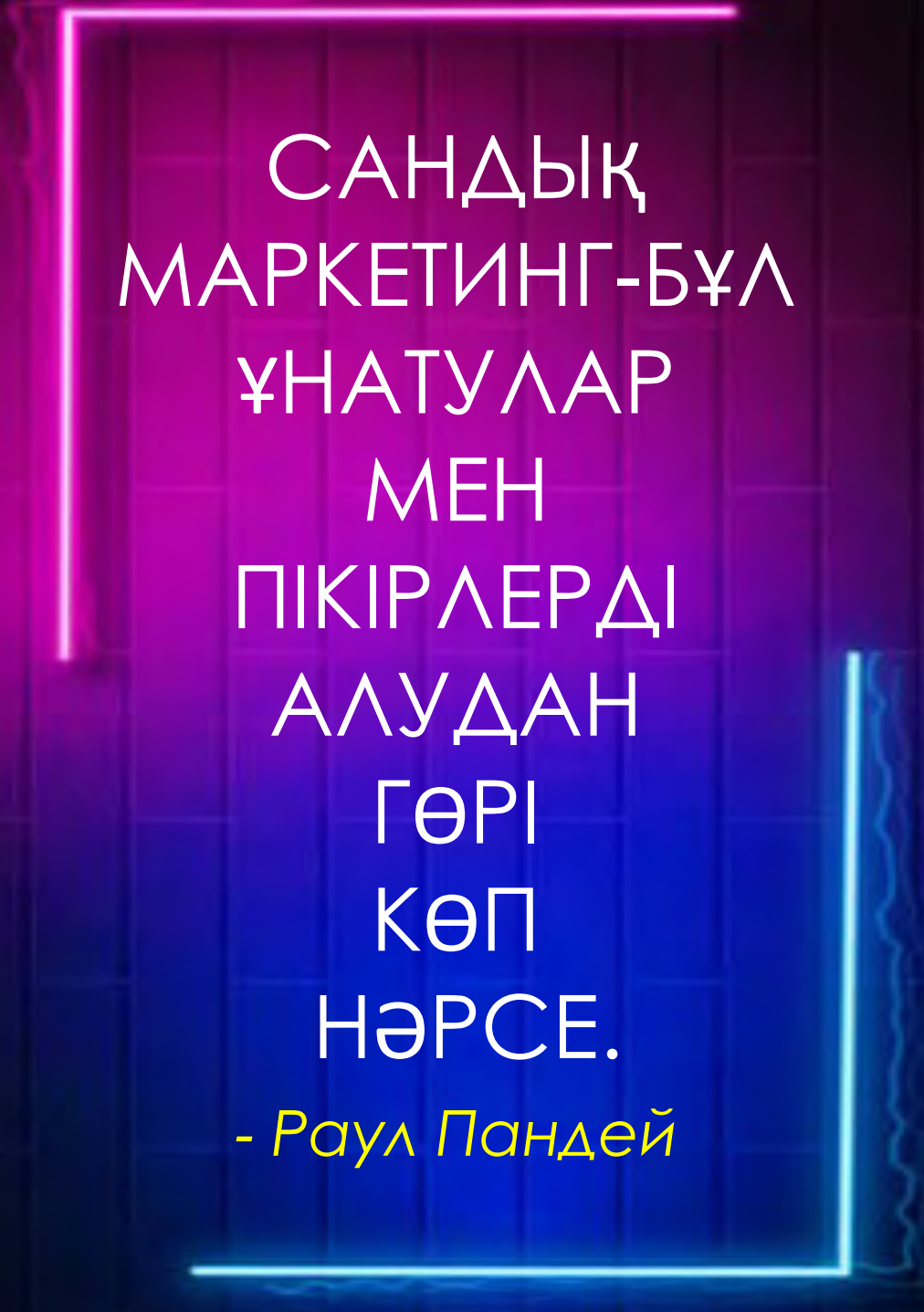
Бәсекелестерден ерекшелену және күшті бренд имиджін құру үшін нақты дәлелдерді қолданыңыз.

8. Өнімділік

Процесс сияқты, бұл сіздің ішкі өнімділігіңіз туралы емес, бұл сіздің тұтынушыларыңызға тауарларды жеткізу қабілетіңіз туралы. Осыған байланысты өнімділік әрдайым сапамен үйлеседі-сіз әрқашан ең жақсы сапаны қамтамасыз етуге керексіз.

8P (кейде 5P) - бұл сіздің "маркетингтік кешеніңіз".

Назар аударыңыз, әр элемент басқасымен келісілуі керек!



САНДЫҚ
МАРКЕТИНГ-БҰЛ
ҰНАТУЛАР
МЕН
ПІКІРЛЕРДІ
АЛУДАН
ГӨРІ
КӨП
НӘРСЕ.

- Раул Пандей

Topic of scenarios	DIGITAL MARKETING
Сценарийдің қысқаша сипаттамасы/ тарихы	Сандық маркетинг-бұл интернет пен оған негізделген сандық технологияларды, мысалы, жұмыс үстелдері, телефондарды және басқа да сандық медиа мен тауарлар мен қызметтерді жылжыту платформаларын қолданатын маркетинг компоненті. Компьютерлер, смартфондар және ойын жүйелері сияқты сандық құрылғыларды қолдануға деген бақылаусыз ұмтылысты білдіретін кең термин. Жастар қызметкерлері бұл білімді шабыт алу және олардың қызметі / жобалары / өнімдері үшін тиімді және қызықты жарнама жасау үшін қолдана алады.
Ұзақтығы	8 сағат = 2 сеанс * әрқайсысы 4 сағаттан
Топтың немесе қатысушылардың қысқаша сипаттамасы	Жалпы алғанда, ең көбі 30 қатысушы керек. Топтарда 15 жастан 30 жасқа дейінгі 10 қатысушылар жұмыс істейді. Таңдау негізгі ақпаратпен электрондық нысанды толтыру арқылы жасалады. Жастармен жұмыс істеудің осы саласына кіретін YEҰ және басқа да ұйымдар мен мекемелер ұсынған жастарға басымдық беріледі.
Жобаның мақсаттары	Жастарға сандық маркетингтің ақылға қонымды болуы керек екенін айту: (нақты, өлшенетін, қол жетімді, өзекті және уақытқа байланысты);
Оқу мақсаттары	Қатысушылар бұл нәрцелер туралы білімдерін кеңейтеді: • Ғаламдық қол жетімділік-веб-сайт сізге жаңа нарықтарды табуға және бүкіл әлем бойынша шағын инвестициялармен сауда жасауға мүмкіндік береді. • Төмен шығындар-сізге маркетингтің дәстүрлі әдістеріне қарағанда әлдеқайда аз шығындармен қажетті мақсатты тоқты қамтуға мүмкіндік береді. • Бақыланатын және өлшенетін нәтижелер-интернеттегі маркетингті веб-аналитикамен өлшеу • Әлеуметтік валютасы -сандық маркетинг мазмұнды маркетинг тактикасын қолдана отырып, тартымды науқандар құруға мүмкіндік береді.
Алынған дағдылар	The ability to work independently and in the team; Good interpersonal and communication skills; Good planning and organizational skills; Initiative and leadership qualities, with the ability to relate to young people; A non-judgmental attitude.
Материалдар	компьютер, СК-проектор, Wi-Fi(мүмкіндігінше), флипчарт; қағаз парақтары, қарындаштар, қаламдар, жапсырмалар және т. б.
Керек Әдістер	Бейресми оқыту / тренинг және оқыту әдістері: 1. Коммуникативті тәсіл: өзара әрекеттесу, диалог, Медиациялар; 2. Activity-based: experience, practice, experimentation; 3. Әлеуметтік бағытталған: серіктестік, топтық жұмыс, нетворкинг; 4. Дербестік: Шығармашылық, жаңалық ашу, жауапкершілік; 5. Командалық ойындар мен мұзжарғыштар.
Бағалау/алдыңғы/ кейінгі тесттер	Бұл сценарий орындалғанға дейін және кейін тексерілуі керек. Алдын\кейін ала тесттер дайын болу керек (ұзақтығы: 5-10 минут). Тесттің мақсаты-негізгі идеяларға бағытталған бейресми білім беру қызметін жүзеге асырғанға дейін / кейін жастар қызметкерлерінің білімі мен дағдыларын өлшеуге арналған: ТДМ анықтауға және ТДМ болашақ ұрпақтардың мүмкіндіктеріне қауіпсіздікке, қазіргі қажеттіліктерді қалай қанағаттандыратынын түсіндіру керек.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Әлем халқының жартысына жуығы

ИНТЕРНЕТКЕ ҚОЛ ЖЕТКІЗЕ АЛМАЙДЫ

әсіресе кедей елдерде.

ТДМ 17: СЕРІКТЕСТІК ҚАТЫНАСТАР

YouABLE

11. YouABLE 4 Модулі: әлеуметтік желілер

Әлеуметтік медиа-бұл виртуалды қауымдастықтар мен желілер арқылы ақпаратты, идеяларды, мансаптық қызығушылықтарды және өзін-өзі көрсетудің басқа түрлерін құруды және бөлісуді жеңілдететін интерактивті компьютерлік технологиялар.

Әлеуметтік желілердің тарихы 1970 жылдардан бастау алады.

Кейбір әлеуметтік медиа сайттар әлеуметтік желілерде орналастырылған мазмұнның вирустардың таралуына әкелуі мүмкін. Әлеуметтік медиа контексінде "вирустық" (мазмұн немесе веб-сайттар пайдаланушылар (басқа пайдаланушының) өздерінің әлеуметтік желісіне орналастырған мазмұнды қайта орналастыруға ықтимал, бұл одан әрі алмасуға әкеледі.

Көптеген әлеуметтік медиа сайттар пайдаланушыларға Twitter-дегі retweet түймесі, Pinterest мүмкіндігі немесе Facebook-тегі бөлісу мүмкіндігі сияқты мазмұн форматын өзгертуге көмектесетін арнайы мүмкіндіктерді ұсынады.

Азаматтар, бизнес қоғамдастығы және мемлекеттік органдар вирустық маркетинг тактикасына ерекше қызығушылық танытады, өйткені вирустық науқан газеттерден, журналдардан, ақпараттық бюллетендерден, билбордтар мен теледидардан арзанырақ болады.



Әлеуметтік медиа маркетинг жоспары

Енді сіз әлеуметтік медиа маркетинг жоспарын жасауыңыз керек. Қиын міндет, дұрыс па? Біздің көпшілігіміз оны нөлден қалай жасау керектігін айтпағанда, оның не екенін түсінбейді.

Қарапайым сөзбен айтқанда, сіз әлеуметтік медиада жасаған әрбір әрекет әлеуметтік медиа маркетингінің үлкен стратегиясының бөлігі болуы керек. Бұл әр твит, жауап, ұнату және түсініктеме алдын-ала белгіленген мақсаттарға жетуге бағытталуы керек дегенді білдіреді.

Бұл қиын болып көрінуі мүмкін, бірақ егер сіз әлеуметтік желілерде кешенді жұмыс жоспарын құруға уақыт бөлсеңіз, қалған әлеуметтік күш-жігеріңіз табиғи түрде орындалуы керек. Егер сіз бизнеске дұрыс қарап, мұны бәрі жасай алады.

Әлеуметтік медиа маркетинг жоспарын не қамтуы керек екенін біліп, өзіңіздің жеке жоспарыңызды құру үшін 6 қадамдық жоспарын орындаңыз:

Әлеуметтік медиа маркетинг жоспары дегеніміз не?

Әлеуметтік медиа маркетинг жоспары-бұл сіз жасағыңыз келетін және әлеуметтік медиа арқылы бизнесіңіз үшін қол жеткізуге үміттенетін барлық нәрселердің қысқаша мазмұны. Бұл жоспарға сіздің есептік жазбаңыздың қай жерде орналасқандығы, олардың қысқа болуын қалайтын мақсаттар және осы мақсатқа жету үшін пайдаланғыңыз келетін барлық құралдар кіруі керек.

Жалпы, сіз өзіңіздің жоспарыңызды неғұрлым нақты тұжырымдай алсаңыз, оны соғұрлым тиімді орындайсыз. Оны қысқа етіп жасауға тырысыңыз және әлеуметтік медиа маркетинг стратегияңызды соншалықты керемет және кең етіп жасамаңыз, өйткені өте қиын болып ол қол жетімсіз болады.

Бұл жоспар сіздің әрекеттеріңізді басқарады, бірақ сонымен бірге сіз әлеуметтік желілерде сәттілікке жететіндігіңізді немесе сәтсіздікке ұшырағаныңызды анықтайтын өлшемге айналады.

1-қадам: әлеуметтік желілерде мақсаттар мен міндеттер жасаңыз

Кез-келген әлеуметтік медиа маркетинг стратегиясына алғашқы қадам-сіздің қолыңыз жетуге келетін мақсаттарды анықтау. Осы мақсаттарға қол жеткізу әлеуметтік медиа науқандары сіздің күткеніңізге сәйкес келмеген кезде тез әрекет етуге мүмкіндік береді.

Осы мақсаттарсыз сіз өзіңіздің жетістіктеріңізді бағалауға және инвестициялардың қайтарымдылығын дәлелдеуге мүмкіндігіңіз жоқ.

Мақсатқа жеткеннен кейін оның қандай болатынын өзіңізден сұраңыз және оны қалай бақылайтындығыңызды анықтау үшін қолданыңыз.

Мысалы: Instagram үшін біз компаниямыздың мәдениетін көрсететін фотосуреттермен бөлісеміз.

Біз мұны аптасына 3 фотосурет жариялаймыз, олар әрқайсысы 100 лайк пен 10 пікір алады.

2-қадам: Әлеуметтік медиа аудитін жүргізіңіз

Әлеуметтік медиа маркетинг жоспарын жасамас бұрын, әлеуметтік медианың қазіргі қолданылуын және оның сіз үшін қалай жұмыс істейтінін бағалауыңыз керек.

Ол үшін қазіргі уақытта сізге әлеуметтік желілер арқылы кім қосылатынын, мақсатты нарық қандай әлеуметтік медиа сайттарды пайдаланатынын және сіздің әлеуметтік медиа қатысуыңызды бәсекелестеріңізбен қалай салыстыратындығын анықтау керек.

Сіздің әлеуметтік медиа маркетинг жоспарыңыздың маңызды бөлігі әлеуметтік желідегі әр профиль үшін миссия туралы мәлімдеме жасау болады.

Бір сөйлемдегі бұл мәлімдемелер Сіздің назарыңызды Facebook, Twitter немесе кез-келген басқа әлеуметтік желі арқылы қол жеткізгіңіз келетін нақты мақсатқа аударуға көмектеседі.

3-қадам: Әлеуметтік есептік жазбаларыңызды жасаңыз немесе жаңартыңыз

Есептік жазбаларыңызды тексергеннен кейін, интернеттегі қатысуды білетін уақыт келеді. Әлеуметтік медиа мақсаттарыңызға қай желілер жақсы сәйкес келетінін таңдаңыз. Егер сіз кез-келген желіде әлеуметтік медиа профильдері болмаса, оларды кең мақсаттарыңыз бен аудиторияңызды ескере отырып, ен басындан жасаңыз. Егер сізде бар есептік жазбалар болса, жақсы нәтижеге қол жеткізу үшін оларды жаңартатын уақыт келді.

4-қадам: сала жетекшілерінен, бәсекелестерден, клиенттерден әлеуметтік желілерден шабыт алыңыз

Әлеуметтік желілерде белсенді болудың маңызды себептерінің бірі- бұл жерде сіздің тұтынушыларыңыз қазіргі кезде де белсенді. Бірақ сіздің бәсекелестеріңіз де сондай. Бұл жұбаныш болмауы мүмкін, бірақ бұл сіздің әлеуметтік медиа маркетинг жоспарыңызға біріктіруге болатын білімнің үлкен көлеміне қол жетімді екенін білдіреді.

Әлеуметтік желілерде қандай мазмұн мен ақпарат көп назар аударатыны туралы бәсекелестеріңізге қарап біліңіз.

Сондай-ақ, әлеуметтік медиа тыңдауын пайдаланып, бәсекелестерден қалай ерекшеленуге болатындығын және олар



5-қадам: мазмұн жоспарын және редакциялық күнтізбені жасаңыз

Үлкен мазмұн әлеуметтік медианың жетістігі үшін маңызды болады.

Сіздің әлеуметтік медиа маркетинг жоспарыңызда мазмұнды құру стратегиясы мен оның курациясы, сонымен қатар редакциялық күнтізбеден тұратын мазмұнды маркетинг жоспары болуы керек.

6-қадам: Әлеуметтік медиа маркетинг жоспарын сынап көріңіз, бағалаңыз және реттеңіз.

Сіздің әлеуметтік медиа жоспарыңыз туралы түсінетін ең маңызды нәрсе - оның үнемі өзгеруі керектігі.

Ажаңа желілер пайда болған кезде, сіз оларды жоспарға қосқыңыз келуі мүмкін.

Мақсаттарға қол жеткізген кезде оларды түзету немесе әр желі үшін жаңа мақсаттар табу қажет болуы мүмкін.

Сіз шешуге керекті жаңа мәселелер туындауы мүмкін. Сіздің бизнесіңіз кеңейген сайын Сізге жаңа рөлдер қосу немесе әртүрлі филиалдарда немесе елдерде әлеуметтік қатысуыңызды кеңейту қажет болуы мүмкін.

Бұл жоспар өзгере алады, сондықтан бұл өзгерістерге икемді және ашық болыңыз.

Стратегияңызды сіздің соңғы идеяларыңызды көрсететін етіп қайта жазыңыз және сіздің командаңыз жаңартылған нәрсені білетініне көз жеткізіңіз.

Сценарий тақырыбы	әлеуметтік медиа
Сценарийдің қысқаша сипаттамасы / тарихы	Біз әлеуметтік медианы күн сайын дерлік қолданамыз. Бұл модуль барысында қатысушыларға әлеуметтік желілер деген не және олар біздің өмірімізді қалай анықтайтынын үйретуге басты назар аударылады. Едәл, біз: а. Әлеуметтік медианың маңыздылығын көрсетеміз; б. Жастарға шығармашылық әлеуметтік медианы қолдануға көмектесетін әдістерді насихаттаймыз; с. Жастар қызметкерлерін әлеуметтік желілерді пайдалану үшін барабар құралдармен жабдықтаймыз; және әлеуметтік медиа құралдарының мазмұнын түсінеміз.
Ұзақтығы	8 сағат = 2 сеанс * әрқайсысы 4 сағаттан
Топтың немесе қатысушылардың қысқаша сипаттамасы	Жалпы алғанда, ең көбі 30 қатысушы керек. Топтарда 15 жастан 30 жасқа дейінгі 10 қатысушылар жұмыс істейді. Таңдау негізгі ақпаратпен электрондық нысанды толтыру арқылы жасалады. Жастармен жұмыс істеудің осы саласына кіретін ҰЕҰ және басқа да ұйымдар мен мекемелер ұсынған жастарға басымдық беріледі.
Жобаның мақсаттары	Түпкі мақсат-қатысушыларға әлеуметтік медианың аддардан басқа адамдар үшін жасалғанын түсіну.
Оқу мақсаттары	Жастар әлеуметтік желілерді пайдалану туралы білім алады. Осы оқу курстарынан кейін жастар: 1) Әлеуметтік медиа ұғымының анықтай алады; 2) Әлеуметтік медиаға, оның ішінде белгілі бір қауіп факторларына тәуелділіктің не екенін түсіндіре алады; 3) Әлеуметтік желілерге тәуелділіктің белгілері мен физикалық және мінез-құлық белгілерін сипаттай алады; және 4) Әлеуметтік медиаға тәуелділікті анықтап үлгілерде әлеуметтік медиаға тәуелділіктің емі мен нұсқаларын талқылай алады.
Алынған Дағдылар	өз бетінше және командада жұмыс істей білу; тұлғааралық қарым-қатынастың жақсы дағдылары; жоспарлау мен ұйымдастырудың жақсы дағдылары; бастамашылық және көшбасшылық қасиеттер, жастармен қарым-қатынас жасау қабілеті; ашық көзқарас.
Материалдар	компьютер, СК-проектор, Wi-Fi(мүмкіндігінше), флипчарт; қағаз парақтары, қарындаштар, қаламдар, жапсырмалар және т. б.
Әдістері	Бейресми оқыту / тренинг және оқыту әдістері: * Коммуникативті тәсіл: өзара әрекеттесу, диалог, Медиациялар; * Әрекет тәсілі: тәжірибе, тәжірибе, тәжірибе; * Әлеуметтік бағытталған: серіктестік, топтық жұмыс, нетворкинг; * Тәуелсіздік: шығармашылық, ашылу, жауапкершілік; Командалық ойындар мен мұзжарғыштар.
Бағалау, Алдында/кейін алынған тесттер	Бұл сценарий орындалғанға дейін және кейін тексерілуге керек. Алдын\кейін ала тесттер дайын болу керек (ұзақтығы: 5-10 минут). Тесттің мақсаты-негізгі идеяларға бағытталған бейресми білім беру қызметін жүзеге асырғанға дейін / кейін жастар қызметкерлерінің білімі мен дағдыларын өлшеуге арналған: ТДМ анықтауға және ТДМ болашақ ұрпақтардың мүмкіндіктеріне қауіпсіздікке, қазіргі қажеттіліктерді қалай қанағаттандыратынын түсіндіру керек.

БІЛІМ СЕНІМДІЛІКТІ
ТУДЫРАДЫ.
СЕНІМ ҮМІТ
ТУДЫРАДЫ.
ҮМІТ ӘЛЕМДІ
ТУДЫРАДЫ.

- Конфуций



12. Тренерлерге арналған ескертпелер

Төрт күндік семинарларға негізделген бұл әдістеме қатысушыларды жобаның тақырыптарына қатысты негізгі мәселелермен таныстыруға арналған: ТДМ; Еуропалық жасыл курс; цифрлық маркетинг және әлеуметтік медиа.

Іске асыру мерзімі: төрт жұмыс күні. Бір жұмыс күні, яғни түскі ас пен екі кофе-брейкті қоса алғанда, бір тақырыпқа арналған 8 жұмыс сағаты.

Қатысатын қатысушылардың ерекшеліктерін ескере отырып, семинарларды ұйымдастыру ұсынылады (мысалы, қатысушылар тобының құрамы, қатысу мақсаты, олардың тиісті салалардағы тәжірибесі).

Семинар басталмас бұрын фасилитатор курстың нұсқаулықтары мен материалдарымен, сондай-ақ семинардың іс-шараларымен, уақытты бөлумен және қатысушылар қатысатын талқылау мәселелерімен танысуы керек.

Оқытудың жаңа дәуірінде технология балаларды, жасөспірімдер мен жастарды оқыту процесінде түбегейлі рөл атқарады. Жаттықтырушылар, соның ішінде жастар қызметкерлері мен студенттер арасындағы байланысты жеңілдететін құралдар бар.

Жастар жұмысшыларына автономия беру, оқу процестерін басқаруды жақсарту, ынтымақтастықты ынталандыру және оқытушылар мен студенттер арасындағы қарым-қатынасты жеңілдету үшін жүздеген цифрлық білім беру құралдары құрылды. Әрине, сыныпта қолдануға арналған техникалық құралдардың жетіспеушілігі жоқ:

- Edmodo-бұл барлық оқушыларды өз әлеуетін толық ашуға қажетті адамдармен және ресурстармен байланыстыруға көмектесетін ғаламдық білім беру желісі [<https://new.edmodo.com>].
- Бұл жобаK-12 класы үшін үлкен қызықты әлеуетке ие көп өлшемді сандық баяндау құралы. [<http://projeqt.com>].
- Scratch-бұл жоғары деңгейлі блоктық визуалды бағдарламалау тілі және бағдарламалау бойынша оқу құралы ретінде веб-сайт. Scratchers деп аталатын сайт пайдаланушылары блоктық интерфейсті қолдана отырып, веб-сайтта жобалар жасай алады [<https://scratch.mit.edu/>].
- Socrative мұғалімдерге студенттерге ноутбуктерде тез өтуге болатын қарапайым тесттер жасауға мүмкіндік береді-немесе

Бұл модульді іске асыру кезінде сандық құралдарды пайдалануды ұсынамыз. Мысалы, (Kahoot [www.jasay.Kahoot.it], Ментиметр [www.mentimeter.com] және басқа да онлайн-викториналар [www.quizzes.com]), өйткені олар информация ыңғайлы болу үшін мәтіндерді, суреттерді, аудиоларды және бейнелерді іске асырудың жолын жеңілдетеді. Сыныптағы кейбір танымал сандық құралдарға хромбуктар, планшеттер және Airtame құрылғылары кіреді.

Семинардың күшті қарым-қатынастармен және қатысумен болуы үшін, жаттықтырушы өатысушылармен бірлескен оқу тәжірибені құруы керек. Жаттықтырушы өзі жеткізгісі келетін нәрсені нақты, егжей-тегжейлі түсіндіріп, жауапкершілікпен жұмыс істеуі керек және кестеге қатаң сәйкес келуі керек.

Жаттықтырушы семинардың барысын есте ұстауы керек және қажет болған жағдайда тиісті түрде жауап беруі керек. Егер семинар жоспарланбаған бағытта өтсе немесе қатысушылар белсенді қатыспаса (мысалы, шаршау, ұялады, олардың қызығушылықтың болмаса), себебін анықтап, белсенді қатысуды ынталандыру арқылы тиісті түрде жауап беруге керек.

Семинарды өткізу кезінде іс-шаралар немесе түсіндірулер жоспарланғаннан көбірек уақытты алуы мүмкін, бұл жоспарлаудың кешеуілдеуіне әкеледі. Мұндай жағдайда қатысушыларға сессия барысында білгендерімен немесе тәжірибелерімен бөлісуге уақыт бөлу қиын болуы мүмкін. Алайда, қатысушыларға жаңа идеялар мен терең түсінік алуға көмектесу үшін өз ойлары мен тәжірибелерімен бөлісу қажет. Сондықтан уақыттың жетіспеушілігіне тап болған кезде, бөлісуді қысқа, бірақ тиімді етіңіз. Семинар соңында қатысушыларға презентациялық материалдар мен есептер сияқты материалдар ұсынылады. Бұл қатысушыларға білгендерін есте сақтауға және кейінгі әрекеттерін жалғастыруға көмектеседі. Кеңестер мен олардың қиындықтарымен бөлісу қауымдастық тәжірибесін өз салаларында алға жылжытуға көмектеседі.



12. ToT-тан кейінгі мұғалімдердің құзыреттілігі

Жаттықтырушыларды даярлау курсынан өткеннен кейін оқытушылар қомақты мультидисциплинарлық құзыреттерге ие болуы (немесе оқыту басталғанға дейін пісіп-жетілуі) тиіс.

Бұл құжаттағы құзіреттіліктер әртүрлі қиын жағдайлар мен міндеттерді сәтті шешу үшін іс жүзінде қолдануға болатын құндылықтар, көзқарастар мен сенімдердің жалпы жүйесі ретінде түсінілуі керек.

Құзыреттіліктер жиынтығын әр түрлі оқу жағдайларына, стратегиялар мен контексттерге әрі қарай талқылау және енгізу шаралары үшін бейімдеуге болатын икемді негіз ретінде қарастырған жөн"

- Жеке және топтық оқу процестерін түсіну және жеңілдету [Сәйкес әдістерді таңдау, бейімдеу немесе құру және шабыттандыратын және қауіпсіз оқу ортасын құру];
- Оқытуды үйрену [Оқу жетістіктері мен құзыреттіліктерін бағалау. Анықтау оқу мақсаттары және оларды белсенді түрде орындау];
- Білім беру бағдарламаларын әзірлеу [бейресми оқытудың қағидаттары мен құндылықтарына негізделген білім беру тәсілін әзірлеу];
- Командалардағы сәтті ынтымақтастық [команданың міндеттерін орындауға белсенді қатысуды] білдіреді және қамтиды; Команданың басқа мүшелерін жауапкершілікке, ынталандыруға және тартуға дайын болу];
- Басқа адамдармен мағыналы қарым-қатынас мыналарды білдіреді және қамтиды: [белсенді тыңдау қабілеті; және ойларды, сезімдер мен эмоцияларды нақты білдіру қабілеті];
- Мәдениетаралық құзіреттілікке [түсініксіздік пен өзгерісті қабылдауды, сонымен қатар жеке басын, мәдениетін және байланысты аспектілері мен өлшемдерін әр түрлі тұрғыдан қарауға дайын және қабілетті] кіреді.

Құзыреттер жиынтығын жабық процесс ретінде емес, динамикалық және жанды құжат ретінде қарастыру керек, ол онлайн-вики арқылы және ішінара болашақ кеңес беру процестері арқылы дами береді.

Өзіне деген сенімділік, мотивация және әл-ауқат адам өзінің дамыған құзіреттілігін пайдалана алатындай маңызды алғышарттар болып табылады.

Сонымен, құзыреттілік жиынтығы әрбір Еуропадағы жастармен жұмыс істейтін жаттықтырушы бірдей шеберлік деңгейіне ие болуы керек. Құзыреттердің "міндетті" тізімі болуға арналмаған, керісінше оқытуға байланысты құзыреттер жиынтығы, мүмкін қолдау тетіктері, оқу курстарын әзірлеу кезінде ескерілуі керек. Ожаттықтырушы бұл бәрі элементтерді модульдардың барысында ылғи ескерту керек.

Танықтамалық құжаттарда ұсынылған құзыреттерді талдаудың күрделілігі-олардың барлығы нақты тәсілге жатады. Тренингтер біліктілікті дамыту жүйесінің бөлігі болып табылады, ол мақсатты топқа, жастар жұмысшыларына және оқытуға бағытталған жастарға менжұмыс жағдайларына байланысты әр түрлі бола алады. Сондықтан, оқу модульдерін әзірлеуді қолдаумен қатар, ұсынылған құзыреттер жиынтығы өз құзыреттерін одан әрі дамыту мүмкіндігі ретінде қарастырылуы керек. Соңғысы, әрине, қауіп-қатерлер мен жеке мәселелерді шешуді талап етеді. Сондай-ақ, ол алқалық қолдау мен шолуға, бағалауға, "сынақ" процесіне және жеке және кәсіби дамуға арналған есіктерді аша алады. Мнда "мінсіз жаттықтырушы" деген ұғым жоқ және оны істеуге сол құжаттың мақсаты емес. Осылайша, құзыреттілік жиынтығын пайдалану оны пайдалану контекстіне бейімдеуді білдіреді.



14. Түйіндеме

Адамзаттың планетаға әсерін негізінен дегенеративтіден регенеративтіге айналдыратын кез келді! Бүгінде өмір сүріп жатқан біздің ұрпақтарымыздың алдында бүкіл әлемдегі теңіз және жер үсті экожүйелерінің сау, тіршілікті қолдайтын функцияларын қалпына келтіру міндеті тұр. Осылайша біз өркендеген жергілікті қауымдастықтар мен динамикалық дөңгелек биоэкономика үшін негіз жасаймыз.

Оқытудың бұл YouAble әдісі-жеке немесе мемлекеттік секторда немесе азаматтық қоғам ұйымында жұмыс істесеңіз де, азамат, жастар қызметкері, мұғалім, әлеуметтік кәсіпкер, қызығушылық танытқан ата-ана, зейнеткер, жақында мектеп немесе университет түлегі ретінде сіздің қоғамдастықтың болашағына белсенді қатысу мүмкіндігі.

Бұл әдістеме қатысушыларды тарта отырып, озық тәжірибені, білім мен ноу-хауды насихаттауға және таратуға бағытталған, сондықтан олар әркімнің жерді құтқаруға және әлеуметтік желілерді қолдана отырып, ТДМ іске асыруға қосқан үлесінің маңыздылығы туралы көбірек біледі.

YouABLE ToT Әдістеме-үш модульден тұратын Мозаика::

YouABLE ToT Әдістеме-төрт модульден тұратын Мозаика:

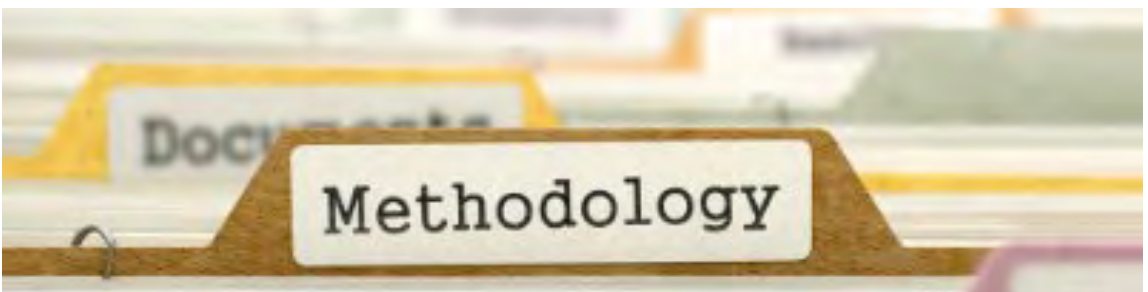
[a] Тұрақты даму мақсаттары [ТДМ];

[b] Еуропалық жасыл келісім

[c] Сандық маркетинг қазіргі жұмыс философиясы ретінде және

[d] Әлеуметтік медиа-бұл біздің күнделікті өміріміздің міндетті құралы.

Тиісінше, әрбір сессия лекциялардан, пікірталастардан, іс-шаралардан, сонымен қатар рефлексиядан және фасилитаторлар мен қатысушылардың арасындағы тұрақты диалогтан тұрады.



Қатысушыға назар аудару (жаттығуға ең көп дегенде 30 адам) белсенді қатысуды қамтамасыз ету үшін мазмұнды жоспарлауды бастамас бұрын негізгі элемент болып табылады.

Қатысушылардың қолданыстағы құзыреттіліктері курсқа барынша ықпалдастырылуы тиіс. Оларды әдіснамалық тәсіл арқылы шешу керек және білімді беру үшін сындарлы түрде қолдану керек.

Жеке дағдыларды сақтау қажет. Күрделі міндеттермен дербес және белсенді жұмыс істеуге мүмкіндік беретін тәжірибе мен практикаға негізделген әдіснамалар пайдаланылатын болады. Қатысушылар команда құру ойындарды ойнайды, модельдеу жасайды, рөлдік ойындарды ойнайды, әңгімелеу үйренеді, мәселелерді шешеді және бірлескен тапсырмаларды орындайды, интерактивті семинарларға қатысады, ми шабуылдар жасайды, ашық іс-шаралар сияқты кішігірім бейресми іс-шараларды әзірлеуге және өткізуге қатысады.

Тренингтің барлық қатысушылары ТДМ /"Жасыл курс" / цифрлық маркетинг / әлеуметтік желілердегі білім беру контекстінде оқытушылар болатынына қарамастан, бағыттылық, білім, тәжірибе және құзыреттерде айырмашылықтар болуы мүмкін.

Жаттығу кезінде қолданылатын мысалдар мен жаттығулар жаттығудың мақсатына барынша сәйкес келеді. Осылайша біз практикалық білім ала аламыз. Жаттықтырушы дидактикалық тұжырымдамаға сәйкес жұмыс істейді және барлық қатысушылар өздерінің танымдық оқу мақсаттарына қол жеткізе алады: "хабардарлық – білім – түсіну – қолдану – шеберлік".



Ұсынымдар:

Aichner, T.; Grünfelder, M.; Maurer, O.; Jegeni, D. (2021). "Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 24 (4): 215–222.

Arrivé, Sandra (2021-08-19). "Digital brand content: underlying nature and rationales of a hybrid marketing practice". *Journal of Strategic Marketing*: 1–15. doi:10.1080/0965254X.2021.1907612. ISSN 0965-254X.

Bhattacharya, Amar; Ivanyna, Maksym; Oman, William; Stern, Nicholas (26 May 2021). "Climate Action to Unlock the Inclusive Growth Story of the 21st Century". *IMF Working Papers*. 2021 (147): 1. doi:10.5089/9781513573366.001.

Communication From the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic And Social Committee and the Committee of the Regions the European Green Deal, COM/2019/640 final

<http://hdr.undp.org/en/2021-MPI>

<http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi>

<http://projeqt.com/>

<http://www.businessdictionary.com/definition/marketing.html#ixzz3PUSV7zsV/>

<http://www.quizzes.com/>

<https://biteable.com/blog/the-7-different-types-of-social-media/>

<https://create.kahoot.it/auth/login/>

<https://dashboards.sdgindex.org/>

https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en/

https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52019DC0640/>

<https://marketingland.com/>

<https://new.edmodo.com/>

<https://scratch.mit.edu/>

<https://sdgs.un.org/goals/>

<https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300/>

https://unsdg.un.org/sdg_toolkit/international-futures/

<https://www.ama.org/>

<https://www.investopedia.com/terms/s/socialresponsibility.asp/>

https://www.itstimetologoff.com/wp_quiz/am-i-addicted-to-my-smartphone-quiz/

https://www.itstimetologoff.com/wp_quiz/do-i-need-a-digital-detox-quiz/

<https://www.mentimeter.com/>

<https://www.odi.org/blogs/10491-how-achieve-sdgs-2030-lessons-50-case-studies/>

<https://www.socialmediaexaminer.com/>

<https://www.socialmediaexaminer.com/>

<https://www.socialmediatoday.com/>

<https://www.socrative.com/>

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

<https://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals.html/>

<https://www.undp.org/publications/rapid-integrated-assessment/>

<https://www.undp.org/publications/what-does-it-mean-leave-no-one-behind/>

<https://www.wordstream.com/social-media-marketing/>

<http://www.youlead.space/>

<https://youmake.info/>

<https://yourbusiness.azcentral.com/four-types-corporate-social-responsibility-1455.html/>

Kotler Philip and Komari Shigetaka, *Never Stop - Winning Through Innovation (Story of Fujifilm)*, Amazon, 2020

Kotler Philip, *Advancing the Common Good: Strategies for Business, Governments and Nonprofits*, Praeger, 2019.

Nikolinakou, Angeliki (January 2020). "Do human values matter for promoting brands on social media? How social media users' values influence valuable brand-related activities such as sharing, content creation, and reviews". *Journal of Consumer Behavior*. 19 (1): 13–23. doi:10.1002/cb.1790. S2CID 210535859.

Siddi, Marco. (2020). The European Green Deal: Assessing its current state and future implementation.

Social media damages teenagers' mental health, report says". *BBC News*. 2021 -01-27.

The Four Faces of Digital Marketing". *American Marketing Association*.

The United Nations. (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*.

UNESCO (2020). "Global Education Monitoring Report 2020". unesdoc.unesco.org.

United Nations (2015) Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015, *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*

United Nations (2020). "United Nations World Economic Situation and Prospects". undocs.org.

United Nations Economic and Social Council (2020) *Progress towards the Sustainable Development Goals Report of the Secretary-General Archived 30 December 2020 at the Wayback Machine*, High-level political forum on sustainable development, convened under the auspices of the Economic and Social Council (E/2020/57), 28 April 2020

YouLEAD: ToT Methodology / Darko Jovanovski, Marta Jovanovska. – Skopje: Marketing Gate, 2021

YouLEAD: SDG! Why is Matters? / Marta Jovanovska, Darko Jovanovski. – Skopje: Marketing Gate, 2021

YouLEAD: Socially Responsible Marketers/ Marta Jovanovska, Darko Jovanovski. – Skopje: Marketing Gate, 2021

YouMARK: Sustainable development/Snezhana Ristevska-Jovanovska, Panche Jovanovski. - Skopje: Marketing Gate, 2015.

YouMARK: From idea to realization / Panche Jovanovski, Snezhana Ristevska-Jovanovska. - Skopje : Marketing Gate, 2015.

YouMUST: Create Your Future / Panche Jovanovski, Snezhana Ristevska-Jovanovska. - Skopje : Marketing Gate, 2016.

Zhao, Nan; Zhou, Guangyu (9 February 2021). "COVID-19 Stress and Addictive Social Media Use (SMU): Mediating Role of Active Use and Social Media Flow". *Frontiers in Psychiatry*. 12: 635546. doi:10.3389/fpsyt.2021.635546.



**СІЗ ӨЗІНІЗДІН
ӨТКЕН КЕЗІМЕН
АНЫҚТАЛМАЙСЫЗ.
СІЗ БОЛАШАҚТЫ
ЖАСАЙ АЛАСЫЗ**

YOU**ABLE**

Бұл Erasmus + жобасын "Marketing Gate" - Скопье зерттеу, білім беру және даму қауымдастығы үйлестіреді.

Жоба үйлестірушісі: Prof. Панше Йохановски, Ph.D.

Marketing Gate

Translation: ??? (ADD)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

“Бұл құжат Еуропалық комиссия үшін дайындалған, бірақ ол тек авторлардың көзқарастарын көрсетеді және Комиссия ондағы ақпаратты кез-келген пайдалану үшін жауап бере алмайды.”



НАЗАР АУДАРЫҢЫЗ: ToT Methodology басылымы жарияланып,
12 тілге аударылған. Әр жоба серіктесінің тілінде.
Бұл венгр нұсқасы.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Marketing
Gate