



YouABLE

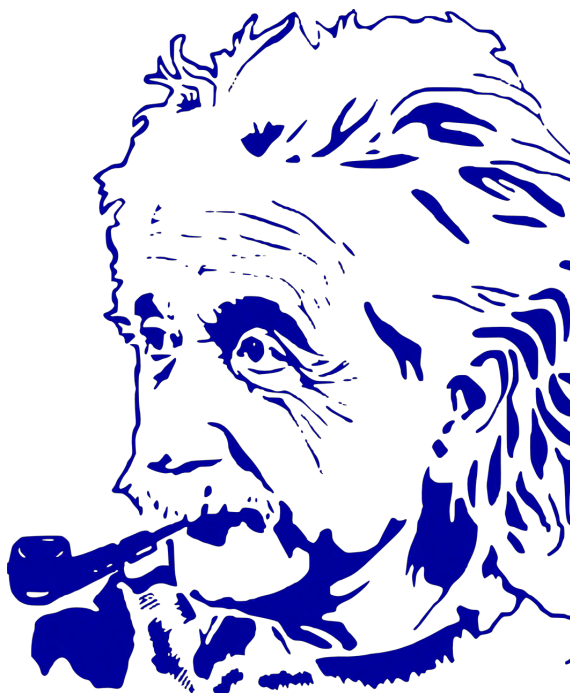
Μεθοδολογία ToT



Μεθοδολογία ToT

Η ιδιοφυΐα είναι 1% ταλέντο
και 99% σκληρή δουλειά.

Αλβερτος
Αϊνστάιν



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

Marketing
Gate



Πίνακας περιεχομένων

1.	YouABLE: Εισαγωγή	 05
2.	Επανασχεδιάστε την ανθρώπινη παρουσία στη Γη	 07
3.	YouABLE: Εστίαση δραστηριότητας ToT	 09
4.	YouABLE: Έννοια εκπαίδευσης	 11
5.	YouABLE: Συμμετέχοντες ToT	 13
6.	Σχεδιασμός και Προετοιμασία Εργαστηρίου	 15
7.	YouABLE Ενότητα 1: SDGs	 17
8.	Εργαλεία, μεθοδολογίες και προσεγγίσεις για την υποστήριξη της εφαρμογής της ατζέντας ΣΒΑ	 21
9.	YouABLE Ενότητα 2: Πράσινη Συμφωνία – ένας οδικός χάρτης για βιώσιμες οικονομίες	 23
10.	YouABLE Ενότητα 3: Ψηφιακό Μάρκετινγκ	 29
11.	YouABLE Ενότητα 4: Social Media	 33
12.	Σημειώσεις για Εκπαιδευτές	 41
13.	Αρμοδιότητες εκπαιδευτικών μετά T.T	 43
14.	Περίληψη	 45
15.	Παραπομπές	 47



ΜΗΝ ΕΙΣΑΙ
ΦΥΛΑΚΗ ΣΟΥ

ΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ

ΓΙΝΕ Ο
ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΤΗΣ
ΣΟΥ

ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΟΣ

1. YouABLE: Εισαγωγή

Αυτή η Μεθοδολογία αναπτύσσεται στο πλαίσιο υλοποίησης του έργου CBY «mYOUTH Leaders for SustainABLE Development» [617687-EPP-1-2020-1-MK-EPPKA2-CBY-ACPALA].

Αυτή η Μεθοδολογία, που εκπονήθηκε στο πλαίσιο του έργου YouABLE, επικεντρώνεται στην παροχή στους νέους γνώσεις σχετικά με το ψηφιακό μάρκετινγκ «8P» και τα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης που στοχεύουν να δημιουργήσουν και να αυξήσουν την πίεση στις δημόσιες αρχές και τον επιχειρηματικό τομέα για την εφαρμογή Στόχοι Βιώσιμων Ανάπτυξης [ΣΒΑ]. Επίσης, το έργο προσφέρει ευκαιρίες στους νέους συμμετέχοντες να βελτιώσουν τις δεξιότητές τους σύμφωνα με τη νέα Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία, σεβόμενη τη Στρατηγική Ανάπτυξης Ευρώπη 2020 και τη Συνεργασία για την Πολιτική Νεολαίας της ΕΕ ως «δεξιότητες του μέλλοντος».

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ανταλλαγή τεχνογνωσίας ΤΠΕ σχετικά με τα βασικά στοιχεία, τα εργαλεία και τις μεθόδους των μέσων ψηφιακού μάρκετινγκ, ιδίως μέσω της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η Μεθοδολογία YouABLE ToT είναι ένα μωσαϊκό τεσσάρων ενοτήτων:

[α] Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης [ΣΒΑ].

[β] Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία

[γ] Το Digital Marketing ως σύγχρονη φιλοσοφία της εργασίας και

[δ] Τα social media είναι υποχρεωτικό εργαλείο της καθημερινότητάς μας.

Η μεθοδολογία YouABLE ToT σκοπεύει να διαδώσει τις καλές πρακτικές, τη γνώση και την τεχνογνωσία των επιχειρηματιών για τη συμμετοχή των συμμετεχόντων ώστε να έχουν μεγαλύτερη επίγνωση της σημασίας της συμβολής όλων στη διάσωση της Γης με την εφαρμογή των ΣΒΑ. Στο πλαίσιο αυτό, το έργο συγκεντρώνει 11 συμμετέχοντες οργανισμούς από 10 χώρες: Βουλγαρία; Φινλανδία; Ελλάδα; Ουγγαρία; Ιταλία; Καζακστάν; Κιργιζιστάν; Νεπάλ; Βόρεια Μακεδονία; και το Ουζμπεκιστάν.

Η μεθοδολογία δημοσιεύεται σε 12 γλώσσες.

Με τις επιλογές της βασικής μεθοδολογίας σκιαγραφημένες και αιτιολογημένες, το επόμενο βήμα για τους εκπαιδευτές είναι να αναβαθμίσουν τους περιορισμούς του σχεδιασμού της. Κανένας σχεδιασμός ή μεθοδολογία έρευνας δεν είναι τέλειος – πάντα θα υπάρχουν αντισταθμίσεις μεταξύ του «ιδανικού» σχεδιασμού και αυτού που είναι πρακτικό και βιώσιμο, δεδομένων των περιορισμών.

Οι μεθοδολογικοί περιορισμοί μπορεί να διαφέρουν πολύ από εκπαιδευτή σε εκπαιδευτή, από χώρα σε χώρα, που κυμαίνονται από κοινά ζητήματα όπως περιορισμοί χρόνου και προϋπολογισμού έως θέματα μεροληψίας επιλογής δείγματος ή ομάδας στόχου. Για παράδειγμα, μπορεί να διαπιστώσετε ότι δεν καταφέρατε να προσελκύσετε αρκετούς ερωτηθέντες για να επιτύχετε το επιθυμητό μέγεθος δείγματος (και επομένως, στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα) ή το δείγμα σας μπορεί να έχει μεγάλη κλίση προς ένα συγκεκριμένο δημογραφικό στοιχείο, επηρεάζοντας αρνητικά την αντιπροσωπευτικότητα.

Οι εκπαιδευτές πρέπει να είναι επικριτικοί για τις ελλείψεις της μεθοδολογίας μας. Δεν υπάρχει λόγος να προσπαθείτε να τα κρύψετε (ο δείκτης σας θα τα γνωρίζει ανεξάρτητα). Με το να είστε επικριτικοί, θα δείξετε στον δείκτη σας ότι καταλαβαίνετε καλά τον σχεδιασμό της έρευνας, επομένως μην ντρέπεστε εδώ. Ταυτόχρονα, μην χτυπάτε τη μεθοδολογία μας μέχρι θανάτου. Δηλώστε τους περιορισμούς, γιατί δικαιολογήθηκαν, πώς μετριάσατε τις επιπτώσεις τους στον καλύτερο δυνατό βαθμό και πώς η μεθοδολογία μας εξακολουθεί να παρέχει αξία παρά αυτούς τους περιορισμούς.

Αυτή η εκπαιδευτική μεθοδολογία YouABLE είναι μια ευκαιρία να γίνετε ενεργός συμμετέχων στο μέλλον της κοινότητάς σας, είτε εργάζεστε στον ιδιωτικό είτε στον δημόσιο τομέα ή σε μια οργάνωση της κοινωνίας των πολιτών, ως πολίτης, εργαζόμενος για νέους, δάσκαλος, κοινωνικός επιχειρηματίας, ενδιαφερόμενος γονέας, συνταξιούχος, απόφοιτος του σχολείου ή απόφοιτος πανεπιστημίου.

Εάν θέλετε να διδάξετε SDG, να λάβετε μέρος στην εκπαίδευση SDG ή να διευκολύνετε τέτοιες συνομιλίες όπου ζείτε, αυτό το μάθημα είναι για εσάς.



2. Επανασχεδιάστε την ανθρώπινη παρουσία στη Γη

Τώρα είναι η ώρα να μετατρέψουμε τον πλανητικό αντίκτυπο της ανθρωπότητας από κατά κύριο λόγο εκφυλιστικό σε αναγεννητικό! Είναι οι γενιές μας, αυτές που ζουν σήμερα, που αντιμετωπίζουν το καθήκον της αναγέννησης των υγιών, υποστηρικτικών λειτουργιών των θαλάσσιων και χερσαίων οικοσυστημάτων παντού.

Με αυτόν τον τρόπο θα δημιουργήσουμε τη βάση για ακμάζουσες τοπικές κοινότητες και ζωντανές κυκλικές βιοοικονομίες.

Αυτή είναι η υπόσχεση που έχουμε μπροστά μας, εάν συναντήσουμε τομεακές, εθνικές και ιδεολογικές διαφορές για να συνεργαστούμε για την εφαρμογή της Ατζέντας των Ηνωμένων Εθνών 2030 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη σε τοπική, περιφερειακή και παγκόσμια κλίμακα.

Είναι ώρα να πιάσουμε δουλειά – μία κοινότητα τη φορά!

Η βιωσιμότητα δεν είναι το τελικό σημείο σε ένα ταξίδι. Είναι μια διαδικασία με επίκεντρο την κοινότητα για να μάθουμε πώς να ζούμε βιώσιμα και αναγεννητικά σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία με την οικολογική και πολιτιστική της μοναδικότητα. Ο καθένας σε αυτό το μέρος μπορεί να αναλάβει το προβάδισμα για να ξεκινήσει ή να συμμετάσχει σε πολιτιστικές-δημιουργικές συζητήσεις σχετικά με το πώς να δημιουργήσουν συνεργατικά συγκεκριμένα έργα που στοχεύουν στην υλοποίηση ΣΒΑ προτεραιότητας στην κοινότητά τους.

Ζούμε σε μια εποχή που αν κοιτάξουμε απλώς τη σκληρή επιστήμη της κλιματικής αλλαγής θα μπορούσαμε να απελπισθούμε και να πούμε ότι ίσως είναι ήδη πολύ αργά. Αλλά δεν πιστεύουμε ότι αυτός είναι ένας τρόπος να ζήσουμε στο μέλλον. Πρέπει τώρα να κάνουμε θαύματα γιατί αυτό που είναι πιθανό είναι αδιανόητο και ασυνείδητο.

Πρέπει να κάνουμε το αδύνατο να συμβεί.

Ο αναγεννητικός σχεδιασμός — η δημιουργία αναγεννητικών πολιτισμών — αφορά την οικοδόμηση της ικανότητας των ανθρώπων να ανταποκρίνονται στη μεταμόρφωση και την αλλαγή με τρόπους που δημιουργούν ένα πιο υγιές, πιο ζωντανό, πιο ζωτικό σύστημα που μπορεί να προχωρήσει στο μέλλον. Έτσι οι αναγεννητικοί πολιτισμοί θα φαίνονται διαφορετικοί σε κάθε μέρος.

Είναι εκφράσεις που προέρχονται από την ιστορία ενός τόπου και τις δυνατότητες που έχει κάθε μέρος — κοινωνικά, οικονομικά και οικολογικά. Το βασικό στοιχείο είναι βασικά η συνεργασία με τους ανθρώπους και η οικοδόμηση της ικανότητάς τους να εκδηλώνουν αυτές τις δυνατότητες.

Βρισκόμαστε πραγματικά σε ένα σημείο κλειδί της ανθρώπινης ιστορίας. Αν δεν εκμεταλλευτούμε αυτό το παράθυρο ευκαιρίας των επόμενων δύο, τριών, τεσσάρων, ίσως πέντε ετών και ξεκινήσουμε ένα μακρύ ταξίδι επανασχεδιασμού της ανθρώπινης παρουσίας στη Γη - ο ανθρώπινος αντίκτυπος στη Γη από εκφυλιστικό και εκμεταλλευτικό σε αναγεννητικό και συνεργατικό — τότε μπορεί να μην υπάρχει μέλλον για το είδος μας σε αυτόν τον πλανήτη. Οπότε πρόκειται κυριολεκτικά για την ανθρώπινη επιβίωση.

Επιλέγουμε να είμαστε αισιόδοξοι!

Θα μπορούσαμε να είμαστε στενοχωρημένοι και να λέμε ότι δεν έχουμε μέλλον, αλλά αυτός δεν είναι τρόπος να ζήσουμε στο μέλλον. Νιώθω ότι βρισκόμαστε σε ένα σημείο καμπής. Η πλανητική ανοσολογική απόκριση ξεκινά.

Η ζωή θέλει να συνεχίσει.

Μπορούμε να το επιτύχουμε - μέσω εμάς, των ανθρώπινων όντων που κινούνται σε αυτό το αναγεννητικό πλαίσιο σχεδιασμού και γίνονται μέρος της αναγέννησης που ανατέλλει - υπάρχει ακόμα μια πιθανότητα να τα καταφέρουμε.

Πρέπει να ξεκινήσουμε σήμερα!

**Το μέλλον ξεκινά σήμερα,
Οχι αύριο! -**

Πάπας Ιωάννης Παύλος Β'



3. YouABLE: Εστίαση δραστηριότητας ToT

Το επίκεντρο της μεθοδολογίας Training of Trainers [ToT] θα πρέπει να είναι η μεταφορά λύσεων σε διαφορετικές ερωτήσεις και ασκήσεις που αφορούν το συγκεκριμένο πλαίσιο και τις δραστηριότητες στην τάξη. Μέθοδοι και εργαλεία άτυπης εκπαίδευσης θα χρησιμοποιηθούν καθ' όλη τη διάρκεια της εκπαίδευσης δημιουργώντας ένα παραγωγικό και εμπνευσμένο περιβάλλον και επιτρέποντας στους συμμετέχοντες να έχουν βιώσει τι είναι η μη τυπική mLearning.

Ως εκ τούτου, οι στόχοι και τα περιεχόμενα, καθώς και η προγραμματισμένη μεθοδολογία, δεν θα πρέπει να παρουσιάζονται στους συμμετέχοντες στην αρχή του μαθήματος. Αντίθετα, θα πρέπει να εξελίσσονται από μια κοινή συζήτηση μεταξύ του εκπαιδευτή και των συμμετεχόντων - τα βήματα μάθησης θα αντικατοπτρίζονται και θα εντατικοποιούνται με ασκήσεις. Οι συμμετέχοντες θα ασχοληθούν με το σχεδιασμό και την παράδοση μικρών μη τυπικών δραστηριοτήτων, όπως παιχνίδια δημιουργίας ομάδας, προσομοιώσεις, παιχνίδι ρόλων, αφήγηση, επίλυση προβλημάτων και συνεργατικές προκλήσεις, διαδραστικά εργαστήρια, συνεδρίες καταγισμού ιδεών, υπαίθριες δραστηριότητες.

Θα χρησιμοποιηθούν μεθοδολογίες προσανατολισμένες στην εμπειρία και την πρακτική για να επιτραπεί η εργασία σε πολύπλοκα καθήκοντα ανεξάρτητα και ενεργά. Με τον προγραμματισμό και την εικονική διδασκαλία μαθημάτων, οι συμμετέχοντες θα αντικατοπτρίζουν τόσο το στυλ εργασίας τους όσο και τα στοιχεία των εννοιών YouABLE.

Αυτή η Μεθοδολογία μάς επιτρέπει να γίνουμε ενεργοί συμμετέχοντες στο μέλλον της κοινότητάς μας, είτε η εργασία μας στον ιδιωτικό ή δημόσιο τομέα είτε για μια οργάνωση της κοινωνίας των πολιτών, ως οργανωτής κοινότητας, δάσκαλος, κοινωνικός επιχειρηματίας, ενδιαφερόμενος γονέας, συνταξιούχος, πρόσφατος απόφοιτος ή πτυχιούχος πανεπιστημίου .

Μπορούμε να λάβουμε μέρος απλώς για να συνεργαστούμε με άλλους στην κοινότητά σας για να εξερευνήσουμε τις καλύτερες ευκαιρίες για να κάνουμε μια θετική διαφορά στη συνεργασία με άλλους. Εναλλακτικά, μπορούμε να λάβουμε μέρος με σκοπό να γίνουμε πολλαπλασιαστές τέτοιων συνομιλιών μαθαίνοντας πώς να χρησιμοποιούμε τις Flashcards των SDG και το λεπτομερές σενάριο του εργαστηρίου για να διευκολύνουμε τέτοιες συνομιλίες και να ξεκινήσουμε τέτοια έργα στην κοινότητά σας.

Εάν είστε δάσκαλος, ακαδημαϊκός, δημόσιος υπάλληλος ή σύμβουλος, για παράδειγμα, η συμμετοχή στην εκπαίδευση είναι σχεδόν βέβαιο ότι θα συμβάλει θετικά στην επαγγελματική σας πρακτική.



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



Παγκόσμιος

**780 ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΕΝΗΛΙΚΕΣ ΚΑΙ
103 ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΝΕΟΙ**
(ηλικίες 15-24) είναι αναλφάβητοι!

SDG 04: ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

YouABLE

4. YouABLE: Έννοια εκπαίδευσης

Αυτή η Μεθοδολογία είναι ένα εκπαιδευτικό εγχειρίδιο για εκπαιδευτές που θα πραγματοποιήσουν ένα εργαστήριο για να εκπαιδεύσουν τους εκπαιδευτικούς στην εφαρμογή ΣΒΑ προτεραιότητας στην κοινότητά τους με τους ακόλουθους στόχους:

- Εισαγωγή βασικών πληροφοριών και βασικών εννοιών των ΣΒΑ στους συμμετέχοντες στο εργαστήριο
- Η αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τον πρωταρχικό στόχο της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση να γίνει το πρώτο «κλιματικά ουδέτερο μπλοκ» στον κόσμο έως το 2050.
- Να βοηθήσει τους συμμετέχοντες να βιώσουν θεμελιώδεις έννοιες του Ψηφιακού Μάρκετινγκ και των σχετικών μεθόδων μάθησης και διδασκαλίας.
- Να ενθαρρύνουν τους συμμετέχοντες να εξερευνήσουν μεθόδους και ευκαιρίες μέσω των οποίων μπορούν να εξασκήσουν τα εργαλεία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε μη τυπικά και άλλα εκπαιδευτικά περιβάλλοντα.

Η ελάχιστη διάρκεια TOT είναι ΤΕΣΣΕΡΙΣ ημέρες (μία ημέρα για κάθε ενότητα). Η εστίαση των ενοτήτων YouAble είναι σε πρακτικές δραστηριότητες μη τυπικής διδασκαλίας. Τα εργαστήρια απαιτούν ενεργό συμμετοχή και συμμετοχή των συμμετεχόντων σε όλη τη μαθησιακή διαδικασία.

Αντίστοιχα, κάθε συνεδρία αποτελείται από διαλέξεις, συζητήσεις, δραστηριότητες, καθώς και προβληματισμό και συνεχή διάλογο με τους συντονιστές και μεταξύ των συμμετεχόντων.

Οι δάσκαλοι-εκπαιδευτές μπορούν να συμβουλευτούν αυτό το εγχειρίδιο εργαστηρίου αλλά να τροποποιήσουν τη δομή ή το περιεχόμενο του προγράμματος σπουδών εάν χρειάζεται.

Ανάλογα με τους στόχους μιας δεδομένης εκπαίδευσης, η διάρκεια μιας συγκεκριμένης ενότητας μπορεί να επεκταθεί, κυρίως, με πρακτικές δημιουργικές δραστηριότητες.

Κατά την κατάρτιση εκπαιδευτών/εκπαιδευτικών, δεν είναι μόνο τα προφίλ τους μεγάλης σημασίας, αλλά και αυτά των μαθητών/συμμετεχόντων τους. Αυτός ο οδηγός προϋποθέτει ότι οι εκπαιδευτές του εργαστηρίου θα παίξουν το ρόλο του συντονιστή. Οι διαμεσολαβητές δεν «μεταφέρουν» απλώς τις γνώσεις τους. Αντίθετα, θα πρέπει να ενθαρρύνουν τους συμμετέχοντες στο εργαστήριο να μοιράζονται ιδέες, να μοιράζονται απόψεις και να συμμετέχουν ενεργά σε δραστηριότητες του εργαστηρίου.

Εκπαιδευτικό υλικό

Το μάθημα θα λειτουργήσει με τις ενότητες YouABLE που προετοιμάστηκαν από τους εταίρους του έργου. Άλλα υλικά θα παραχθούν από τους συμμετέχοντες, επομένως θα χρειαστούν σταθερά, όπως φορητοί υπολογιστές, smartphone, μεγάλο χαρτί flipchart, κάρτες συντονισμού, μαρκadόροι κ.λπ.

Εξοπλισμός δωματίου

Απαιτείται μια μεγάλη αίθουσα για το μάθημα, έτσι ώστε μικρές ομάδες να μπορούν να συνεργάζονται χωρίς να ενοχλούν η μία την άλλη. Εναλλακτικά, το μάθημα χρειάζεται μια δεύτερη αίθουσα ώστε κάποιες από τις ομάδες να μπορούν να εργαστούν εκεί.

Η σύνδεση στο Διαδίκτυο είναι υποχρεωτική.

Η κύρια αίθουσα πρέπει να είναι εξοπλισμένη με έναν πίνακα και έναν υπολογιστή συνδεδεμένο σε προβολέα ή μεγάλη τηλεόραση για παρουσιάσεις PowerPoint.

Θα χρειαστούμε επίσης ελεύθερο χώρο τοίχου ή καρφίτσωτους τοίχους για εργασία με κάρτες και αφίσες.

Πιστοποίηση & Αξιολόγηση

Οι συμμετέχοντες θα λάβουν πιστοποιητικό συμμετοχής [Youthpass].



5. YouABLE: Συμμετέχοντες ToT

Η εστίαση στον συμμετέχοντα (μέγιστο 30 ανά εκπαίδευση) είναι βασικό στοιχείο πριν αρχίσετε να σχεδιάζετε το περιεχόμενο για να εξασφαλίσετε την ενεργό συμμετοχή. Ο τύπος των συμμετεχόντων αυτού του μαθήματος αναγκαστικά θα αλλάξει ορισμένους από τους τελικούς στόχους, αλλά πάνω απ' όλα, θα αλλάξει πολύ τη διδακτική και το περιεχόμενο προσέγγιση του θέματος.

Προβληματισμός σχετικά με τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων στο εργαστήριο

Συνιστάται να οργανωθεί το εργαστήριο έχοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων (π.χ. σύνθεση της ομάδας συμμετεχόντων, σκοπός συμμετοχής, εμπειρίες τους σε σχετικούς τομείς). Για παράδειγμα, εάν οι συμμετέχοντες δεν είναι εξοικειωμένοι ο ένας με τον άλλον, είναι σημαντικό να οικοδομήσουμε σχέσεις μέσα από δραστηριότητες «σπάσιμο πάγου» στην αρχή του εργαστηρίου, και γι' αυτό συνιστάται να προγραμματίσετε μια απλή δραστηριότητα για εισαγωγές.

Εάν τα προφίλ των συμμετεχόντων είναι φοιτητές πανεπιστημίου ή επαγγελματίες με υψηλότερη επάρκεια στη γλώσσα-στόχο, το διδακτικό περιεχόμενο της "Μεθοδολογίας YouABLE" θα έχει αρκετά μεγάλο εύρος, με τη δυνατότητα επίσης να διερευνηθούν πιο τεχνικές και περίπλοκες πτυχές των Στόχων Στόχου Ανάπτυξης, Πράσινης Συμφωνίας, Μάρκετινγκ & Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης επαγγελματικού και υψηλού επιπέδου συνημμένου υλικού. Όσο χαμηλότερο είναι το επίπεδο δεξιοτήτων του μαθητή, τόσο πιο απαραίτητο θα είναι να επανεξεταστεί η μέθοδος διδασκαλίας και ο τρόπος με τον οποίο μεταδίδει το περιεχόμενο.

Χτίζοντας σχέσεις με τους συμμετέχοντες

Για να έχει ένα εργαστήριο ισχυρή επικοινωνία και συμμετοχή, ο εκπαιδευτής πρέπει να παράγει μια συνεργατική μαθησιακή εμπειρία με τους συμμετέχοντες. Ο εκπαιδευτής θα πρέπει να επικοινωνεί στενά με τους συμμετέχοντες, ενώ τους αντιμετωπίζει ειλικρινά και είναι ευαίσθητος στις ανάγκες τους. Επιπλέον, ο εκπαιδευτής πρέπει να είναι σαφής όταν εξηγεί και περιγράφει λεπτομερώς τι θέλει να μεταφέρει, να εργάζεται με υπευθυνότητα και να τηρεί πιστά το πρόγραμμα.

Εστίαση ικανοτήτων

Η ικανότητα μπορεί να περιγραφεί ως ο συνδυασμός εκπαίδευσης, δεξιοτήτων, εμπειρίας και γνώσεων που έχει ένα άτομο και της ικανότητάς του να τα εφαρμόσει για να εκτελέσει μια εργασία με ασφάλεια. Άλλοι παράγοντες, όπως η στάση και η φυσική ικανότητα, μπορούν επίσης να επηρεάσουν την ικανότητα κάποιου.

Οι υπάρχουσες ικανότητες των συμμετεχόντων θα πρέπει να ενσωματωθούν στο μάθημα όσο το δυνατόν περισσότερο. Θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με τη μεθοδολογική προσέγγιση και να χρησιμοποιούνται εποικοδομητικά για τη μεταφορά γνώσης.



Θα πρέπει να υποστηρίζονται οι ατομικές δεξιότητες.

Οι δεξιότητες των συμμετεχόντων καθορίζουν καθοριστικά τη διδακτική προσέγγιση στην εκπαιδευτική τάξη, την επιλογή του περιεχομένου (ή τουλάχιστον την επιλογή των περιεχομένων στα οποία θέλουμε να δώσουμε μεγαλύτερη σημασία) και τη χρήση του υλικού.

Επομένως, είναι σημαντικό ο δάσκαλος να γνωρίζει εκ των προτέρων με ποιον τύπο μαθητή θα συνεργαστεί (τουλάχιστον σε γενικές γραμμές: η διδασκαλία "YouABLE: Μεθοδολογία ToT" σε ένα γυμνάσιο ή σε πανεπιστήμια θα διαφέρει από τη διδασκαλία του σε μια τάξηευτυχώς, το διδακτικό υλικό αυτού του προγράμματος σπουδών προορίζεται εκπρόσωποι των δημοσίων αρχών) ώστε να ξεκινήσουν τα μαθήματα με τη σωστή προσέγγιση στο πρώτο μάθημα. Ωστόσο, πολλές ανακαλύψεις γίνονται μόνο στην τάξη μετά την έναρξη του μαθήματος. Είναι, επομένως, απαραίτητο να είμαστε ευέλικτοι με τις περιστάσεις, αλλά να είναι.



6. Σχεδιασμός και Προετοιμασία Εργαστηρίου

Πριν ξεκινήσει το εργαστήριο, ο συντονιστής θα πρέπει να είναι εξοικειωμένος με τους οδηγούς και το υλικό του μαθήματος, καθώς και τις δραστηριότητες του εργαστηρίου, την κατανομή του χρόνου και τις ερωτήσεις συζήτησης στις οποίες θα συμμετάσχουν οι συμμετέχοντες. Η επαρκής πρακτική θα σας βοηθήσει να χειριστείτε απροσδόκητες καταστάσεις που μπορεί να προκύψουν κατά τη διάρκεια του πραγματικού ΕΡΓΑΣΤΗΡΙ. Επιπλέον, είναι χρήσιμο να προετοιμάζετε τα απαραίτητα υλικά εκ των προτέρων κατά την ανάγνωση και τη μελέτη των υλικών αναφοράς που εισάγονται σε αυτόν τον οδηγό.

Δημιουργία Περιβάλλοντος Εργαστηρίου

Το εργαστήριο βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στη δέσμευση, την επικοινωνία και τη συνεργασία των συμμετεχόντων, επομένως είναι σημαντικό να δημιουργηθεί ένα κατάλληλο περιβάλλον για αυτό.

- Στην αρχή του εργαστηρίου, είναι απαραίτητο να υπενθυμίσουμε στους συμμετέχοντες ότι είναι όλοι μέρος της μαθησιακής κοινότητας και να τους ενθαρρύνουμε να συμμετέχουν ενεργά.
- Για να διευκολυνθεί η ενεργός επικοινωνία, συνιστάται να δημιουργηθεί ένα φιλόξενο περιβάλλον για τους συμμετέχοντες, όπως η οργάνωση ενός κύκλου από καρέκλες για να τους ενθαρρύνει να συμμετέχουν ανοιχτά σε διάλογο.
- Συνιστάται να κοινοποιούνται στους συμμετέχοντες οι στόχοι του εργαστηρίου και να δημοσιεύονται αυτές οι προσδοκίες/κατευθυντήριες γραμμές σε μια εύκολα ορατή τοποθεσία για να χρησιμεύουν ως υπενθύμιση.
- Η εμφάνιση των δημιουργιών των συμμετεχόντων (γράφοντας ή σχεδιάζοντας μέσα από ομαδικές εργασίες και δραστηριότητες εργαστηρίου) στον χώρο του εργαστηρίου είναι χρήσιμη για να δημιουργήσετε μια ατμόσφαιρα μάθησης.

Προσδιορισμός της ροής εργαστηρίου και προετοιμασία για αλλαγή

Ο εκπαιδευτής θα πρέπει να έχει επίγνωση της ροής του εργαστηρίου και να ανταποκρίνεται κατάλληλα όταν είναι απαραίτητο. Εάν το εργαστήριο προχωρήσει σε απρογραμματίστη κατεύθυνση (π.χ. η συμμετοχή των συμμετεχόντων είναι χαμηλή, οι συζητήσεις υπερθερμαίνονται, μια συνεδρία καθυστερεί ή ακυρώνεται), να είναι ανοιχτό με τους συμμετέχοντες. Σε περιπτώσεις καθυστέρησης ή ακύρωσης, ζητήστε τους λόγους και βρείτε άλλες μεθόδους για να αντιμετωπίσετε αυτές τις περιστάσεις (π.χ. προτείνετε εναλλακτικά προγράμματα, μειώστε τον αριθμό των δραστηριοτήτων εάν προκύψουν καθυστερήσεις). Εάν οι συμμετέχοντες δεν συμμετέχουν ενεργά (π.χ. αυξανόμενη κόπωση, αμηχανία, έλλειψη ενδιαφέροντος), φροντίστε να εντοπίσετε την αιτία και να ανταποκριθείτε ανάλογα.

Συνεργασία, επικοινωνία, δημιουργία ομάδας

Η κοινωνική κατάσταση και το πολιτιστικό υπόβαθρο των συμμετεχόντων επηρεάζουν έντονα τη μαθησιακή τους διαδικασία. Επομένως, οι διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ του εκπαιδευτή και των συμμετεχόντων θα πρέπει να έχουν μεγάλη σημασία. Είναι σημαντικό να ξεκινήσετε το μάθημα με ένα στοιχείο δημιουργίας ομάδας και να επιλέξετε μεθοδολογίες που υποστηρίζουν τη συνεργασία, την πιστή διαβούλευση, την ανταλλαγή και την αλληλεπίδραση μεταξύ των συμμετεχόντων.

Υποστήριξη και εντατικοποίηση της μεταφοράς γνώσης

Τα παραδείγματα και οι ασκήσεις που χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης θα αναφέρονται όσο το δυνατόν περισσότερο στον προπονητικό στόχο. Με αυτόν τον τρόπο, μπορούμε να λάβουμε εκπαίδευση που σχετίζεται με το χώρο εργασίας. Ο εκπαιδευτής εργάζεται σύμφωνα με τη διδακτική ιδέα και όλοι οι συμμετέχοντες μπορούν να επιτύχουν τους γνωστικούς στόχους εκπαίδευσης τους: «Επίγνωση – Γνώση – Κατανόηση – Εφαρμογή – Διοίκηση».

Διαφοροποίηση της ομάδας

Ενώ όλοι οι συμμετέχοντες στην εκπαίδευση θα είναι δάσκαλοι στο πλαίσιο των SDG / Green Deal / Marketing / εκπαίδευσης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενδέχεται να υπάρχουν διαφορές στην εστίαση, τη γνώση, την τεχνογνωσία και τις ικανότητες.

Είναι σημαντικό να εντοπίσετε αυτές τις διαφορές και να προσαρμόσετε το στυλ εργασίας σας και τις μεθοδολογικο-διδακτικές προσεγγίσεις σας στους διαφορετικούς συμμετέχοντες και στους τομείς τεχνικής εστίασης και στους θεσμούς.



7. YouABLE Ενότητα 1: SDGs

Η αειφόρος ανάπτυξη έχει οριστεί με πολλούς τρόπους, αλλά ο πιο συχνά αναφερόμενος ορισμός είναι από το Our Common Future, γνωστό και ως Έκθεση Brundtland:

2«Η αειφόρος ανάπτυξη είναι μια ανάπτυξη που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες. Περιλαμβάνει δύο βασικές έννοιες:

1. Η έννοια των αναγκών, ιδίως των βασικών αναγκών των φτωχών του κόσμου, στις οποίες πρέπει να δοθεί πρωταρχική προτεραιότητα. Και
2. η ιδέα των περιορισμών που επιβάλλονται από την κατάσταση της τεχνολογίας και της κοινωνικής οργάνωσης στην ικανότητα του περιβάλλοντος να ανταποκρίνεται στις παρούσες και μελλοντικές ανάγκες».

Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης μπορεί να ερμηνευτεί με πολλούς διαφορετικούς τρόπους, αλλά στον πυρήνα της είναι μια προσέγγιση της ανάπτυξης που φαίνεται να εξισορροπεί διαφορετικές, και συχνά ανταγωνιστικές, ανάγκες έναντι της επίγνωσης των περιβαλλοντικών, κοινωνικών και οικονομικών περιορισμών που αντιμετωπίζουμε ως κοινωνία.

Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης [SDGs]

Οι ΣΒΑ, γνωστοί και ως Παγκόσμιοι Στόχοι, υιοθετήθηκαν από τα Ηνωμένα Έθνη το 2015 ως καθολική έκκληση για δράση για τον τερματισμό της φτώχειας, την προστασία του πλανήτη και τη διασφάλιση ότι μέχρι το 2030 όλοι οι άνθρωποι απολαμβάνουν ειρήνη και ευημερία. Οι 17 ΣΒΑ είναι ενσωματωμένοι—αναγνωρίζουν ότι η δράση σε έναν τομέα θα επηρεάσει τα αποτελέσματα σε άλλους και ότι η ανάπτυξη πρέπει να εξισορροπεί την κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Οι χώρες έχουν δεσμευτεί να δώσουν προτεραιότητα στην πρόοδο για εκείνους που βρίσκονται πιο πίσω. Οι ΣΒΑ έχουν σχεδιαστεί για να τερματίσουν τη φτώχεια, την πείνα, το AIDS και τις διακρίσεις σε βάρος γυναικών και κοριτσιών. Η δημιουργικότητα, η τεχνογνωσία, η τεχνολογία και οι οικονομικοί πόροι από όλη την κοινωνία είναι απαραίτητα για την επίτευξη των ΣΒΑ σε κάθε πλαίσιο. Υπολογίζεται ότι περίπου 700 εκατομμύρια άνθρωποι εξακολουθούν να ζουν με λιγότερο από 1,90 δολάρια ΗΠΑ την ημέρα, συνολικά 1,3 δισεκατομμύρια άνθρωποι είναι πολυδιάστατα φτωχοί, συμπεριλαμβανομένου ενός δυσανάλογου αριθμού γυναικών και ατόμων με αναπηρίες και το 80% της ανθρωπότητας ζει με λιγότερα από 10 δολάρια ΗΠΑ ανά μέρα. Όλο και περισσότερο, οι χώρες μεσαίου εισοδήματος αντιπροσωπεύουν μεγάλο μέρος αυτής της τάσης.

Ορισμένες χώρες επηρεάζονται δυσανάλογα από κραδασμούς και στρεσογόνους παράγοντες όπως η κλιματική αλλαγή, οι καταστροφές, ο βίαιος εξτρεμισμός, οι συγκρούσεις, η οικονομική και χρηματοπιστωτική αστάθεια, οι επιδημίες, η επισιτιστική ανασφάλεια και η περιβαλλοντική υποβάθμιση. Οι καταστροφές που σχετίζονται με το κλίμα έχουν αυξηθεί σε αριθμό και μέγεθος, αντιστρέφοντας τα αναπτυξιακά κέρδη, επιδεινώνοντας εύθραυστες καταστάσεις και συμβάλλοντας στην κοινωνική αναταραχή.

Εάν η αιφόρος ανάπτυξη επικεντρώνεται στο μέλλον, αυτό σημαίνει ότι χάνουμε τώρα;

Η Ατζέντα 2030 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη [<https://sdgs.un.org/goals>], που εγκρίθηκε από όλα τα κράτη μέλη των Ηνωμένων Εθνών το 2015, παρέχει ένα κοινό σχέδιο για την ειρήνη και την ευημερία για τους ανθρώπους και τον πλανήτη, τώρα και στο μέλλον. Στο επίκεντρό του βρίσκονται οι 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ), οι οποίοι αποτελούν μια επείγουσα έκκληση για δράση από όλες τις χώρες - ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες - σε μια παγκόσμια εταιρική σχέση. Αναγνωρίζουν ότι ο τερματισμός της φτώχειας και άλλων στερήσεων πρέπει να συμβαδίζει με στρατηγικές που βελτιώνουν την υγεία και την εκπαίδευση, μειώνουν την ανισότητα και δίνουν ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη – όλα αυτά αντιμετωπίζοντας την κλιματική αλλαγή και εργαζόμεστε για τη διατήρηση των ωκεανών και των δασών μας. Για να γίνει πραγματικότητα η Ατζέντα του 2030, η ευρεία ιδιοκτησία των ΣΒΑ πρέπει να μεταφραστεί σε ισχυρή δέσμευση όλων των ενδιαφερομένων για την υλοποίηση των παγκόσμιων στόχων. Το DSDG στοχεύει να βοηθήσει στη διευκόλυνση αυτής της δέσμευσης.



Θέμα του σενάριο	Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης [SDGs]
Περίληψη απο σενάριο / φόντο	Οι νέοι θα μάθουν για τους ΣΒΑ και τη σημασία τους. Οι ΣΒΑ, γνωστοί και ως Παγκόσμιοι Στόχοι, υιοθετήθηκαν από όλα τα κράτη μέλη των Ηνωμένων Εθνών το 2015 ως καθολική έκκληση για δράση για τον τερματισμό της φτώχειας, την προστασία του πλανήτη και τη διασφάλιση ότι όλοι οι άνθρωποι απολαμβάνουν ειρήνη και ευημερία έως το 2030.
Διάρκεια	8 ώρες = 2 συνεδρίες * 4 ώρες η καθεμία
Μικρή ομάδα ή συμμετέχοντες Περιγραφή	Συνολικά το πολύ 30 συμμετέχοντες. Εργασία στην ομάδα από 10 συμμετέχοντες ηλικίας από 15 έως 30 ετών. Η επιλογή θα γίνει μέσω διαδικασίας συμπλήρωσης ηλεκτρονικής φόρμας με βασικές πληροφορίες. Προτεραιότητα θα έχει η νεολαία που προτείνεται από ΜΚΟ και άλλους οργανισμούς και ιδρύματα που περιλαμβάνονται σε αυτόν τον τομέα της εργασίας για νέους.
Στόχοι του Δραστηριότητα	Ενημερώστε τους νέους για τη σημασία των ΣΒΑ
Στόχοι του Δραστηριότητα	Μετά από αυτή την ενότητα, οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση: a. Ορίστε και εξηγήστε τους 17 ΣΒΑ. b. Περιγράψτε τους στόχους και τη διασύνδεσή τους. c. Εξηγήστε τι προκαλεί τα ζητήματα που εμποδίζουν ή επιβραδύνουν τη βιώσιμη ανάπτυξη. d. Προσδιορίστε βασικές πτυχές προβλημάτων στις επιμέρους χώρες και e. Αντιμέτωπιση και αξιολόγηση της προόδου των ΣΒΑ.
Επικτήτος Δεξιότητες	Ικανότητα εργασίας ανεξάρτητα και ομαδικά. Καλές διαπροσωπικές και επικοινωνιακές δεξιότητες. Καλός προγραμματισμός και οργανωτικές δεξιότητες. Ιδιότητες πρωτοβουλίας και ηγεσίας, με ικανότητα σχέσης με νέους. Μια μη επικριτική στάση.
Υλικά	υπολογιστής, προβολέας LCD, Wi-Fi (αν είναι δυνατόν), πίνακας φύλλα χαρτιού, μολύβια, στυλό, αυτοκόλλητα κ.λπ.
Μέθοδοι	Μη τυπικές μέθοδοι διδασκαλίας/κατάρτισης και μάθησης: • Μέθοδοι επικοινωνίας: αλληλεπίδραση, διάλογος, διαμεσολάβηση • Μέθοδοι βασισμένες σε δραστηριότητες: εμπειρία, πρακτική, πειραματισμός • Κοινωνικά εστιασμένες μέθοδοι: συνεργασία, ομαδική εργασία, δικτύωση. • Αυτοκατευθυνόμενες μέθοδοι: δημιουργικότητα, ανακάλυψη, υπευθυνότητα. • Χτίσιμο ομάδας παιχνίδια και παγοθραυστικά.
Αξιολόγηση/ Αξιολόγηση, δοκιμές PRE/POST	Αυτό το σενάριο θα δοκιμαστεί πριν και μετά την εκτέλεση. Θα προετοιμαστούν προ/μετά τεστ (Διάρκεια: 5 - 10 λεπτά). Ο στόχος του τεστ είναι μια αξιολόγηση που αποσκοπεί στη μέτρηση των γνώσεων και των δεξιοτήτων των εργαζομένων νέων πριν/μετά την πραγματοποίηση μη τυπικών μαθησιακών δραστηριοτήτων που επικεντρώνονται σε κύριες ιδέες: Ορίστε τους ΣΒΑ και εξηγήστε πώς οι ΣΒΑ ανταποκρίνονται στις ανάγκες του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών.



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



ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΑΠΟ ΕΞΙ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΠΕΘΑΙΝΟΥΝ ΑΚΟΜΑ

Πριν από τα πέμπτα γενέθλιά τους

SDG 03: ΚΑΛΗ ΥΓΕΙΑ

YouABLE

8. Εργαλεία, μεθοδολογίες και προσεγγίσεις για την υποστήριξη της εφαρμογής της ατζέντας ΣΒΑ

Ο Πολυδιάστατος Δείκτης Φτώχειας

Το MPI που παράγεται από το Πρόγραμμα Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών (UNDP) και την Πρωτοβουλία για τη Φτώχεια και την Ανθρώπινη Ανάπτυξη της Οξφόρδης μετρά τη φτώχεια λαμβάνοντας υπόψη διάφορες στερήσεις που βιώνουν οι άνθρωποι στην καθημερινή τους ζωή, συμπεριλαμβανομένης της κακής υγείας, της ανεπαρκούς εκπαίδευσης και του χαμηλού βιοτικού επιπέδου.

Προσδιορίζει τους τρόπους με τους οποίους οι άνθρωποι μένουν πίσω εξετάζοντας τρεις βασικές διαστάσεις – υγεία, εκπαίδευση και βιοτικό επίπεδο – μέσω 10 διαφορετικών δεικτών. Ο δείκτης επιτρέπει συγκρίσεις μεταξύ των χωρών. Εξετάζει τις ανισότητες εντός των χωρών ανά ηλικιακές ομάδες, αστικές/ αγροτικές περιοχές και υποεθνικές περιοχές.

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

Η Ταχεία Ολοκληρωμένη Αξιολόγηση

Το εργαλείο RIA βοηθά στη διευκόλυνση της ενσωμάτωσης των ΣΒΑ στα εθνικά και τοπικά σχέδια, βοηθώντας τις χώρες να αξιολογήσουν την ετοιμότητά τους να εφαρμόσουν τους ΣΒΑ.

Η αξιολόγηση είναι ένα πρώτο βήμα στη διαδικασία εντοπισμού των ΣΒΑ. Ανασκοπεί τα τρέχοντα Εθνικά και Υποεθνικά Σχέδια Ανάπτυξης, τις πολιτικές και τις σχετικές τομεακές στρατηγικές και παρέχει μια ενδεικτική επισκόπηση του επιπέδου ευθυγράμμισης μεταξύ των σχεδίων/στρατηγικών και των στόχων ΣΒΑ. Το εργαλείο προτείνει σαφή βήματα για μια ταχεία ολοκληρωμένη αξιολόγηση των ΣΒΑ, διασυνδέσεις μεταξύ των στόχων και, ως εκ τούτου, εντοπίζει την πιθανή ανάγκη για πολυτομεακό συντονισμό γύρω από την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων ΣΒΑ.

Το κύριο κοινό-στόχος αυτής της εργαλειοθήκης είναι οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής σε εθνικό και υποεθνικό επίπεδο. Αυτό περιλαμβάνει ενδιαφερόμενα μέρη από την κυβέρνηση (γραφείο αρχηγού κράτους, οικονομικά, προγραμματισμός, υποεθνικοί φορείς, τομεακά υπουργεία, εθνική στατιστική υπηρεσία).

Άλλοι εμπειρογνώμονες και επαγγελματίες – ιδίως από πολυμερείς και διμερείς φορείς, ΜΚΟ και την κοινωνία των πολιτών – μπορεί επίσης να βρουν αυτή τη εργαλειοθήκη χρήσιμη κατά την ανάπτυξη σχεδίων για την εφαρμογή των ΣΒΑ και την υποστήριξη κυβερνητικών εταίρων

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

Μην αφήνετε κανέναν πίσω από το πλαίσιο.

Αυτό το πλαίσιο είναι ένα πρακτικό πλαίσιο για τον εθνικό διάλογο που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι κυβερνήσεις και τα ενδιαφερόμενα μέρη για να ενεργήσουν με βάση τη δέσμευση «να μην αφήσουν κανέναν πίσω» (LNOB) με τρόπο που να επιτρέπει και να επιταχύνει την πρόοδο για την επίτευξη των ΣΒΑ. Πέντε παράγοντες προτείνονται ως κλειδί για την κατανόηση του ποιος μένει πίσω και γιατί: οι διακρίσεις, τόπος κατοικίας, κοινωνικοοικονομική κατάσταση, διακυβέρνηση, και ευπάθεια σε κραδασμούς. Οι παράγοντες μπορούν να εφαρμοστούν χρησιμοποιώντας μια τριμερή προσέγγιση: να εξεταστούν τα μειονεκτήματα που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι στους πέντε παράγοντες, ενδυνάμωση αυτών που μένουν πίσω (ή που κινδυνεύουν να μείνουν πίσω), και να θεσπίσουν περιεκτικές, διορατικές και προοδευτικές πολιτικές ΣΒΑ. Το πλαίσιο αποτελεί πρόδρομο ενός επιχειρησιακού οδηγού που θα προωθηθεί σε όλο το σύστημα υπό την αιγίδα της Ομάδας Αειφόρου Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών.

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

Το εργαλείο Διεθνούς Παγκόσμιας Πρόβλεψης Μέλλοντος.

Το IFs είναι ένα υπολογιστικό μοντέλο γενικής ισορροπίας (CGE) που αποτελείται από 12 αλληλένδετες ενότητες/συστήματα. Παράγεται και συντηρείται από το Pardee Center στο Πανεπιστήμιο του Ντένβερ. Το μοντέλο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την παροχή αναλυτικών γνώσεων σχετικά με τα οφέλη των μεταρρυθμίσεων της χώρας, τις παρεμβάσεις των ΣΒΑ ή τα σοκ. Ως μέρος της συνεργασίας του UNDP με το κέντρο Pardee, το μοντέλο περιέχει επίσης μια ενότητα SDG που επιτρέπει στον χρήστη να παρακολουθεί την πρόοδο σε διάφορους δείκτες SDG και στόχους από παρεμβάσεις πολιτικής. Το μοντέλο μπορεί να εφαρμοστεί τόσο για ανά χώρα, περιφερειακή όσο και για παγκόσμια ανάλυση. [Βλέπω https://unsdg.un.org/sdg_toolkit/international-futures/]



9. YouABLE Ενότητα 2: Πράσινη Συμφωνία – έναν οδικό χάρτη για βιώσιμες οικονομίες

Η Πράσινη Συμφωνία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) είναι η κύρια νέα αναπτυξιακή στρατηγική της ΕΕ για τη μετάβαση της οικονομίας της ΕΕ σε ένα βιώσιμο οικονομικό μοντέλο.

Περισσότερες λεπτομέρειες στο: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en].

Ο πρωταρχικός στόχος της Πράσινης Συμφωνίας της ΕΕ, που παρουσιάστηκε τον Δεκέμβριο του 2019, είναι να γίνει η ΕΕ η πρώτη κλιματικά ουδέτερη ήπειρος έως το 2050, με αποτέλεσμα καθαρότερο περιβάλλον, πιο προσιτή ενέργεια, εξυπνότερες μεταφορές, νέες θέσεις εργασίας και συνολικά καλύτερη ποιότητα ζωής.

Υπάρχουν διάφοροι μηχανισμοί χρηματοδότησης για τη διευκόλυνση της Πράσινης Συμφωνίας της ΕΕ, συνολικού ύψους άνω του 1 τρισεκατομμυρίου ευρώ. Αυτή η επένδυση θα χρηματοδοτήσει την υλοποίηση της μεταρρύθμισης πολιτικής που απαιτείται για την οικονομική ανάπτυξη και την κλιματική ουδετερότητα της ΕΕ.

Τα κύρια στοιχεία της Πράσινης Συμφωνίας της ΕΕ είναι: Δράση για το κλίμα. Καθαρή ενέργεια; Βιώσιμη βιομηχανία; Κτίρια και ανακαινίσεις. Βιώσιμη κινητικότητα; Εξάλειψη της ρύπανσης. Farm to Fork? Διατήρηση της βιοποικιλότητας. Ερευνα και ανάπτυξη; Αποτροπή αθέμιτου ανταγωνισμού από διαρροή άνθρακα. Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία παρουσιάζει έναν οδικό χάρτη για να καταστεί βιώσιμη η οικονομία της ΕΕ μετατρέποντας τις κλιματικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις σε ευκαιρίες σε όλους τους τομείς πολιτικής και καθιστώντας τη μετάβαση δίκαιη και χωρίς αποκλεισμούς για όλους. Η ευρωπαϊκή πράσινη κλιματική αλλαγή και η περιβαλλοντική υποβάθμιση αποτελούν υπαρξιακή απειλή για την Ευρώπη και τον κόσμο. Για να ξεπεραστούν αυτές οι προκλήσεις, η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία θα μεταμορφώσει την ΕΕ σε μια σύγχρονη, αποδοτική από πλευράς πόρων και ανταγωνιστική οικονομία, διασφαλίζοντας:

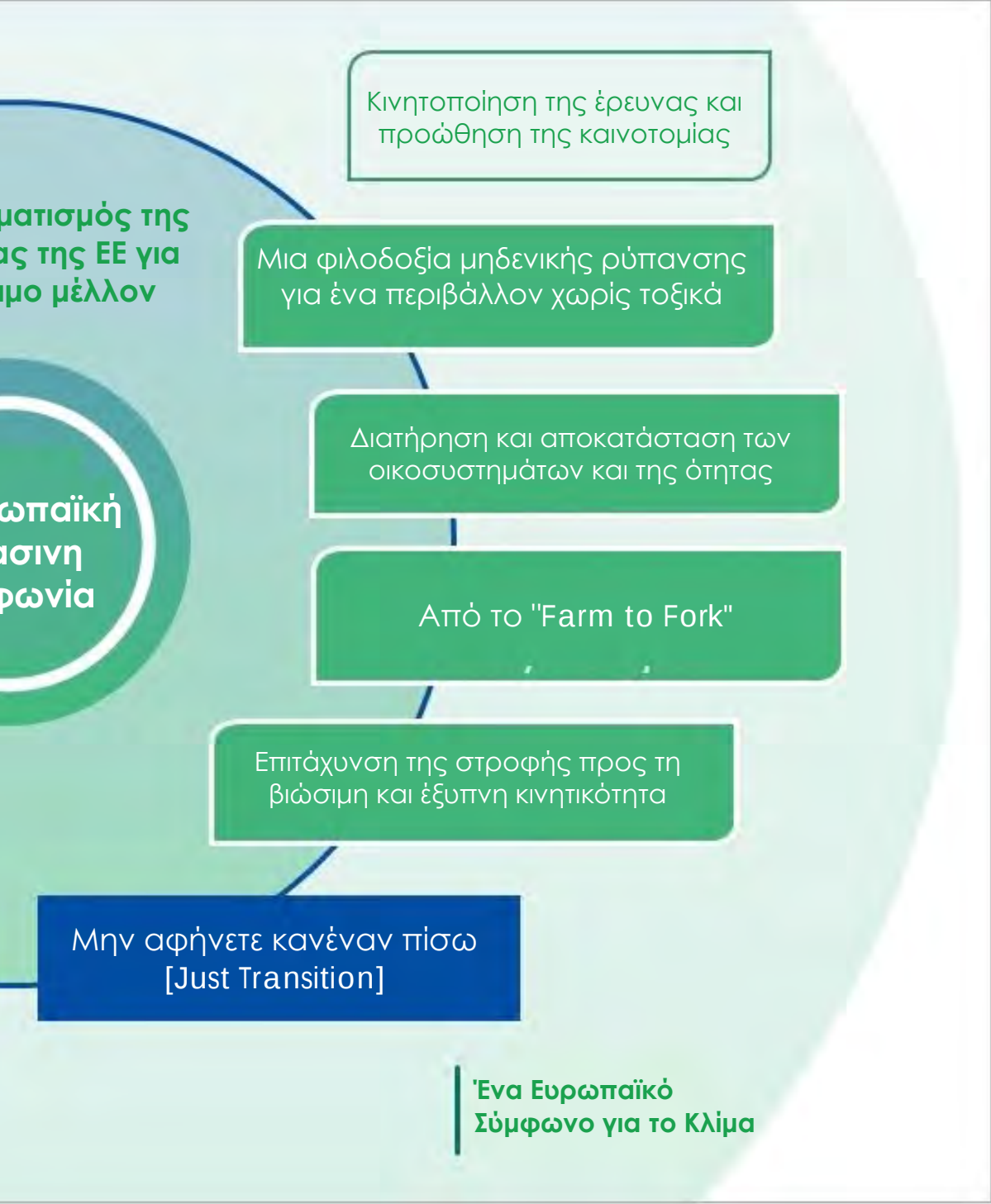
- καμία καθαρή εκπομπή αερίων θερμοκηπίου έως το 2050
- οικονομική ανάπτυξη αποσυνδεδεμένη από τη χρήση πόρων
- κανένα πρόσωπο και κανένα μέρος δεν έμεινε πίσω

Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία είναι επίσης η σωτηρία μας για την έξοδο από την πανδημία COVID-19. Το ένα τρίτο των επενδύσεων ύψους 1,8 τρισεκατομμυρίων ευρώ από το NextGenerationEU Recovery Plan και ο επταετής προϋπολογισμός της ΕΕ θα χρηματοδοτήσει την Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία.

Η κλιματική αλλαγή και η υποβάθμιση του περιβάλλοντος αποτελούν υπαρξιακή απειλή για την Ευρώπη και τον κόσμο. Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία θα μεταμορφώσει την ΕΕ σε μια σύγχρονη, αποδοτική από πλευράς πόρων και ανταγωνιστική οικονομία.



Η ΕC ενέκρινε μια σειρά προτάσεων για να καταστήσει τις πολιτικές της ΕΕ για το κλίμα, την ενέργεια, τις μεταφορές και τη φορολογία κατάλληλες για τη μείωση των καθαρών εκπομπών αερίων θερμοκηπίου κατά τουλάχιστον 55% έως το 2030, σε σύγκριση με τα επίπεδα του 1990.



Ο πρωταρχικός στόχος της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση να γίνει το πρώτο «κλιματικά ουδέτερο μπλοκ» στον κόσμο έως το 2050. Έχει στόχους που εκτείνονται σε πολλούς διαφορετικούς τομείς, συμπεριλαμβανομένων των κατασκευών, της βιοποικιλότητας, της ενέργειας, των μεταφορών και των τροφίμων.

Το σχέδιο περιλαμβάνει πιθανούς δασμούς άνθρακα για χώρες που δεν περιορίζουν τη ρύπανση από αέρια θερμοκηπίου με τον ίδιο ρυθμό. Ο μηχανισμός για να επιτευχθεί αυτό ονομάζεται Μηχανισμός προσαρμογής συνόρων άνθρακα (CBAM). Περιλαμβάνει επίσης:

- ένα σχέδιο δράσης για την κυκλική οικονομία,
- μια αναθεώρηση και πιθανή αναθεώρηση (όπου χρειάζεται) όλων των σχετικών μέσων πολιτικής που σχετίζονται με το κλίμα, συμπεριλαμβανομένου του Συστήματος Εμπορίας Εκπομπών,
- μια στρατηγική Farm to Fork μαζί με μια αλλαγή εστίασης από τη συμμόρφωση στην απόδοση (η οποία θα ανταμείψει τους αγρότες για τη διαχείριση και την αποθήκευση άνθρακα στο έδαφος,
- τη βελτιωμένη διαχείριση των θρεπτικών ουσιών, τη μείωση των εκπομπών,),
- μια αναθεώρηση της Οδηγίας για τη Φορολογία της Ενέργειας η οποία εξετάζει προσεκτικά τις επιδοτήσεις ορυκτών καυσίμων και τις φορολογικές απαλλαγές (αεροπορία, ναυτιλία),
- μια βιώσιμη και έξυπνη στρατηγική κινητικότητας και στρατηγική της ΕΕ για τα δάση. Το τελευταίο θα έχει ως βασικούς στόχους του την αποτελεσματική δάσωση και τη διατήρηση και αποκατάσταση των δασών στην Ευρώπη.

Επίσης, βασίζεται στο Horizon Europe, για να διαδραματίσει κεντρικό ρόλο στη μόχλευση εθνικών δημόσιων και ιδιωτικών επενδύσεων.

Μέσω συνεργασιών με τη βιομηχανία και τα κράτη μέλη, θα υποστηρίξει την έρευνα και την καινοτομία στις τεχνολογίες μεταφορών, συμπεριλαμβανομένων των μπαταριών, του καθαρού υδρογόνου, της κατασκευής χάλυβα χαμηλών ανθρακούχων εκπομπών, των κυκλικών τομέων που βασίζονται σε βιολογικά προϊόντα και του δομημένου περιβάλλοντος.

Η ΕΕ σχεδιάζει να χρηματοδοτήσει τις πολιτικές που ορίζονται στην Πράσινη Συμφωνία μέσω ενός επενδυτικού σχεδίου – InvestEU, το οποίο προβλέπει επενδύσεις τουλάχιστον 1 τρισεκατομμυρίων ευρώ.

Επιπλέον, για να επιτύχει η ΕΕ τους στόχους της που ορίζονται στη συμφωνία, εκτιμάται ότι θα απαιτηθούν περίπου 260 δισεκατομμύρια ευρώ ετησίως έως το 2030 σε επενδύσεις.

Θέμα του σεναρίου	European Green Deal
Περίληψη απο σενάριο / φόντο	Η νεολαία θα μάθει για την Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία - μια φιλόδοξη στρατηγική για να καταστεί βιώσιμη η οικονομία της ΕΕ. σκιαγραφεί και ενισχύει σημαντικές αλλαγές σε όλους τους τομείς πολιτικής για να καταστήσει την Ευρώπη κλιματικά ουδέτερη έως το 2050. Η αποτελεσματική εφαρμογή της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας εξαρτάται από την ενεργό συμμετοχή όλων των τμημάτων της κοινωνίας.
Διάρκεια	8 ώρες = 2 συνεδρίες * 4 ώρες η καθεμία
Μικρή ομάδα ή συμμετέχοντες Περιγραφή	Συνολικά το πολύ 30 συμμετέχοντες. Εργασία στην ομάδα από 10 συμμετέχοντες ηλικίας από 15 έως 30 ετών. Η επιλογή θα γίνει μέσω διαδικασίας συμπλήρωσης ηλεκτρονικής φόρμας με βασικές πληροφορίες. Προτεραιότητα θα έχει η νεολαία που προτείνεται από ΜΚΟ και άλλους οργανισμούς και ιδρύματα που περιλαμβάνονται σε αυτόν τον τομέα της εργασίας για νέους.
Στόχοι του Δραστηριότητα	Ενημερώστε τους νέους ότι ο πρωταρχικός στόχος της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση να γίνει το πρώτο «κλιματικά ουδέτερο μπλοκ» στον κόσμο έως το 2050.
Μάθηση Στόχοι	Μετά από αυτή την ενότητα, οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση: • να κατανοήσουν τους στόχους της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας · • να εμπλέξει τους πολίτες και όλα τα μέρη της κοινωνίας στη δράση για το κλίμα · • να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση του κοινού για την οικοδόμηση της Ευρώπης μιας κοινωνίας ανθεκτικής στο κλίμα έως το 2050, πλήρως προσαρμοσμένη στις αναπόφευκτες επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής
Επικτήτος Δεξιότητες	Ικανότητα εργασίας ανεξάρτητα και ομαδικά. Καλές διαπροσωπικές και επικοινωνιακές δεξιότητες. Καλός προγραμματισμός και οργανωτικές δεξιότητες. Ιδιότητες πρωτοβουλίας και ηγεσίας, με ικανότητα σχέσης με νέους. Μια μη επικριτική στάση.
Υλικά	υπολογιστής, προβολέας LCD, Wi-Fi (αν είναι δυνατόν), πίνακας φύλλα χαρτιού, μολύβια, στυλό, αυτοκόλλητα κ.λπ.
Μέθοδοι	Μη τυπικές μέθοδοι διδασκαλίας/κατάρτισης και μάθησης: • Μέθοδοι επικοινωνίας: αλληλεπίδραση, διάλογος, διαμεσολάβηση • Μέθοδοι βασισμένες σε δραστηριότητες: εμπειρία, πρακτική, πειραματισμός • Κοινωνικά εστιασμένες μέθοδοι: συνεργασία, ομαδική εργασία, δικτύωση. • Αυτοκατευθυνόμενες μέθοδοι: δημιουργικότητα, ανακάλυψη, υπευθυνότητα. • Χτίσιμο ομάδας παιχνίδια και παγοθραυστικά.
Αξιολόγηση/ Αξιολόγηση, δοκιμές PRE/POST	Αυτό το σενάριο θα δοκιμαστεί πριν και μετά την εκτέλεση. Θα προετοιμαστούν προ/μετά τεστ (Διάρκεια: 5 - 10 λεπτά). Ο στόχος του τεστ είναι μια αξιολόγηση που αποσκοπεί στη μέτρηση των γνώσεων και των δεξιοτήτων των εργαζομένων νέων πριν/μετά την πραγματοποίηση μη τυπικών μαθησιακών δραστηριοτήτων που επικεντρώνονται σε κύριες ιδέες: Καθορίστε την Πράσινη Συμφωνία και εξηγήστε πώς η Πράσινη Συμφωνία ανταποκρίνεται στις ανάγκες του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των επόμενων γενεών.



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



Στις αναπτυσσόμενες χώρες,

**7 ΣΤΑ 100 ΠΑΙΔΙΑ
ΔΕΝ ΘΑ ΕΠΙΒΙΩΣΕΙ**

πέρα από την ηλικία των 5 ετών

SDG 01: ΟΧΙ ΦΤΩΧΕΙΑ

YouABLE

10 YouABLE Ενότητα 3: Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι η χρήση ψηφιακών ή κοινωνικών καναλιών για την προώθηση μιας επωνυμίας ή την προσέγγιση των καταναλωτών. Αυτό το είδος μάρκετινγκ μπορεί να εκτελεστεί στο διαδίκτυο, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στις μηχανές αναζήτησης, στις κινητές συσκευές και σε άλλα κανάλια. Απαιτεί νέους τρόπους μάρκετινγκ στους καταναλωτές και κατανόηση του αντίκτυπου της συμπεριφοράς τους. Οποιοδήποτε μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί ηλεκτρονικές συσκευές και μπορεί να χρησιμοποιηθεί από ειδικούς μάρκετινγκ για τη μετάδοση διαφημιστικών μηνυμάτων και τη μέτρηση του αντίκτυπου του στο ταξίδι του πελάτη σας. Στην πράξη, το ψηφιακό μάρκετινγκ αναφέρεται συνήθως σε καμπάνιες μάρκετινγκ που εμφανίζονται σε υπολογιστή, τηλέφωνο, tablet ή άλλη συσκευή. Το ψηφιακό μάρκετινγκ έχει πολλές μορφές, όπως βίντεο στο διαδίκτυο, διαφημίσεις προβολής, μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης, πληρωμένες διαφημίσεις κοινωνικής δικτύωσης και αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το ψηφιακό μάρκετινγκ συχνά συγκρίνεται με το «παραδοσιακό μάρκετινγκ», όπως οι διαφημίσεις περιοδικών, οι διαφημιστικές πινακίδες και το άμεσο ταχυδρομείο. Παραδόξως, η τηλεόραση συνήθως συνδυάζεται με το παραδοσιακό μάρκετινγκ.

Το ψηφιακό μάρκετινγκ δημιουργεί ανάπτυξη

Το ψηφιακό μάρκετινγκ πρέπει να είναι ένα από τα κύρια σημεία εστίασης της συνολικής στρατηγικής μάρκετινγκ σχεδόν κάθε επιχείρησης. Ποτέ άλλοτε δεν υπήρχε τρόπος να παραμείνετε σε τόσο συνεπή επαφή με τους πελάτες σας και τίποτα άλλο δεν προσφέρει το επίπεδο εξατομίκευσης που μπορούν να προσφέρουν τα ψηφιακά δεδομένα. Όσο περισσότερο αγκαλιάζετε τις δυνατότητες του ψηφιακού μάρκετινγκ, τόσο περισσότερο θα μπορείτε να συνειδητοποιήσετε τις δυνατότητες ανάπτυξης της εταιρείας σας. Το ψηφιακό μάρκετινγκ σας επιτρέπει να επικοινωνείτε με τις ομάδες-στόχους σας σε πραγματικό χρόνο. Το πιο σημαντικό, τους επιτρέπει να επικοινωνούν μαζί σας. Σκεφτείτε τη στρατηγική σας στα social media. Είναι υπέροχο όταν το κοινό στοχοθέτησής σας βλέπει την τελευταία σας ανάρτηση, αλλά είναι ακόμα καλύτερο όταν τη σχολιάζει ή τη μοιράζεται. Σημαίνει περισσότερο θόρυβο γύρω από το προϊόν ή την υπηρεσία σας, καθώς και αυξημένη ορατότητα κάθε φορά που κάποιος συμμετέχει στη συζήτηση.

Καθορισμένο Μάρκετινγκ

Ακολουθεί ένας επίσημος ορισμός του μάρκετινγκ:

Το μάρκετινγκ είναι ένα συνολικό σύστημα αλληλεπίδρασης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που έχει σχεδιαστεί για τον σχεδιασμό, την τιμολόγηση, την προώθηση και τη διανομή προϊόντων και υπηρεσιών που ικανοποιούν τις επιθυμίες σε καταναλωτές και χρήστες από επιχείρηση σε επιχείρηση σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον, με κέρδος.

Τι είναι ένα μίγμα μάρκετινγκ 4P;

Ένα μείγμα μάρκετινγκ περιλαμβάνει τα στοιχεία που μπορεί να χρησιμοποιήσει ένας οργανισμός για να εκτελέσει ένα επιτυχημένο σχέδιο μάρκετινγκ. Ο όρος επινοήθηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1940 και ο καθηγητής του Χάρβαρντ Neil Borden τον χρησιμοποίησε στην ομιλία του το 1953 στην Αμερικανική Ένωση Μάρκετινγκ.

Το 4P Marketing Mix σάς επιτρέπει να χαρτογραφήσετε τέσσερις ελεγχόμενους παράγοντες που επηρεάζουν τα κέρδη της εταιρείας σας: προϊόν, τόπος, προώθηση και τιμή.

Αποφασίζοντας για το συνδυασμό αυτών των τεσσάρων παραγόντων, μπορείτε να καθορίσετε τον ιδανικό τρόπο για να προωθήσετε ένα νέο έργο ή μια υπηρεσία στην αγορά.

Ποια είναι τα 4 Ps;

Τα 4 P σημαίνουν: Προϊόν, Τόπος, Προσφορές και Τιμή.

1. Προϊόν είναι το απτό αγαθό ή υπηρεσία που ικανοποιεί τις ανάγκες του κοινού-στόχου.
2. Τόπος: αναφέρεται στο πού και πότε είναι διαθέσιμο το προϊόν.
3. Προσφορές: περιλαμβάνουν διαφήμιση, ψηφιακό μάρκετινγκ, PR, μάρκετινγκ εκδηλώσεων, άμεσο μάρκετινγκ, προσωπικές πωλήσεις, μάρκετινγκ καναλιών και συμμαχίες.
4. Τιμή: αποτελείται από τις πολιτικές που αφορούν τη βασική τιμή, αναβαθμίσεις, εκπτώσεις, κουπόνια, τιμή διανομέα κ.λπ.

Οφέλη από μείγματα μάρκετινγκ

Ένα αποτελεσματικό μείγμα μάρκετινγκ μπορεί να βοηθήσει την επιχείρησή σας να αναπτύξει δυνατά σημεία και να περιορίσει τις αδυναμίες, να γίνει πιο ανταγωνιστική, να προσαρμοστεί στην αγορά και να συνεργαστεί με συνεργάτες. Συγκεκριμένα, ένα μίγμα μάρκετινγκ μπορεί να βοηθήσει τη ΜΚΟ ή την ένωση σας να απαντήσει στις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Ποιο είναι το target group σας;
- Τι πρόβλημα έχουν;
- Τι τους εμποδίζει να το λύσουν;
- Πώς οι δραστηριότητες του έργου σας επιλύουν αυτό το πρόβλημα;
- Πώς αισθάνονται τα ενδιαφερόμενα μέρη για τους ανταγωνιστές σας;
- Πώς αισθάνονται για το έργο σας;
- Τι τους παρακινεί να λάβουν μια συμμετοχική απόφαση;

Όπως συμβαίνει με πολλά πράγματα που εφευρέθηκαν πριν από περισσότερα από 60 χρόνια, τα 4P έχουν επίσης ενημερωθεί για να αντικατοπτρίζουν τις ανάγκες των σύγχρονων επιχειρήσεων.

Ποια είναι τα 8 P;

Αντί της συνολικής εστίασης στα προϊόντα, τα νέα 8P είναι αρκετά ευέλικτα ώστε να περιλαμβάνουν τον ρόλο της εξυπηρέτησης πελατών και να προσαρμόζονται σε επιχειρήσεις που πωλούν υπηρεσίες αντί για προϊόντα. Ας δούμε τα «Νέα 4P», τα οποία επεκτείνουν αυτό το μοντέλο σε επιχειρήσεις που βασίζονται σε υπηρεσίες και σε έναν κόσμο προσανατολισμένο στην εξυπηρέτηση πελατών.

5. Άνθρωποι

Η επιλογή, η πρόσληψη, η πρόσληψη και η διατήρηση των ανθρώπων που θα κάνουν τη δουλειά που πρέπει να γίνει είναι από τα πιο σημαντικά μέρη της επιχείρησης.

6. Διαδικασία

Όσο δελεαστικό κι αν είναι να σκέφτεστε τη διαδικασία από την άποψη των αναγκών σας, για τους εμπόρους μάρκετινγκ είναι στην πραγματικότητα αυτό που βιώνουν οι πελάτες σας. Τα ζητήματα της διαδικασίας που είναι πιο ενοχλητικά για έναν πελάτη είναι τα στοιχεία της διαδικασίας που βάζουν την άνεση του παρόχου πάνω από αυτή του πελάτη.

7. Φυσικά στοιχεία

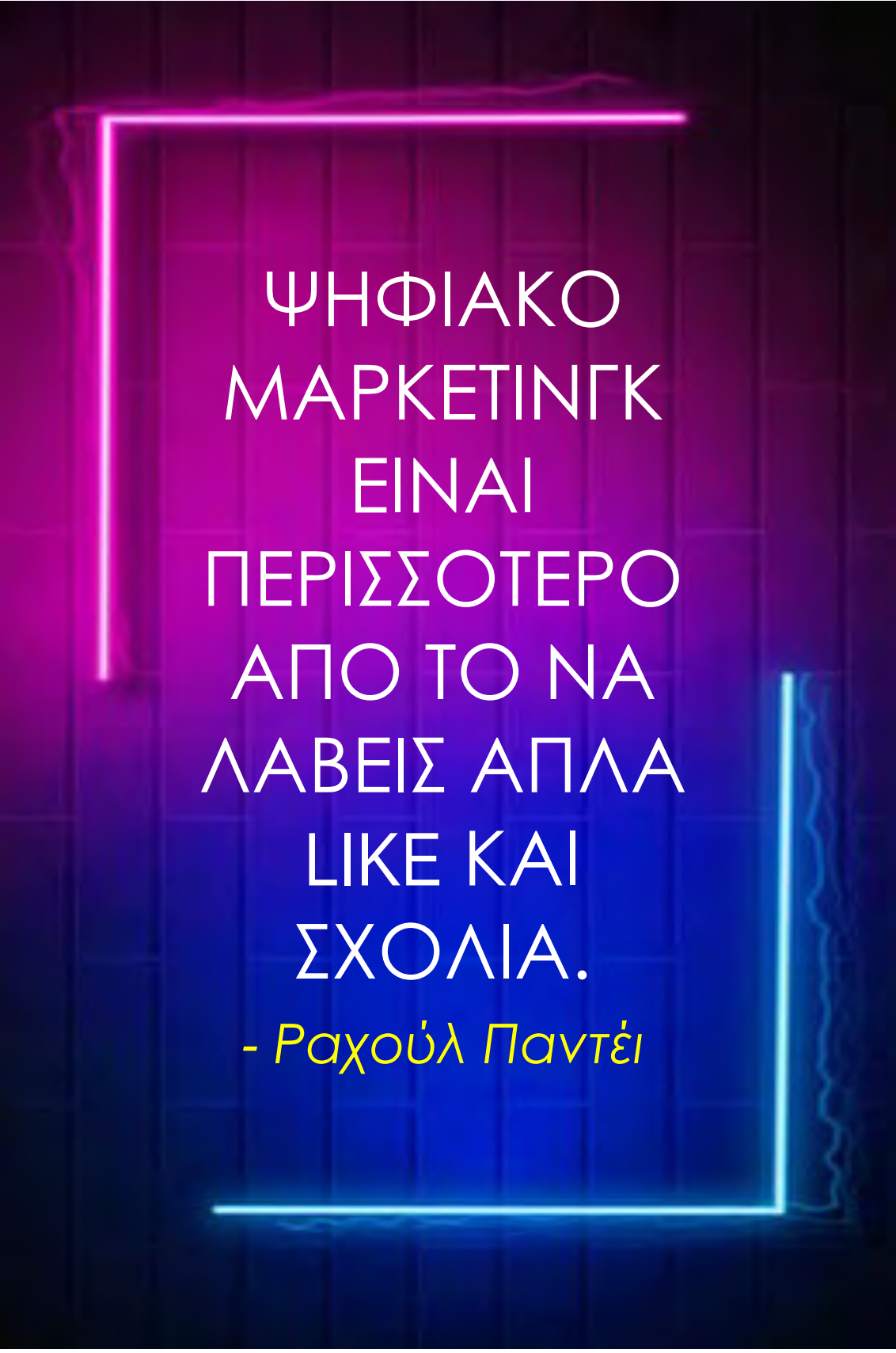
Όλα τα ορατά και απτά ίχνη της επιχείρησής σας που συναντά ένας πελάτης προτού αγοράσει αποτελούν φυσική απόδειξη. Η διαφήμιση, η σήμανση, ο χώρος της ρεσεψιόν σας, το εταιρικό σας φυλλάδιο, ακόμη και η ένδυση του προσωπικού είναι μέρος των υλικών αποδεικτικών στοιχείων της επιχείρησής σας. Χρησιμοποιήστε φυσικά στοιχεία για να ξεχωρίσετε από τον ανταγωνισμό και να δημιουργήσετε μια ισχυρή εικόνα επωνυμίας.

8. Παραγωγικότητα

Όπως και με τη διαδικασία, αυτό αφορά λιγότερο την εσωτερική σας παραγωγικότητα παρά την ικανότητά σας να προσφέρετε στους πελάτες σας. Η παραγωγικότητα από αυτή την άποψη συνδυάζεται πάντα με την ποιότητα – παρέχετε την καλύτερη ποιότητα κάθε φορά.

Τα 8 P (ή μερικές φορές τα 5 P) είναι το "μίγμα μάρκετινγκ".

Σημειώστε ότι κάθε στοιχείο πρέπει να είναι συνεπές με το άλλο!



ΨΗΦΙΑΚΟ
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
ΕΙΝΑΙ
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ
ΑΠΟ ΤΟ ΝΑ
ΛΑΒΕΙΣ ΑΠΛΑ
LIKE ΚΑΙ
ΣΧΟΛΙΑ.

- Ραχούλ Παντέι

Θέμα του σεναρίου	ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
Περίληψη απο σενάριο / φόντο	Το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι το συστατικό του μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο και βασισμένες στο Διαδίκτυο ψηφιακές τεχνολογίες, όπως επιτραπέζιοι υπολογιστές, κινητά τηλέφωνα και άλλα ψηφιακά μέσα και πλατφόρμες για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών. Ένας ευρύς όρος που αναφέρεται στην ανεξέλεγκτη παρόρμηση για χρήση ψηφιακών συσκευών όπως υπολογιστές, smartphone και συστήματα παιχνιδιών. Οι εργαζόμενοι για νέους μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτή τη γνώση για να εμπνευστούν και να δημιουργήσουν αποτελεσματικές και ενδιαφέρουσες διαφημίσεις για τις δραστηριότητές τους / τα έργα / τα προϊόντα τους.
Διάρκεια	8 ώρες = 2 συνεδρίες * 4 ώρες η καθεμία
Μικρή ομάδα ή συμμετέχοντες Περιγραφή	Συνολικά το πολύ 30 συμμετέχοντες. Εργασία στην ομάδα από 10 συμμετέχοντες ηλικίας από 15 έως 30 ετών. Η επιλογή θα γίνει μέσω διαδικασίας συμπλήρωσης ηλεκτρονικής φόρμας με βασικές πληροφορίες. Προτεραιότητα θα έχει η νεολαία που προτείνεται από ΜΚΟ και άλλους οργανισμούς και ιδρύματα που περιλαμβάνονται σε αυτόν τον τομέα της εργασίας για νέους.
Στόχοι του Δραστηριότητα	Ενημερώστε τους νέους ότι το ψηφιακό μάρκετινγκ πρέπει να είναι ΕΞΥΠΝΟ: (Συγκεκριμένο, Μετρήσιμο, Εφικτό, Σχετικό και Σχετιζόμενο με τον Χρόνο).
Μάθηση Στόχοι	Οι συμμετέχοντες θα αυξήσουν τις γνώσεις τους σχετικά με: • Παγκόσμια απήχηση - ένας ιστότοπος σας επιτρέπει να βρίσκετε νέες αγορές και να πραγματοποιείτε συναλλαγές παγκοσμίως μόνο για μια μικρή επένδυση. • Χαμηλότερο κόστος - μπορεί να προσεγγίσει τη σωστή ομάδα-στόχο με πολύ χαμηλότερο κόστος από τις παραδοσιακές μεθόδους μάρκετινγκ. • Ανιχνεύσιμα, μετρήσιμα αποτελέσματα - μέτρηση του διαδικτυακού σας μάρκετινγκ με αναλυτικά στοιχεία ιστού • Κοινωνικό νόμισμα - το ψηφιακό μάρκετινγκ σας επιτρέπει να δημιουργείτε ελκυστικές καμπάνιες χρησιμοποιώντας τακτικές μάρκετινγκ περιεχομένου.
Επικτήτος Δεξιότητες	Ικανότητα εργασίας ανεξάρτητα και ομαδικά. Καλές διαπροσωπικές και επικοινωνιακές δεξιότητες. Καλός προγραμματισμός και οργανωτικές δεξιότητες. Ιδιότητες πρωτοβουλίας και ηγεσίας, με ικανότητα σχέσης με νέους. Μια μη επικριτική στάση.
Υλικά	υπολογιστής, προβολέας LCD, Wi-Fi (αν είναι δυνατόν), πίνακας φύλλα χαρτιού, μολύβια, στυλό, αυτοκόλλητα κ.λπ.
Μέθοδοι	Μη τυπικές μέθοδοι διδασκαλίας/κατάρτισης και μάθησης: 1. Μέθοδοι επικοινωνίας: αλληλεπίδραση, διάλογος, διαμεσολάβηση 2. Μέθοδοι βασισμένες σε δραστηριότητες: εμπειρία, πρακτική, πειραματισμός 3. Κοινωνικά εστιασμένες μέθοδοι: συνεργασία, ομαδική εργασία, δικτύωση. 4. Αυτοκατευθυνόμενες μέθοδοι: δημιουργικότητα, ανακάλυψη, υπευθυνότητα. 5. Χτίσιμο ομάδας παιχνίδια και παγοθραυστικά.
Αξιολόγηση/ Αξιολόγηση, δοκιμές PRE/ POST Assessment, PRE/POST tests	Αυτό το σενάριο θα δοκιμαστεί πριν και μετά την εκτέλεση. Θα προετοιμαστούν προ/μετά τεστ (Διάρκεια: 5 - 10 λεπτά) Ο στόχος του τεστ είναι μια αξιολόγηση που αποσκοπεί στη μέτρηση των γνώσεων και δεξιοτήτων των εργαζομένων νέων πριν/μετά την πραγματοποίηση μη τυπικών μαθησιακών δραστηριοτήτων που επικεντρώνονται στις κύριες ιδέες: Για να μάθετε ότι το μείγμα μάρκετινγκ είναι το σύνολο εργαλείων μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί η εταιρεία στην αγορά στόχου".



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



Όχι στο διαδίκτυο είναι
**ΣΧΕΔΟΝ ΤΟ ΜΙΣΟ
ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ**
Ιδιαίτερα στις φτωχές χώρες.

SDG 17: ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

YouABLE

11. YouABLE Ενότητα 4: Social Media

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι διαδραστικές τεχνολογίες μέσω υπολογιστή που διευκολύνουν τη δημιουργία και την ανταλλαγή πληροφοριών, ιδεών, επαγγελματικών ενδιαφερόντων και άλλων μορφών έκφρασης μέσω εικονικών κοινοτήτων και δικτύων.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν ιστορία που χρονολογείται από τη δεκαετία του 1970.

Ορισμένοι ιστότοποι μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν τη δυνατότητα το περιεχόμενο που δημοσιεύεται εκεί να εξαπλωθεί virally στα κοινωνικά δίκτυα. Σε ένα πλαίσιο κοινωνικής δικτύωσης, περιεχόμενο ή ιστότοποι που είναι "viral" (ή που "γίνονται viral") είναι εκείνοι με μεγαλύτερη πιθανότητα οι χρήστες να αναδημοσιεύσουν περιεχόμενο που δημοσιεύτηκε (από άλλο χρήστη) στο κοινωνικό τους δίκτυο, οδηγώντας σε περαιτέρω κοινή χρήση. Πολλοί ιστότοποι μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν συγκεκριμένες λειτουργίες για να βοηθήσουν τους χρήστες να ανανεώσουν το περιεχόμενο, όπως το κουμπί retweet του Twitter, η λειτουργία pin του Pinterest ή η λειτουργία επιλογής κοινής χρήσης του Facebook.

Η κοινότητα των πολιτών και των επιχειρήσεων και οι δημόσιες αρχές ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τις τακτικές ιογενούς μάρκετινγκ, επειδή μια viral καμπάνια μπορεί να επιτύχει ευρεία διαφημιστική κάλυψη (ιδιαίτερα εάν η ίδια η αναδημοσίευση από ιούς κάνει την είδηση) για ένα κλάσμα του κόστους μιας παραδοσιακής εκστρατείας μάρκετινγκ, η οποία συνήθως χρησιμοποιεί έντυπο υλικό, όπως εφημερίδες, περιοδικά, ταχυδρομεία και διαφημιστικές πινακίδες, και τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές διαφημίσεις.



Σχέδιο μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Τώρα λοιπόν πρέπει να δημιουργήσετε ένα σχέδιο μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Δεν είναι εύκολη δουλειά, σωστά; Πολλοί από εμάς παλεύουμε να ξεκαθαρίσουμε τι ακριβώς είναι αυτό, πόσο μάλλον πώς να το φτιάξουμε από την αρχή.

Με απλά λόγια, κάθε ενέργεια που κάνετε στα κοινωνικά δίκτυα πρέπει να αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό σημαίνει ότι κάθε Tweet, απάντηση, like και σχόλιο θα πρέπει να καθοδηγείται από ένα σχέδιο και να οδηγεί σε προκαθορισμένους στόχους. Μπορεί να ακούγεται περίπλοκο, αλλά αν αφιερώσετε χρόνο για να δημιουργήσετε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι υπόλοιπες κοινωνικές σας προσπάθειες θα πρέπει να ακολουθήσουν φυσικά. Ο καθένας μπορεί να το κάνει αν το προσεγγίσει σωστά. Μάθετε τι πρέπει να περιλαμβάνει ένα σχέδιο μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ακολουθήστε το σχέδιο 6 βημάτων για να δημιουργήσετε το δικό σας:

Τι είναι ένα σχέδιο μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης;

Ένα σχέδιο μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι η περίληψη όλων όσων σκοπεύετε να κάνετε και ελπίζετε να επιτύχετε για την επιχείρησή σας χρησιμοποιώντας τα κοινωνικά δίκτυα. Αυτό το σχέδιο θα πρέπει να περιλαμβάνει έναν έλεγχο για το πού βρίσκονται οι λογαριασμοί σας σήμερα, τους στόχους για το πού θέλετε να είναι σύντομοι και όλα τα εργαλεία που θέλετε να χρησιμοποιήσετε για να φτάσετε εκεί. Γενικά, όσο πιο συγκεκριμένοι μπορείτε να κάνετε με το σχέδιό σας, τόσο πιο αποτελεσματικός θα είστε στην εφαρμογή του. Προσπαθήστε να το κρατήσετε συνοπτικό και μην κάνετε τη στρατηγική μάρκετινγκ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης τόσο υψηλή και ευρεία που να είναι ανέφικτη. Αυτό το σχέδιο θα καθοδηγήσει τις ενέργειές σας, αλλά θα είναι επίσης ένα μέτρο με το οποίο θα προσδιορίσετε εάν πετυχαίνετε ή αποτυγχάνετε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Βήμα 1: Δημιουργήστε στόχους και στόχους μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Το πρώτο βήμα σε οποιαδήποτε στρατηγική μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι να ορίσετε στόχους και στόχους που ελπίζετε να επιτύχετε. Έχοντας αυτούς τους στόχους σας επιτρέπει επίσης να αντιδράτε γρήγορα όταν οι καμπάνιες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν ανταποκρίνονται στις προσδοκίες σας. Χωρίς αυτούς τους στόχους, δεν έχετε κανένα μέσο για να μετρήσετε την επιτυχία σας και κανένα μέσο για να αποδείξετε την απόδοση της επένδυσής σας.

Φροντίστε να αναρωτηθείτε πώς θα μοιάζει ο στόχος όταν ολοκληρωθεί και χρησιμοποιήστε τον για να καθορίσετε πώς θα τον παρακολουθήσετε.

Για παράδειγμα: Για το Instagram, θα κοινοποιήσουμε φωτογραφίες που επικοινωνούν την εταιρική μας κουλτούρα.

Αυτό θα το κάνουμε αναρτώντας 3 φωτογραφίες την εβδομάδα που θα πετύχουν 100 like συν 10 σχόλια η καθεμία.

Βήμα 2: Πραγματοποιήστε έλεγχο μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Πριν δημιουργήσετε το πλάνο μάρκετινγκ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, πρέπει να αξιολογήσετε την τρέχουσα χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και πώς λειτουργεί για εσάς. Αυτό απαιτεί να υπολογίσετε ποιος συνδέεται αυτήν τη στιγμή μαζί σας μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ποιους ιστότοπους κοινωνικών μέσων χρησιμοποιεί η αγορά-στόχος σας και πώς συγκρίνεται η παρουσία σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με τους ανταγωνιστές σας. Ένα σημαντικό μέρος του σχεδίου μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα είναι η δημιουργία δηλώσεων αποστολής για κάθε προφίλ κοινωνικού δικτύου. Αυτές οι δηλώσεις μιας πρότασης θα σας βοηθήσουν να εστιάσετε την προσοχή σας σε έναν πολύ συγκεκριμένο στόχο που θέλετε να επιτύχετε χρησιμοποιώντας το Facebook, το Twitter ή οποιοδήποτε άλλο κοινωνικό δίκτυο.

Βήμα 3: Δημιουργήστε ή βελτιώστε τους λογαριασμούς κοινωνικής δικτύωσης

Αφού ελέγξετε τους λογαριασμούς σας, ήρθε η ώρα να βελτιώσετε την παρουσία σας στο διαδίκτυο. Επιλέξτε ποια δίκτυα ανταποκρίνονται καλύτερα στους στόχους σας στα social media. Εάν δεν έχετε ήδη προφίλ κοινωνικών μέσων σε κάθε δίκτυο στο οποίο εστιάσετε, δημιουργήστε τα από την αρχή έχοντας κατά νου τους ευρύτερους στόχους και το κοινό σας. Εάν έχετε ήδη λογαριασμούς, ήρθε η ώρα να τους βελτιώσετε και να τους ενημερώσετε για τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματά σας.

Βήμα 4: Λάβετε έμπνευση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από ηγέτες του κλάδου, ανταγωνιστές, πελάτες

Ένας από τους πιο σημαντικούς λόγους για να είστε ενεργοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι οι καταναλωτές σας είναι ήδη. Αυτό σημαίνει συνήθως, το ίδιο και οι ανταγωνιστές σας. Αυτό μπορεί να μην είναι παρήγορο, αλλά σημαίνει ότι υπάρχει ήδη μια πληθώρα γνώσεων στη διάθεσή σας, την οποία μπορείτε να ενσωματώσετε στο σχέδιο μάρκετινγκ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Απευθυνθείτε στους ανταγωνιστές σας για έμπνευση όταν πρόκειται για τους τύπους περιεχομένου και τις πληροφορίες που έχουν τη μεγαλύτερη αφοσίωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Επίσης, χρησιμοποιήστε την ακρόαση μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να δείτε πώς θα μπορούσατε να ξεχωρίσετε τον εαυτό σας από τους ανταγωνιστές και να προσελκύσετε τους καταναλωτές που μπορεί να τους λείπουν.



Βήμα 5: Δημιουργήστε ένα σχέδιο περιεχομένου και ένα ημερολόγιο σύνταξης

Το εξαιρετικό περιεχόμενο θα είναι απαραίτητο για την επιτυχία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το πλάνο μάρκετινγκ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα σχέδιο μάρκετινγκ περιεχομένου, το οποίο θα αποτελείται από στρατηγικές για τη δημιουργία περιεχομένου και την επιμέλεια περιεχομένου, καθώς και ένα ημερολόγιο σύνταξης.

Βήμα 6: Δοκιμάστε, αξιολογήστε και προσαρμόστε το σχέδιο μάρκετινγκ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Το πιο σημαντικό πράγμα που πρέπει να καταλάβετε σχετικά με το πλάνο σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι θα πρέπει να αλλάζει συνεχώς. Καθώς εμφανίζονται νέα δίκτυα, μπορεί να θέλετε να τα προσθέσετε στο σχέδιό σας. Καθώς επιτυγχάνετε στόχους, μπορεί να χρειαστεί να τους προσαρμόσετε ή να βρείτε νέους στόχους για κάθε δίκτυο.

Μπορεί να παρουσιαστούν νέες προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπίσετε. Καθώς κλιμακώνετε την επιχείρησή σας, ίσως χρειαστεί να προσθέσετε νέους ρόλους ή να αυξήσετε την κοινωνική σας παρουσία για διαφορετικούς κλάδους ή χώρες.

Αυτό είναι ένα σχέδιο που προορίζεται να αλλάξει, επομένως να είστε ευέλικτοι και ανοιχτοί σε αυτές τις αλλαγές.

Ξαναγράψτε τη στρατηγική σας για να αντικατοπτρίζει τις πιο πρόσφατες γνώσεις σας και βεβαιωθείτε ότι η ομάδα σας γνωρίζει τι έχει ενημερωθεί.

Θέμα του scenario	Μεσα ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
Περίληψη από σενάριο / φόντο	Όλοι χρησιμοποιούμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχεδόν κάθε μέρα. Κατά τη διάρκεια αυτής της ενότητας, η εστίαση θα είναι να διδάξουμε στους συμμετέχοντες τι είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πώς να καθορίζουν τη ζωή μας. Ακριβώς, θα: - Δείχνουμε τη σημασία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. - ροώθηση μεθόδων που θα βοηθήσουν τους νέους να χρησιμοποιούν δημιουργικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης. - Εξοπλίστε τους νέους εργαζόμενους με επαρκή εργαλεία για τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. - και Κατανόηση του περιεχομένου των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης.
Διάρκεια	8 ώρες = 2 συνεδρίες * 4 ώρες η καθεμία
Μικρή ομάδα ή συμμετέχοντες Περιγραφή	Συνολικά το πολύ 30 συμμετέχοντες. Εργασία στην ομάδα από 10 συμμετέχοντες ηλικίας από 15 έως 30 ετών. Η επιλογή θα γίνει μέσω διαδικασίας συμπλήρωσης ηλεκτρονικής φόρμας με βασικές πληροφορίες. Προτεραιότητα θα έχει η νεολαία που προτείνεται από ΜΚΟ και άλλους οργανισμούς και ιδρύματα που περιλαμβάνονται σε αυτόν τον τομέα της εργασίας για νέους.
Στόχοι του Δραστηριότητα	Ο τελικός στόχος είναι οι συμμετέχοντες να κατανοήσουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν δημιουργηθεί για ανθρώπους από ανθρώπους.
Μάθηση Στόχοι	Οι νέοι θα μάθουν για τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Μετά από αυτά τα μαθήματα κατάρτισης, οι νέοι θα είναι σε θέση: - Ορισμός των «κοινωνικών μέσων». - Εξηγήστε τι προκαλεί τον εθισμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συμπεριλαμβανομένων συγκεκριμένων παραγόντων κινδύνου. - Περιγράψτε τα σημεία και τα σωματικά και συμπεριφορικά συμπτώματα του εθισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Και - Προσδιορίστε τον εθισμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε δείγματα συζητήστε τη θεραπεία και τις επιλογές για τον εθισμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
Επικτήτες Δεξιότητες	Ικανότητα εργασίας ανεξάρτητα και ομαδικά. Καλές διαπροσωπικές και επικοινωνιακές δεξιότητες. Καλός προγραμματισμός και οργανωτικές δεξιότητες. Ιδιότητες πρωτοβουλίας και ηγεσίας, με ικανότητα σχέσης με νέους. Μια μη επικριτική στάση.
Υλικά	υπολογιστής, προβολέας LCD, Wi-Fi (αν είναι δυνατόν), πίνακας φύλλα χαρτιού, μολύβια, στυλό, αυτοκόλλητα κ.λπ.
Μέθοδοι	Μη τυπικές μέθοδοι διδασκαλίας/κατάρτισης και μάθησης: * Βασισμένη στην επικοινωνία: αλληλεπίδραση, διάλογος, διαμεσολάβηση. * Βάσει δραστηριότητας: εμπειρία, πρακτική, πειραματισμός. * Κοινωνική εστίαση: συνεργασία, ομαδική εργασία, δικτύωση. * Αυτοκατευθυνόμενη: δημιουργικότητα, ανακάλυψη, υπευθυνότητα. * Χτίσιμο ομάδας παιχνίδια και παγοθραυστικά.
Αξιολόγηση/ Αξιολόγηση, δοκιμές PRE/ POST	Αυτό το σενάριο θα δοκιμαστεί πριν και μετά την εκτέλεση. Θα προετοιμαστούν προ/μετά τεστ (Διάρκεια: 5 - 10 λεπτά) Ο στόχος του τεστ είναι μια αξιολόγηση που αποσκοπεί στη μέτρηση των γνώσεων και δεξιοτήτων των εργαζομένων νέων πριν/μετά την πραγματοποίηση μη τυπικών μαθησιακών δραστηριοτήτων που επικεντρώνονται στις κύριες ιδέες: ορίστε και εξηγήστε ποια είναι τα οφέλη από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Αλλά, δείτε επίσης τα φυσικά και συμπεριφορικά σημάδια και τις συνέπειες του ψηφιακού εθισμού.

Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΕΚΤΕΛΕΣΕΙ
ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ.
Η ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ
ΔΗΜΙΟΥΡΓΕΙ
ΕΛΠΙΔΑ.
Η ΕΛΠΙΔΑ ΓΕΝΝΑΕΙ
ΕΙΡΗΝΗ.

- Κομφούκιος



12. Σημειώσεις για εκπαιδευτές

Αυτή η μεθοδολογία, που βασίζεται σε τετραήμερα εργαστήρια, έχει σκοπό να εισαγάγει στους συμμετέχοντες τις βασικές ερωτήσεις που σχετίζονται με τα θέματα του έργου: SDGs; Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία · Ψηφιακό μάρκετινγκ και μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Χρόνος υλοποίησης: Τέσσερις εργάσιμες. Μία εργάσιμη ημέρα, δηλαδή 8 εργάσιμες ώρες, ανά ένα θέμα, συμπεριλαμβανομένου του γεύματος και δύο διαλειμμάτων για καφέ. Συνιστάται η διοργάνωση των εργαστηρίων έχοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων (π.χ. σύνθεση της ομάδας συμμετεχόντων, σκοπός συμμετοχής, εμπειρίες τους σε σχετικούς τομείς). Πριν ξεκινήσει το εργαστήριο, ο συντονιστής θα πρέπει να είναι εξοικειωμένος με τους οδηγούς και το υλικό του μαθήματος, καθώς και τις δραστηριότητες του εργαστηρίου, την κατανομή χρόνου και τις ερωτήσεις συζήτησης στις οποίες θα συμμετάσχουν οι συμμετέχοντες. Στη νέα εποχή της μάθησης, η τεχνολογία διαδραματίζει θεμελιώδη ρόλο στις διαδικασίες διδασκαλίας των παιδιών, των εφήβων και των νέων. Υπάρχουν εργαλεία που διευκολύνουν την επικοινωνία μεταξύ των εκπαιδευτών, συμπεριλαμβανομένων των εργαζομένων για νέους, και των μαθητών, μεταξύ άλλων. Εκατοντάδες εργαλεία ψηφιακής εκπαίδευσης έχουν δημιουργηθεί για να δώσουν αυτονομία στους εργαζόμενους για νέους, να βελτιώσουν τη διαχείριση των ακαδημαϊκών διαδικασιών, να ενθαρρύνουν τη συνεργασία και να διευκολύνουν την επικοινωνία μεταξύ εκπαιδευτών και εκπαιδευόμενων. Σίγουρα δεν υπάρχει έλλειψη εργαλείων που βασίζονται στην τεχνολογία για χρήση στην τάξη:

- Το **Edmodo** είναι ένα παγκόσμιο εκπαιδευτικό δίκτυο που βοηθά στη σύνδεση όλων των μαθητών με τους ανθρώπους και τους πόρους που χρειάζονται για να αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητές τους [<https://new.edmodo.com>].
- Το **Projeqt** είναι ένα πολυδιάστατο ψηφιακό εργαλείο αφήγησης που έχει πολλές συναρπαστικές δυνατότητες για την τάξη K-12 [<http://projeqt.com>].
- Το **Scratch** είναι μια οπτική γλώσσα προγραμματισμού υψηλού επιπέδου που βασίζεται σε μπλοκ και ένας ιστότοπος ως εκπαιδευτικό εργαλείο προγραμματισμού. Οι χρήστες στον ιστότοπο, που ονομάζεται Scratchers, μπορούν να δημιουργήσουν έργα στον ιστότοπο χρησιμοποιώντας μια διεπαφή που μοιάζει με μπλοκ [<https://scratch.mit.edu/>].
- Το **Socrative** επιτρέπει στους εκπαιδευτές να δημιουργούν απλά κουίζ που οι μαθητές μπορούν να κάνουν γρήγορα σε φορητούς υπολογιστές – ή, πιο συχνά, μέσω υπολογιστών tablet στην τάξη ή των δικών τους smartphone [<https://www.socrative.com>].

Κατά την υλοποίηση αυτής της ενότητας, συνιστούμε τη χρήση ψηφιακών εργαλείων (Kahoot [www.create.kahoot.it], Mentimeter [www.mentimeter.com] και άλλα διαδικτυακά κουίζ [www.quizzes.com/]) που παρέχουν έναν τρόπο για την εφαρμογή κειμένου, εικόνων, ήχου και βίντεο για μεγαλύτερη εμπειρία. Μερικά δημοφιλή εργαλεία ψηφιακής τάξης περιλαμβάνουν Chromebook, tablet και συσκευές Airtime.

Για να έχει ένα εργαστήριο ισχυρή επικοινωνία και συμμετοχή, ο εκπαιδευτής πρέπει να παράγει μια συνεργατική μαθησιακή εμπειρία με τους συμμετέχοντες. Ο εκπαιδευτής πρέπει να είναι σαφής όταν εξηγεί και περιγράφει λεπτομερώς τι θέλει να μεταφέρει, να εργάζεται με υπευθυνότητα και να τηρεί πιστά το πρόγραμμα.

Ο εκπαιδευτής θα πρέπει να έχει επίγνωση της ροής του εργαστηρίου και να ανταποκρίνεται κατάλληλα όταν είναι απαραίτητο. Εάν το εργαστήριο προχωρήσει σε απρογραμματίστη κατεύθυνση ή εάν οι συμμετέχοντες δεν συμμετέχουν ενεργά (π.χ. αυξανόμενη κόπωση, αμηχανία, έλλειψη ενδιαφέροντος), φροντίστε να εντοπίσετε την αιτία και να ανταποκριθείτε ανάλογα προωθώντας την ενεργό συμμετοχή.

Κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου, οι δραστηριότητες ή οι επεξηγήσεις μπορεί να διαρκέσουν περισσότερο από το προγραμματισμένο, οδηγώντας έτσι σε καθυστερήσεις στον προγραμματισμό. Σε αυτές τις περιπτώσεις, μπορεί να είναι δύσκολο να αφιερωθεί χρόνος για τους συμμετέχοντες να αναλογιστούν και να μοιραστούν όσα έμαθαν ή βίωσαν κατά τη διάρκεια της συνεδρίας. Ωστόσο, είναι απαραίτητο οι συμμετέχοντες να μοιράζονται τις σκέψεις και τις εμπειρίες τους για να τους βοηθήσουν να αποκτήσουν νέες ιδέες και βαθύτερη κατανόηση. Επομένως, όταν αντιμετωπίζετε χρονικούς περιορισμούς, κάντε τον χρόνο κοινής χρήσης σύντομο αλλά αποτελεσματικό. Στο τέλος του εργαστηρίου, υλικό όπως υλικό παρουσίασης και εκθέσεις θα μοιραστούν με τους συμμετέχοντες. Αυτό θα βοηθήσει τους συμμετέχοντες να θυμηθούν τι έμαθαν και να προχωρήσουν στις επακόλουθες δραστηριότητές τους. Η ανταλλαγή συμβουλών και οι δυσκολίες τους συμβάλλουν στην προώθηση της κοινοτικής πρακτικής στους τομείς τους



13. Οι ικανότητες των εκπαιδευτικών μετά το ToT

Μετά το μάθημα εκπαίδευσης εκπαιδευτών, οι δάσκαλοι θα πρέπει να έχουν (ή να ωριμάσουν πριν από την κατάρτιση) ισχυρές πολυεπιστημονικές και διεπιστημονικές ικανότητες.

Οι ικανότητες σε αυτό το έγγραφο πρέπει να κατανοηθούν ως ένα συνολικό σύστημα αξιών, στάσεων και πεπαιθώσεων καθώς και δεξιοτήτων και γνώσεων, που μπορούν να εφαρμοστούν στην πράξη για την επιτυχή διαχείριση διαφόρων περίπλοκων καταστάσεων και εργασιών.

Το σύνολο των ικανοτήτων πρέπει να θεωρηθεί ως ένα ευέλικτο πλαίσιο που πρέπει να προσαρμόζεται σε διάφορες καταστάσεις κατάρτισης, στρατηγικές και πλαίσια για περαιτέρω συζητήσεις και μέτρα εφαρμογής».

- Κατανόηση και διευκόλυνση ατομικών και ομαδικών διαδικασιών μάθησης [Επιλογή, προσαρμογή ή δημιουργία κατάλληλων μεθόδων & Δημιουργία ενός εμπνευσμένου και ασφαλούς μαθησιακού περιβάλλοντος].
- Μαθαίνοντας να μαθαίνω [Αξιολόγηση των μαθησιακών επιτευγμάτων και ικανοτήτων του ατόμου & Προσδιορισμός μαθησιακών στόχων και επιδίωξή τους προληπτικά].
- Σχεδιασμός εκπαιδευτικών προγραμμάτων [Ανάπτυξη εκπαιδευτικής προσέγγισης βασισμένης στις αρχές και τις αξίες της μη τυπικής μάθησης].
- Η επιτυχής συνεργασία σε ομάδες αφορά και περιλαμβάνει [Ενεργή συμβολή στα καθήκοντα μιας ομάδας. Ετοιμότητα για ανάληψη ευθύνης & Ενθάρρυνση και συμμετοχή άλλων μελών της ομάδας].
- Η ουσιαστική επικοινωνία με τους άλλους αφορά και περιλαμβάνει: [Ικανότητα ενεργητικής ακρόασης. & Ικανότητα έκφρασης καθαρών σκέψεων, συναισθημάτων και συναισθημάτων];
- Η διαπολιτισμική ικανότητα αφορά και περιλαμβάνει [Ανακλάση της αποδοχής της ασάφειας και της αλλαγής & Προθυμία και ικανότητα εξέτασης της ταυτότητας, του πολιτισμού και των σχετικών πτυχών και διαστάσεων από διαφορετικές οπτικές γωνίες].

Το σύνολο των ικανοτήτων δεν πρέπει να θεωρηθεί ως μια κλειστή διαδικασία, αλλά μάλλον ως ένα δυναμικό και ζωντανό έγγραφο, το οποίο θα συνεχίσει να εξελίσσεται, πάρτι μέσω ενός διαδικτυακού wiki και εν μέρει μέσω μελλοντικών διαδικασιών διαβούλευσης.

Η αυτοπεποίθηση, τα κίνητρα και η ευημερία είναι σημαντικές προϋποθέσεις για να μπορέσει ένα άτομο να αναπτύξει τις ανεπτυγμένες του ικανότητες.

Επομένως, το σύνολο των ικανοτήτων δεν προορίζεται να είναι μια «απαραίτητη» λίστα ικανοτήτων που θα πρέπει να διαθέτει κάθε εκπαιδευτής στην ευρωπαϊκή εργασία για νέους στο ίδιο επίπεδο αριστείας, αλλά μάλλον μια πιθανή σειρά ικανοτήτων που σχετίζονται με την εκπαίδευση, πιθανούς μηχανισμούς υποστήριξης, στοιχεία κατάρτισης που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την ανάπτυξη εκπαιδευτικών μαθημάτων και ενοτήτων κατάρτισης ή να λάβει υπόψη ένας εκπαιδευτής για την περαιτέρω επαγγελματική του ανάπτυξη.

Η πολυπλοκότητα στην ανάλυση των ικανοτήτων που προτείνονται στα έγγραφα αναφοράς έγκειται στο γεγονός ότι όλες ανήκουν σε μια μάλλον συγκεκριμένη προσέγγιση. Αποτελούν μέρος ενός πλαισίου ανάπτυξης ικανοτήτων, το οποίο ποικίλλει πολύ ανάλογα με την ομάδα-στόχο, τους εργαζόμενους για νέους και τους νέους που απευθύνονται στην εκπαίδευση και – για άλλη μια φορά, το εργασιακό πλαίσιο. Ως εκ τούτου, και εκτός από την υποστήριξη της ανάπτυξης ενοτήτων κατάρτισης, αυτό το προτεινόμενο σύνολο ικανοτήτων θα πρέπει να θεωρείται ως ευκαιρία για περαιτέρω ανάπτυξη των ικανοτήτων κάποιου. Το τελευταίο σίγουρα απαιτεί ανάληψη κινδύνων και αντιμετώπιση προσωπικών προκλήσεων. Μπορεί επίσης να ανοίξει τις πόρτες για υποστήριξη και αξιολόγηση από ομοτίμους, για (αυτο) αξιολόγηση, για μια διαδικασία «δοκιμασίας» και για εργασία για την προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη. Δεν υπάρχει «τέλειος εκπαιδευτής» και δεν είναι αυτός ο στόχος ενός τέτοιου εγγράφου. Η χρήση του συνόλου των ικανοτήτων θα σήμαινε επομένως την προσαρμογή του στο πλαίσιο της χρήσης.



14. Περίληψη

Τώρα είναι η ώρα να μετατρέψουμε τον πλανητικό αντίκτυπο της ανθρωπότητας από κατά κύριο λόγο εκφυλιστικό σε αναγεννητικό! Είναι οι γενιές μας, αυτές που ζουν σήμερα, που αντιμετωπίζουν το καθήκον της αναγέννησης των υγιών, υποστηρικτικών λειτουργιών των θαλάσσιων και χερσαίων οικοσυστημάτων παντού.

Με αυτόν τον τρόπο θα δημιουργήσουμε τη βάση για ακμάζουσες τοπικές κοινότητες και ζωντανές κυκλικές βιοοικονομίες.

Αυτή η εκπαιδευτική μεθοδολογία YouABLE είναι μια ευκαιρία να γίνετε ενεργός συμμετέχων στο μέλλον της κοινότητάς σας, είτε εργάζεστε στον ιδιωτικό είτε στον δημόσιο τομέα ή σε μια οργάνωση της κοινωνίας των πολιτών, ως πολίτης, εργαζόμενος για νέους, δάσκαλος, κοινωνικός επιχειρηματίας, ενδιαφερόμενος γονέας, συνταξιούχος, απόφοιτος του σχολείου ή απόφοιτος πανεπιστημίου.

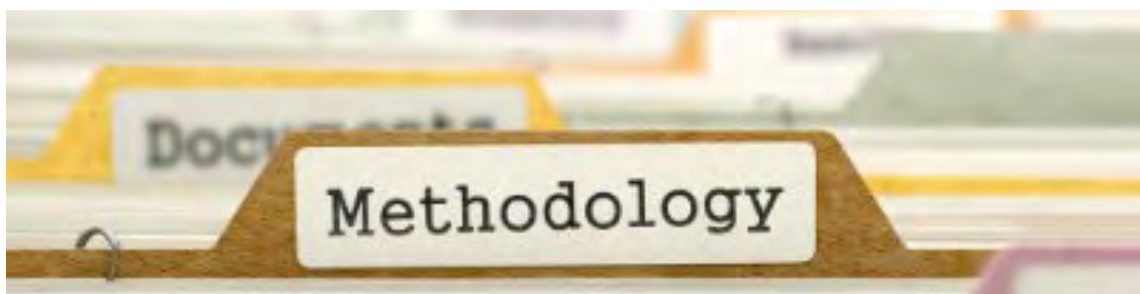
Αυτή η μεθοδολογία σκοπεύει να προωθήσει και να διαδώσει τις καλές πρακτικές, τη γνώση και την τεχνογνωσία που εμπλέκουν τους συμμετέχοντες ώστε να έχουν μεγαλύτερη επίγνωση της σημασίας της συμβολής όλων στη διάσωση της Γης, εφαρμόζοντας SDGs χρησιμοποιώντας τα Social Media.

Η Μεθοδολογία YouABLE ToT είναι ένα μωσαϊκό τριών ενοτήτων:

- Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης [ΣΒΑ].
- Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία
- Το ψηφιακό μάρκετινγκ ως σύγχρονη φιλοσοφία της εργασίας και
- Τα Social Media ως υποχρεωτικό εργαλείο της καθημερινότητάς μας.

Αντίστοιχα, κάθε συνεδρία αποτελείται από διαλέξεις, συζητήσεις, δραστηριότητες, καθώς και προβληματισμό και συνεχή διάλογο με τους συντονιστές και μεταξύ των συμμετεχόντων.

Η ελάχιστη διάρκεια TOT είναι τέσσερις ημέρες (μία ημέρα για κάθε ενότητα). Ανάλογα με τους στόχους μιας δεδομένης εκπαίδευσης, η διάρκεια μιας συγκεκριμένης ενότητας μπορεί να επεκταθεί, κυρίως, με πρακτικές δημιουργικές δραστηριότητες.



Η εστίαση στον συμμετέχοντα (μέγιστο 30 ανά εκπαίδευση) είναι ένα θεμελιώδες και βασικό στοιχείο πριν αρχίσετε να σχεδιάζετε το περιεχόμενο για να εξασφαλίσετε την ενεργό συμμετοχή.

Οι υπάρχουσες ικανότητες των συμμετεχόντων θα πρέπει να ενσωματωθούν στο μάθημα όσο το δυνατόν περισσότερο. Θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με τη μεθοδολογική προσέγγιση και να χρησιμοποιούνται εποικοδομητικά για τη μεταφορά γνώσης.

Θα πρέπει να υποστηρίζονται οι ατομικές δεξιότητες. Θα χρησιμοποιηθούν μεθοδολογίες προσανατολισμένες στην εμπειρία και την πρακτική για να δοθεί η ευκαιρία να εργαστείτε σε σύνθετα καθήκοντα ανεξάρτητα και ενεργά. Οι συμμετέχοντες θα ασχοληθούν με το σχεδιασμό και την παροχή μικρών μη τυπικών δραστηριοτήτων, όπως παιχνίδια δημιουργίας ομάδας, προσομοιώσεις, παιχνίδι ρόλων, αφήγηση, επίλυση προβλημάτων και συνεργατικές προκλήσεις, διαδραστικά εργαστήρια, συνεδρίες καταγισμού ιδεών, υπαίθριες δραστηριότητες.

Ενώ όλοι οι συμμετέχοντες στην εκπαίδευση θα είναι δάσκαλοι στο πλαίσιο των ΣΒΑ /Πράσινης Συμφωνίας/Ψηφιακού Μάρκετινγκ/Εκπαίδευσης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενδέχεται να υπάρχουν διαφορές στην εστίαση, τη γνώση, την εξειδίκευση και τις ικανότητες.

Τα παραδείγματα και οι ασκήσεις που χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης θα αναφέρονται όσο το δυνατόν περισσότερο στον προπονητικό στόχο. Με αυτόν τον τρόπο, μπορούμε να αποκτήσουμε εκπαίδευση σχετική με το χώρο εργασίας. Ο εκπαιδευτής εργάζεται σύμφωνα με τη διδακτική ιδέα και όλοι οι συμμετέχοντες μπορούν να επιτύχουν τους γνωστικούς στόχους εκπαίδευσης τους: «Επίγνωση – Γνώση – Κατανόηση – Εφαρμογή – Διοίκηση».



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ:

- 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.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 re-views"". *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.



ΔΕΝ ΕΙΣΑΙ
ΟΡΙΣΜΕΝΟ ΑΠΟ ΤΟ
ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΣΑΣ
ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΕΙΝΑΙ ΤΙ
ΤΟ ΚΑΝΕΙΣ

YOU**ABLE**

Αυτό το έργο Erasmus+ συντονίζεται από τον Σύνδεσμο Έρευνας,
Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης «Marketing Gate» - Σκόπια.

Συντονιστής έργου: Καθ. Panche Jovanovski, Ph.D.

Marketing
Gate



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

"Αυτό το έγγραφο έχει ετοιμαστεί για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ωστόσο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό."



YouABLE: Η Μεθοδολογία TOT έχει δημοσιευτεί και μεταφραστεί σε 12 γλώσσες.
Στη γλώσσα καθενός από τους εταίρους του έργου.
Αυτή είναι η ελληνική έκδοση.



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

Marketing
Gate