

MENTORSKI PRIRUČNIK



POSLOVNI KOMPAS ZA MLADE



SADRŽAJ

Osnove programiranja	3
Priprema i pisanje projekata	6
Socijalne i komunikacijske vještine	8
Internetske vještine i predstavljanje na internetu	12
Razvoj poduzetničkih vještina	14
Mogućnosti i primjena društvenog poduzetništva	15
Upravljanje osobnim financijama	16
Marketing	18

OSNOVE PROGRAMIRANJA

Iva Vidanec. mag.psych

PROGRAMIRANJE

Problem kod bilo kojeg programiranja je da naše iskustvo i način razmišljanja često nisu uskladjeni s načinom programiranja uređaja i naprava. Zbog toga se moramo kod programiranja prilagoditi traženom objektu (računalo, perilica, mobitel,...)

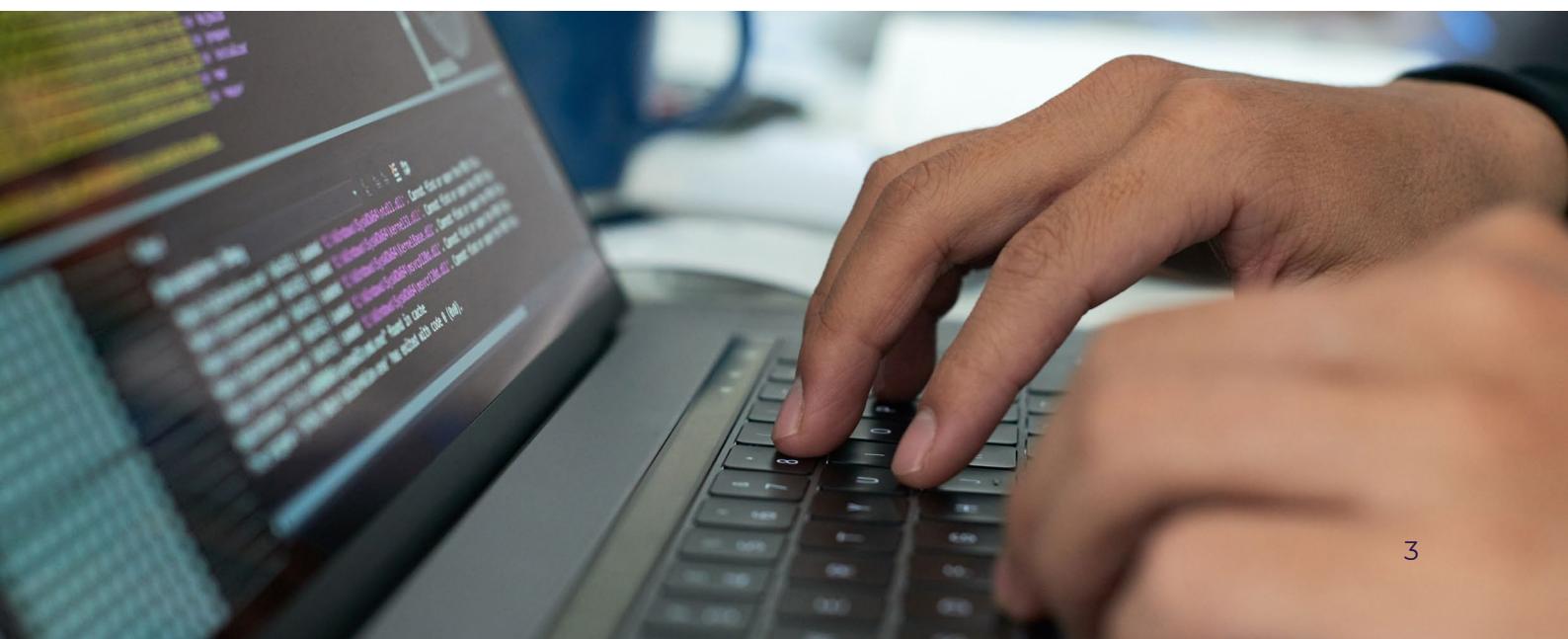
Programska oprema (engl. software) skup svih programa instaliranih na nekom računalu npr. na računalu imamo instalirane ove programe:

Windows 7, Office 2007, AVG, Foxit Reader , Winamp , Irfanview i Corel Draw.

Svi ti programi čine programsku opremu promatranog računala program (engl. program) niz naredbi (uputa) koje se izvode točno određenim redoslijedom da bi se izvršio neki zadani cilj (npr. sviranje pjesme, promjena veličine fotografije, ispis na printer,...)

Naredba (engl. instruction) nalog računalu za izvršenje neke jednostavne radnje (npr. zbrajanje dva broja, pamćenje nekog broja, registriranje pomaka miša,...)

Da bi se program mogao koristiti na računalu potrebno ga je prethodno instalirati. Instalacija programa (engl. program installation , program setup) postupak kojim se napisani program priprema za rad. Pritom se program upisuje (najčešće) na glavnu memoriju računala (najčešće hard disk). U tijeku instalacije obično se formira više novih datoteka, mapa i linkova (veza,poveznica), a instalirani program zauzima više prostora u memoriji nego neinstalirani program pišu programeri u nekom od brojnih programskih jezika (npr. C, C++, C##, Visual Basic , QBasic , Bascom...)



Programski jezik (engl. programming language) to je program koji prepoznaće neke unaprijed zadane nazine (tzv. ključne riječi (engl. keyword) čijim kombiniranjem po unaprijed zadanim pravilima pišemo nove programe.

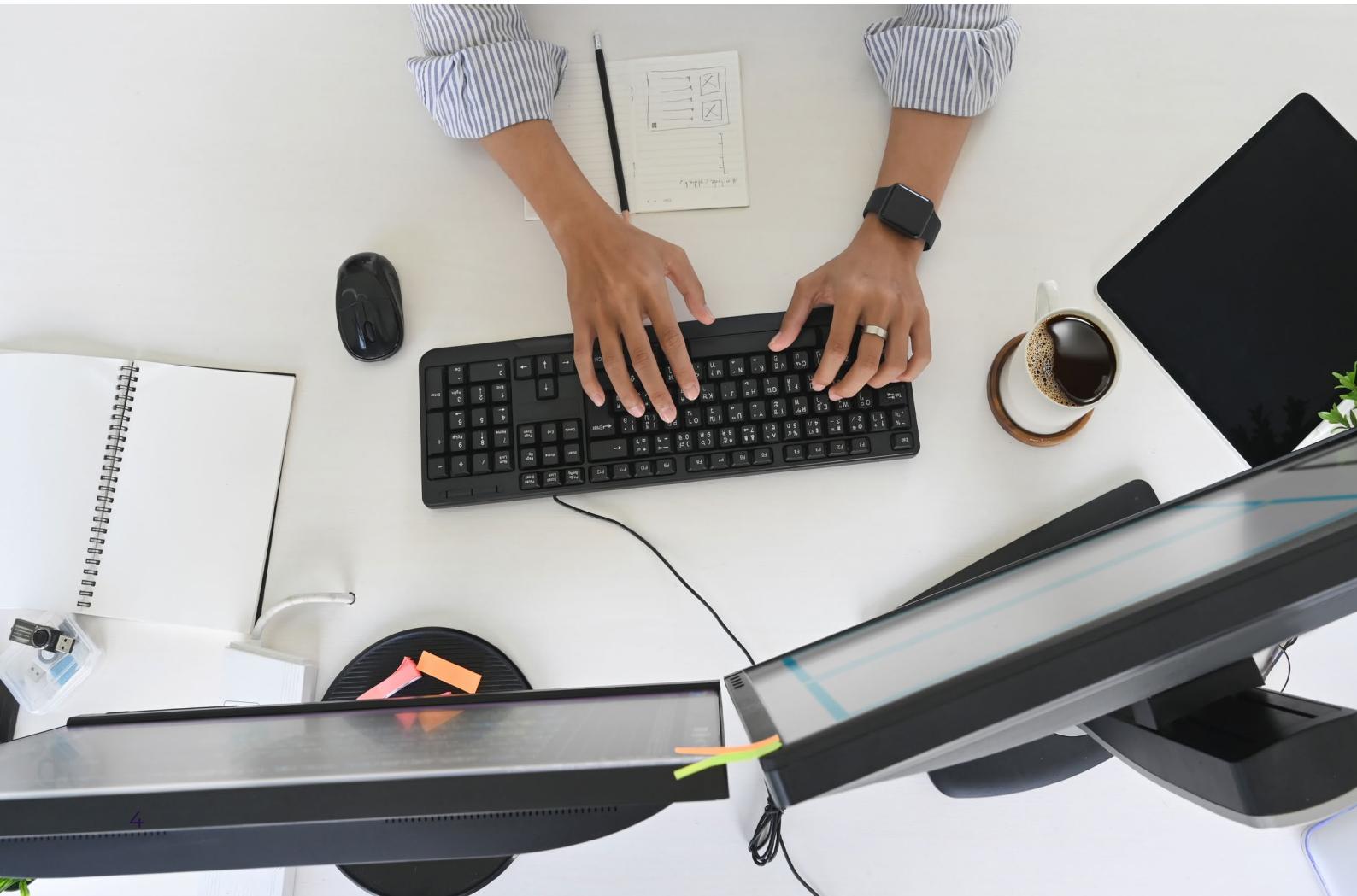
Postupak pisanja programa zovemo programiranjem (engl. programming) Programiranje je složeni umni postupak koji zahtjeva prilično znanja i uvježbavanja te upornost, a može biti vremenski zahtjevan. Smatra se da je programiranje (profesionalno) jedan od najstresnijih poslova Veliki problem kod programiranja je postojanje ogromnog broja programskega jezika od kojih svaki traži dosta dugo učenje i vježbanje.

Što je zadatak složeniji, to je u načelu potrebno više pomoćnih postupaka. Što se više napreduje pri rješavanju zadatka, prikaz zadatka postaje sve razlučeniji na manje radnje.

Prvi korak u rješavanju zadatka je **planiranje**. Planiranjem se određuje tko će, kada i što raditi. Njime se predviđaju i raspoređuju pojedine faze izrade programa. Preduvjet da bi se neki zadatak uspješno riješio je znati kako on zapravo glasi zvuči jednostavno, ali to najčešće nije tako.

Analiza zadatka je raščlanjivanje i potpuno razumijevanje zadatka i željenih rezultata. Rezultat analize je tzv. specifikacija zadatka. Specifikacija zadatka je dokument koji sadrži podroban opis zadatka i željenih rezultata.

Specifikacija nije prijedlog kako riješiti zadatak nego opis onoga što je na raspolaganju i željenog rezultata. Računalo zadatak može riješiti samo ako dobije naputak kako to učiniti takav se naputak naziva algoritam (engl. algorithm). Cilj algoritma je cijekupni zadatak svesti na niz jednostavnih, manjih radnji. Algoritam je jedan od koraka pri pretvorbi zadatka u računalni program.



Kod algoritma moraju biti zadovoljeni ovi uvjeti :

- a. postoje jasno definirani ulazni podaci
- b. završetkom algoritma moramo dobiti
- c. algoritam za iste ulazne podatke uvijek mora dat
- d. algoritam mora imati konačan broj postupaka (instrukcija) algoritma
- e. zbog potrebe za konačnim brojem koraka svaki mora postojati kraj algoritma

Svaki korak (instrukcija) u algoritmu mora biti izvediv (npr. u tijeku izvođenja algoritma za dijeljenje dva broja, ne smije se javiti slučaj dijeljenja s 0, jer takvo dijeljenje ne daje definirani rezultat;

Primjerice, $89/0$ ne daje nikakav rezultat). Sve instrukcije algoritma moraju biti zadane tako da budu jednoznačne, tj. ne smije se ostaviti mogućnost da rezultat nekog koraka nije uvijek isti za iste ulazne podatke.

Npr. ne smije postojati naredba poput povećaj a za 3 ili ga smanji za 1, jer to nije jednoznačno zadavanje. Moguća su dva rezultata koja ovise o nečijoj dobroj volji (čovjeka), dok računalu to ne znači ništa (računalo nema svoje "dobre volje", ipak je riječ samo o stroju).

PRIPREMA I PISANJE PROJEKATA

Iva Vidanec. mag.psych

PRIJE PISANJA PROJEKTA...

- Što želimo poboljšati? zbog čega smatramo da su poboljšanja potrebna, što je problem na kojeg želimo utjecati, što su uzroci tog problema?
- Kakve promjene želimo potaknuti/postići? što želimo vidjeti kao rezultat našeg rada, u kojem omjeru i vremenskom razdoblju?
- Što ćemo učiniti? koje ćemo aktivnosti poduzimati i u okviru toga koje ćemo zadatke obavljati.
- Kako ćemo znati da su se promjene dogodile? kako ćemo procijeniti jesmo li bili učinkoviti, treba li se nešto budućnosti unaprijediti u radu.
- Koliko bi koštalo izvođenje svih naših aktivnosti? je li moguće pronaći sredstva za takav projekat, gdje bismo sve mogli tražiti sredstva i kako ćemo utvrditi troškove.

RAD U GRUPI

- Koji je cilj vašeg projekta? Koje promjene želite postići? Zbog čega?
- Tko bi sudjelovao u vašem istraživanju tko bi bila ciljna skupina?
- Kako biste došli do promjene pomoću kojih aktivnosti? Koliko bi ih bilo i koje su njihove teme?
- Kako ćete prepoznati ispunjen cilj koji su pokazatelji uspješnosti vašeg projekta?
- S kime biste surađivali na projektu? Postoje li neke druge organizacije koje vam mogle pomoći u ostvarenju cilja?
- Koliko bi dugo trajao projekt?
- Naslov projekta



PRIJEDLOZI PROJEKATA

- Kakvi bi se projekti mogli provoditi s djecom i mladima?
- Što biste vi voljeli raditi?
- Što je vama potrebno?

EVALUACIJA

Tijekom provođenja projekata važno je evaluirati učinkovitost.

- Je li se nekada vas pitalo da ocijenite projekt u kojem ste sudjelovali?
- Kako vam se svidjelo sudjelovanje u projektima?
- Koje su prednosti, a koji nedostaci sudjelovanja u projektima?



SOCIJALNE I KOMUNIKACIJSKE VJEŠTINE

Iva Vidanec. mag.psych

ŠTO JE KOMUNIKACIJA?

Komunikacija je proces razmjene informacija preko dogovorenog sistema znakova, odnosno proces slanja informacija sebi ili bilo kojem drugom entitetu, najčešće putem jezika. Riječ komunikacija doslovno znači: podijeliti, učiniti nešto općim ili zajedničkim. Komunikacija je obično opisana prema 3 glavne dimenzije: sadržaju, formi i cilju. Sadržaj komunikacije i forma kreiraju poruke koje se šalju prema cilju. Cilj može biti sam čovjek, druga osoba (u interpersonalnoj komunikaciji) ili drugi entitet poput grupe, organizacije ili društva. Znanstvena disciplina koja proučava komuniciranje jest komunikologija.

ŠTO JE SOCIJALIZACIJA?

Socijalizacija (lat. sociare, spojiti) označava proces tijekom kojeg osobe stječu stavove i sustava vrijednosti ili društvene norme određene kulture. Pojam je skovao francuski sociolog Emile Durkheim.



CRTAČKA BITKA

Motivi:

neverbalna komunikacija i suradnja.

Cilj:

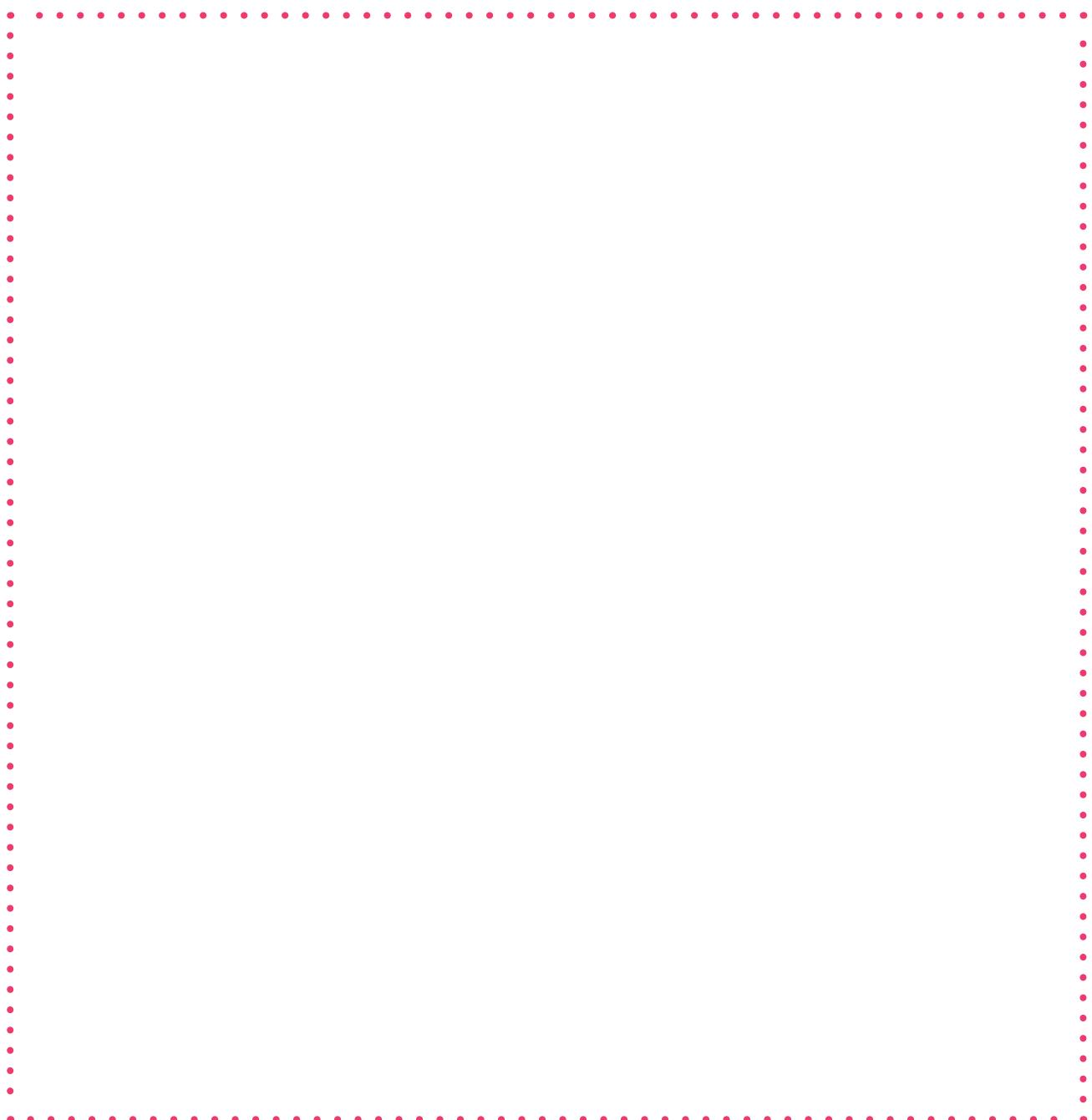
uočiti važnost neverbalne komunikacije i suradnje.

Pripreme:

papiri i flomasteri za sudionike

Upute:

Sudionici se podijele u parove te se dogovore tko će biti osoba "A" i "B"



CRTAČKA BITKA

- Kako je bilo raditi ovu vježbu?
- Jeste li zadovoljni nacrtanim?
- Jeste li drugu osobu shvatili kao protivnika/ cu
- Jeste li i kako pronašli zajednički jezik i ostvarili suradnju u crtanju slike?

JA PORUKE

Motivi:

Uvježbavanje Ja govora, vježbanje kvalitetnije komunikacije

Cilj:

Osvijestiti važnost JA govora za što kvalitetnije komuniciranje

Pripreme:

Papir s primjerima konfliktnih situacija

Upute:

Sudionici/e se spoje u parove. Svaki član para izvuče jedan problem, tj. neku konfliktnu situaciju te je pokuša riješiti tako da svom paru kaže kako se osjeća putem JA poruke.



PRIMJERI KONFLIKTNIH SITUACIJA

Prijateljica je posudila od tebe tvoju najdražu knjigu i nije ti ju vratila. Želiš da ti roditelji kupe nove savršene (i skupe) patike koje si vidio u izlogu.

Nastavnik ti je krivo ispravio test i vidi da si dobio lošiju ocjenu nego zaslužuješ.

Mama ti prigovara što stalno provodiš vrijeme na računalu igrajući igricu.

JA PORUKE

Je li izražavanje kroz JA poruke bilo jednostavno?

Što se inače koristi tijekom razgovora, tj. koje rečenice se upotrebljavaju umjesto JA poruka?

INTERNETSKE VJEŠTINE I PREDSTAVLJANJE NA INTERNETU

Iva Vidanec. mag.psych

- Veliki rast društvenih mreža
- Facebook, Twitter, Instagram i sl.
- Kako nam društvene mreže mogu pomoći pri zapošljavanju
- 89% organizacija koristit će društvene mreže u pronašlasku novih zaposlenika, a 86% poslodavaca smatra da bi zaposlenici trebali imati employer friendly profile na društvenim mrežama

EMPLOYER FRIENDLY PROFIL?

Profesionalni profil na društvenim mrežama (profil prilagođen poslodavcu).

Poslovna postignuća virtualni poslovni put (virtualni životopis)

Teret prilikom zapošljavanja

PROVJERITE SEBE!

1 od 5 organizacija koristi društvene mreže za istraživanje o kandidatima.

Jeste li pokušali googlati svoje ime i prezime?

Jeste li zadovoljni s rezultatima?

PROVJERITE I VI NJIH!

I vi ste u mogućnosti istražiti online profile poslodavaca!

UMREŽAVANJE

- Potencijalni poslovni kontakti ili prijatelji
- Aktivno raditi na svojoj karijeri, a profil kao odskočna daska u promjeni karijere
- 65% tvrtki pronašlo svoje zaposlenike putem društvenih mreža
- Jedan od takvih šaljivih primjera je i video našeg komičara Ivana Šarića —„Hire me Jon Stewart”- pogledajmo ga: <https://www.youtube.com/watch?v=sBGZTqXVz8M>

RAD U GRUPI

- Kako izgleda profil poželnog zaposlenika?
- Kako izgleda profil poželnog poslodavca?



RAZVOJ PODUZETNIČKIH VJEŠTINA

Iva Vidanec. mag.psych

ŠTO JE PODUZETNIŠTVO? ŠTO SU PODUZETNIČKE VJEŠTINE?

KREATIVNO RAZMIŠLJANJE

- Razmišljanje izvan okvira
- Otvaranje novog svijeta mogućnosti rast i napredak

VODSTVO

- Novac ili zadovoljstvo radom?
- Promjena ili zarada?

PREUZIMANJE RIZIKA

- Tko ne riskira, ne profitira?
- Riskiranje novca i vremena?

RADNA ETIKA

- Ulaganje truda i vremena

OSLUŠKIVANJE POTREBA

Analiza tržišta, Analiza mogućnosti organizacije, (Pre)usmjerenje rada, Evaluacije

MOGUĆNOSTI I PRIMJENA DRUŠTVENOG PODUZETNIŠTVA

Iva Vidanec. mag.psych

DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO

Društveno poduzetništvo je oblik poduzetništva koji ima društvene ciljeve i nastoji pozitivno utjecati na okolinu.

- Potiče promjene u društvu
- Uzima u obzir potrebe ljudi

Znate li primjer organizacije koja se bavi društvenim poduzetništvom?

Koje su prednosti društvenog poduzetništva?



UPRAVLJANJE OSOBNIM FINANCIJAMA

Iva Vidanec. mag.psych

KAKO JE NASTAO NOVAC?

- Opće prihvaćeno sredstvo plaćanja
- Primjerice, u davnim se vremenima trgovina odvijala trampom razmjenom jedne robe za drugu, bez novca.
- Ukoliko ste željeli razmijeniti vaše žito za nečiju ovcu, morali biste prvo pronaći stočara koji želi prodati ovcu, ali i kupiti žito.

NOVAC MOŽEMO:

Zaraditi: Roditelji idu svaki dan na posao kako bi zaradili novac

Trošiti: Na što trošite vi, a na što vaši roditelji?

Štedjeti : Da li netko od vas štedi? Tko štedi u banci, a tko u "kasici prasici"?

Donirati

RAZLIKOVANJE ŽELJA I POTREBA

Što su od svega navedenog bile vaše želje, a što potrebe?

Razlika između trošenja zbog želje i zbog potrebe?

KAKO PAMETNIJE TROŠITI?

Kod kuće, U trgovini, Oglasi, Top shop reklame...

Što biste rekli, koje su karakteristike pametnog potrošača?

- Pametan potrošač je informiran o proizvodima koje kupuje?
- Pametan potrošač ide u kupnju s popisom stvari koje želi kupiti?
- Pametan potrošač ne poznaće marketinške trikove?
- Pametan potrošač kupuje proizvode na sniženju
- Pametan potrošač uspoređuje cijene proizvoda u raznim trgovinama?
- Pametan potrošač je sumnjičav prema ponudama koje zvuče predobro da bi bilo istinito?
- Pametan potrošač ne reklamira oštećenu robu nakon što ju je kupio?
- Pametan potrošač ne štedi vodu i struju?



MARKETING

Iva Vidanec. mag.psych

MARKETING

- Prepoznavanje potreba i željapotrešača
- Ponuda proizvoda koji će ih zadovoljiti.
- Proizvod, kanali, distribucija, cijena i promocija.

POTREBE, ŽELJE I POTRAŽNJA

- Izrečene potrebe (štедljiv auto)
- Stvarne potrebe (kupac želi auto čiji su operativni troškovi niski a ne njegova početna cijena)
- Neizrečene potrebe (kupac očekuje dobar servis i servisnu uslugu od prodavača),
- Iznenadenje (kupac želi da prodavač u auto besplatno ugradi GPS navigaciju),
- Tajne potrebe (kupac bi želio da ga prijatelji vide i prepoznaju kao razumnog potrošača).

RAD U GRUPI

Svaka grupa ima svoj proizvod. Vaš je zadatak napraviti umnu mapu s odgovorima na sljedeća pitanja:

- Osmisliti kome ćete ga promovirati tko su ljudi bi voljeli kupiti takav proizvod (dob, spol, interesi, novac, mjesto stanovanja, obrazovanje)
- Koje potrebe zadovoljava vaš proizvod
- Kako biste ga promovirali? Koji bi bio slogan?
- Kako biste poticali ljude da nastavljaju kupovati vaš proizvod?
- Istražite na Internetu karakteristike proizvoda (cijena, opis, namjena) te vam to može pomoći u odgovaranju na pitanja!

RASPRAVA

- Kako vam se svidjelo?
- Što je bilo jednostavno, a što komplikirano?
- Je li marketing jednostavna djelatnost?
- Biste li se htjeli baviti marketingom?